



ServiceAtlas Privat-Haftpflichtversicherer 2019

Wettbewerbsanalyse zur Kundenorientierung

Mit Detail-Auswertungen für 37 Privat-Haftpflichtversicherer

Studienflyer und Bestellformular

Studiensteckbrief

Studienkonzept	ServiceValue GmbH
Erhebungsmethode	Online-Befragung
Erhebungszeitraum	Februar / März 2019
Stichprobe	3.063 Kunden mit 3.436 Urteilen zu 37 Privat-Haftpflichtversicherern (Bewertung von bis zu zwei Privat-Haftpflichtversicherern, bei denen die Befragten in den letzten 12 Monaten Kunden waren)
Auswertung	<p>Umfassende Darstellung der Gesamtergebnisse</p> <p>Detailergebnisse für 37 Privat-Haftpflichtversicherer</p> <ul style="list-style-type: none"> • AachenMünchener • Allianz • AllSecur • Alte Leipziger • ARAG • AXA • Basler • Concordia • CosmosDirekt • DBV • Debeka • DEVK • Die Continentale • Die Haftpflichtkasse • ERGO • Generali • Gothaer • HanseMerkur • HDI • Helvetia • HUK24 • HUK-COBURG • LVM • Mecklenburgische Versicherung • Nürnberger • Provinzial Nord Brandkasse • Provinzial Rheinland • R+V • SIGNAL IDUNA • SV SparkassenVersicherung • Versicherungskammer Bayern • VGH • VHV • Westfälische Provinzial • WGV • Württembergische • Zurich
Gesamtumfang	365 Seiten Chart-Berichtsband (PDF)

Studiendesign (I)

Gesamtaussagen	<ul style="list-style-type: none"> • Gesamtzufriedenheit • Kundenorientierung • Ruf und Image
Kundenbindung	<ul style="list-style-type: none"> • Emotionale Bindung • Treue • Loyalität • Weiterempfehlung
Produkte	<ul style="list-style-type: none"> • Qualität der Produkte/Leistungen • Tarifauswahl/Tarifvielfalt • Transparenz der Tarife und Angebote • Flexibilität der Produkte (Wahlmöglichkeit von Zusatzleistungen etc.) • Deckungs-/Leistungserweiterungen
Kundenbetreuung	<ul style="list-style-type: none"> • Qualität in der Beratung • Freundlichkeit und Höflichkeit der Mitarbeiter • Eingehen auf Kundenwünsche • Verbindlichkeit von Aussagen • Belohnung von Kundentreue • Wechselangebote zu günstigeren Tarifen während der Vertragslaufzeit • Regelmäßige Überprüfung von Versicherungsumfang und -beiträgen
Kundenservice	<ul style="list-style-type: none"> • Kontaktmöglichkeit mit Mitarbeitern (persönlich, telefonisch, per E-Mail) • Hilfsbereitschaft der Mitarbeiter • Entlastung und Orientierungshilfe der Serviceangebote • Umgang mit konkreten Beschwerden/Reklamationen • Qualität der allgemeinen Anliegenbearbeitung • Verständlichkeit der schriftlichen Unterlagen (Beitragsrechnungen, Schadenformulare etc.)

Studiendesign (II)

Schadenregulierung	<ul style="list-style-type: none">• Reaktionsgeschwindigkeit im Schadensfall• Einhalten von Zusagen im Schadensfall• Unkompliziertheit der Schadensabwicklung• Nachvollziehbarkeit der Schadensabwicklung• Kulanz in der Schadensabwicklung
Preis-Leistungs-Verhältnis	<ul style="list-style-type: none">• Preis-Leistungs-Verhältnis• Günstigkeit der Versicherungsprämien• Transparenz der Versicherungsprämien• Umfang der Versicherungsleistungen

Leistungskategorien und Bewertungskriterien

Kundenorientierung

Produkte

- Qualität der Produkte/Leistungen
- Tarifauswahl/Tarifvielfalt
- Transparenz der Tarife und Angebote
- Flexibilität der Produkte (Wahlmöglichkeit von Zusatzleistungen etc.)
- Deckungs-/Leistungserweiterungen

Kundenbetreuung

- Qualität in der Beratung
- Freundlichkeit und Höflichkeit der Mitarbeiter
- Eingehen auf Kundenwünsche
- Verbindlichkeit von Aussagen
- Belohnung von Kundentreue
- Wechselangebote zu günstigeren Tarifen während der Vertragslaufzeit
- Regelmäßige Überprüfung von Versicherungsumfang und -beiträgen

Kundenservice

- Kontaktmöglichkeit mit Mitarbeitern (persönlich, telefonisch, per E-Mail)
- Hilfsbereitschaft der Mitarbeiter
- Entlastung und Orientierungshilfe der Serviceangebote
- Umgang mit konkreten Beschwerden/Reklamationen
- Qualität der allgemeinen Anliegenbearbeitung
- Verständlichkeit der schriftlichen Unterlagen (Beitragsrechnungen, Schadenformulare etc.)

Schadenregulierung

- Reaktionsgeschwindigkeit im Schadensfall
- Einhalten von Zusagen im Schadensfall
- Unkompliziertheit der Schadensabwicklung
- Nachvollziehbarkeit der Schadensabwicklung
- Kulanz in der Schadensabwicklung

Preis-Leistungs-Verhältnis

- Preis-Leistungs-Verhältnis
- Günstigkeit der Versicherungsprämien
- Transparenz der Versicherungsprämien
- Umfang der Versicherungsleistungen

Kundenorientierung – Privat-Haftpflichtversicherer (I)

GESAMTURTEIL	
sehr gut	CosmosDirekt
sehr gut	Provinzial Rheinland
sehr gut	HUK24
sehr gut	HUK-COBURG
sehr gut	LVM
sehr gut	AllSecur
sehr gut	Allianz
sehr gut	DEVK
sehr gut	Die Continentale
sehr gut	SV SparkassenVersicherung
gut	Concordia
gut	AachenMünchener
gut	WGV
gut	Mecklenburgische Versicherung
gut	Westfälische Provinzial
gut	Helvetia
gut	Basler
gut	VGH
gut	Die Haftpflichtkasse
gut	Zurich
	VHV
	R+V
	Provinzial Nord Brandkasse
	AXA
	Württembergische
	Generali
	ARAG
	Alte Leipziger
	SIGNAL IDUNA
	Gothaer
	Debeka
	HanseMerkur
	DBV
	ERGO
	Nürnbergger
	Versicherungskammer Bayern
	HDI

Produkte	
sehr gut	CosmosDirekt
sehr gut	HUK-COBURG
sehr gut	DEVK
sehr gut	HUK24
sehr gut	AllSecur
sehr gut	Allianz
sehr gut	Die Haftpflichtkasse
gut	WGV
gut	Concordia
gut	Provinzial Rheinland
gut	LVM
gut	AachenMünchener
gut	Helvetia
gut	ARAG
gut	Basler
gut	Die Continentale
	VHV
	Zurich
	HanseMerkur
	Generali
	SIGNAL IDUNA
	AXA
	R+V
	SV SparkassenVersicherung
	Westfälische Provinzial
	VGH
	ERGO
	Alte Leipziger
	Provinzial Nord Brandkasse
	Württembergische
	Gothaer
	Mecklenburgische Versicherung
	Debeka
	DBV
	Versicherungskammer Bayern
	Nürnbergger
	HDI

Kundenbetreuung	
sehr gut	Die Continentale
sehr gut	Provinzial Rheinland
sehr gut	Allianz
sehr gut	Concordia
sehr gut	Mecklenburgische Versicherung
sehr gut	LVM
sehr gut	VGH
sehr gut	DEVK
gut	Zurich
gut	Basler
gut	Helvetia
gut	Provinzial Nord Brandkasse
gut	CosmosDirekt
gut	SV SparkassenVersicherung
gut	AllSecur
gut	AachenMünchener
gut	Alte Leipziger
gut	Württembergische
	AXA
	HUK-COBURG
	HUK24
	Westfälische Provinzial
	Generali
	ARAG
	VHV
	DBV
	SIGNAL IDUNA
	HanseMerkur
	WGV
	R+V
	Nürnbergger
	Gothaer
	ERGO
	Versicherungskammer Bayern
	Die Haftpflichtkasse
	Debeka
	HDI

Das Gesamtergebnis berechnet sich als ungewichteter Mittelwert aller Teildimensionen. Die Teildimensionen ergeben sich als ungewichteter Mittelwert aus den jeweiligen Bewertungskriterien, die am Anfang dieses Kapitels dargestellt sind. Die Auszeichnung „gut“ erhalten alle Unternehmen, die über dem Mittelwert liegen. Unternehmen, die wiederum über dem Durchschnitt der mit „gut“ bewerteten Unternehmen liegen, erhalten ein „sehr gut“.

Kundenorientierung – Privat-Haftpflichtversicherer (II)

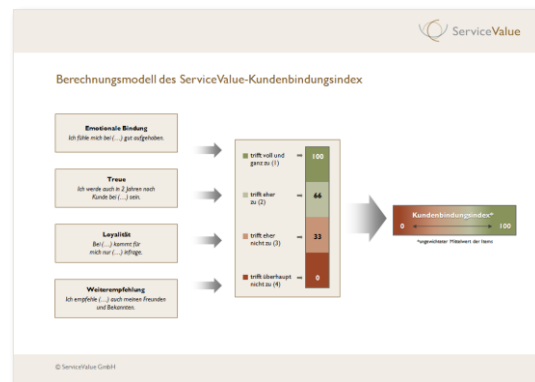
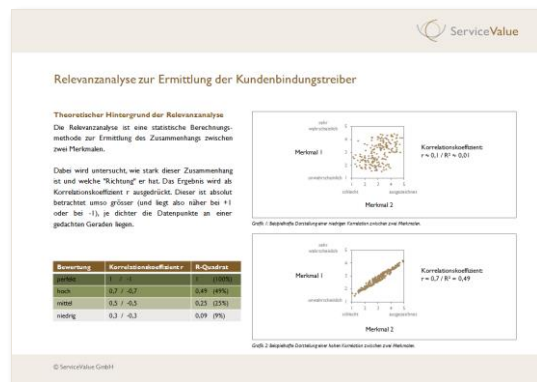
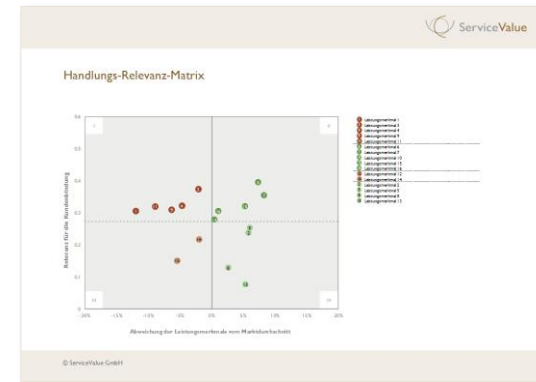
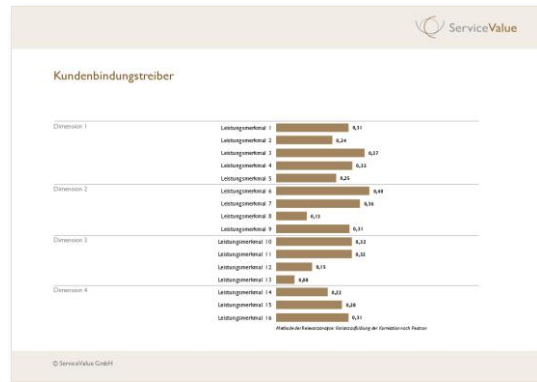
Kundenservice	
sehr gut	Provinzial Rheinland
sehr gut	LVM
sehr gut	Allianz
sehr gut	Mecklenburgische Versicherung
sehr gut	Die Continentale
sehr gut	SV SparkassenVersicherung
sehr gut	CosmosDirekt
sehr gut	Provinzial Nord Brandkasse
sehr gut	VGH
gut	Westfälische Provinzial
gut	Concordia
gut	AachenMünchener
gut	Die Haftpflichtkasse
gut	Württembergische
gut	HUK-COBURG
gut	Zurich
gut	WGV
gut	DEVK
	HUK24
	Generali
	VHV
	AllSecur
	Helvetia
	Basler
	AXA
	ARAG
	DBV
	Alte Leipziger
	SIGNAL IDUNA
	Versicherungskammer Bayern
	ERGO
	HanseMercur
	R+V
	Gothaer
	Nürnbergger
	Debeka
	HDI

Schadenregulierung	
sehr gut	Provinzial Rheinland
sehr gut	SV SparkassenVersicherung
sehr gut	HUK24
sehr gut	HUK-COBURG
sehr gut	AachenMünchener
sehr gut	LVM
sehr gut	Allianz
sehr gut	CosmosDirekt
sehr gut	Mecklenburgische Versicherung
sehr gut	Westfälische Provinzial
gut	R+V
gut	AllSecur
gut	Debeka
gut	AXA
gut	Die Continentale
gut	Provinzial Nord Brandkasse
gut	VHV
gut	Württembergische
gut	Nürnbergger
gut	DEVK
	ERGO
	Zurich
	Concordia
	WGV
	VGH
	Helvetia
	Basler
	Gothaer
	ARAG
	Die Haftpflichtkasse
	Alte Leipziger
	HDI
	Generali
	SIGNAL IDUNA
	DBV
	HanseMercur
	Versicherungskammer Bayern

Preis-Leistungs-Verhältnis	
sehr gut	CosmosDirekt
sehr gut	AllSecur
sehr gut	HUK24
sehr gut	HUK-COBURG
sehr gut	DEVK
sehr gut	WGV
sehr gut	Die Haftpflichtkasse
gut	Basler
gut	Helvetia
gut	Concordia
gut	HanseMercur
gut	Die Continentale
gut	LVM
gut	VHV
gut	R+V
gut	Generali
	Gothaer
	DBV
	Zurich
	AachenMünchener
	SIGNAL IDUNA
	Provinzial Rheinland
	Westfälische Provinzial
	Alte Leipziger
	Allianz
	SV SparkassenVersicherung
	ARAG
	VGH
	Debeka
	AXA
	Württembergische
	Nürnbergger
	Mecklenburgische Versicherung
	Provinzial Nord Brandkasse
	Versicherungskammer Bayern
	ERGO
	HDI

Das Gesamtergebnis berechnet sich als ungewichteter Mittelwert aller Teildimensionen. Die Teildimensionen ergeben sich als ungewichteter Mittelwert aus den jeweiligen Bewertungskriterien, die am Anfang dieses Kapitels dargestellt sind. Die Auszeichnung „gut“ erhalten alle Unternehmen, die über dem Mittelwert liegen. Unternehmen, die wiederum über dem Durchschnitt der mit „gut“ bewerteten Unternehmen liegen, erhalten ein „sehr gut“.

Informationen werden anschaulich aufbereitet ...



Anonymisierte Musterfolien

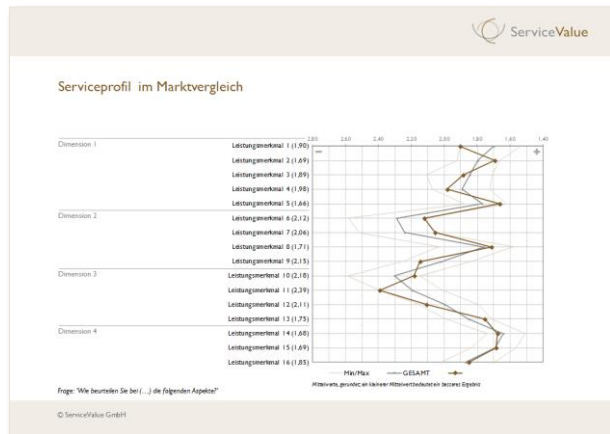
... und liefern Antworten auf Ihre Fragen. Im Folgenden finden Sie einige Beispiele.

Ihre Fragen – unsere Antworten (I)



- Welche Stärken und Schwächen weisen die einzelnen Anbieter auf?
- Auf welche Handlungsfelder sollten die einzelnen Anbieter hohe Aufmerksamkeit in der Optimierung richten?

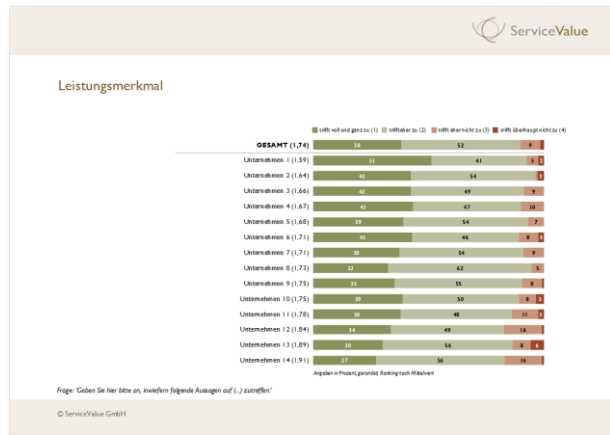
⇒ Klare Handlungsorientierung durch Handlungs-Relevanz-Matrix für jeden Anbieter



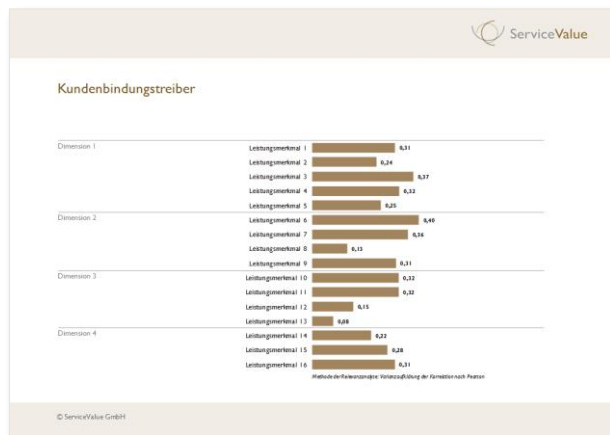
- Bei welchen Service- und Leistungsattributen ist ein Anbieter besser / schlechter als der Gesamtmarkt?

⇒ Leistungsprofil im Marktvergleich für jeden Anbieter

Ihre Fragen – unsere Antworten (II)



- Welcher Wettbewerber schneidet bei welchem Leistungsmerkmal besser oder schlechter ab?
- ⇒ Darstellung aller Leistungsmerkmale mit Ranking der Anbieter



- Welche Leistungen haben die höchste Bedeutung für die Kundenbindung?
- ⇒ Kundenbindung als Key Performance Indicator der Dimensionen Emotionale Bindung, Treue, Loyalität und Weiterempfehlung
- ⇒ Relevanzanalytische Berechnung und Darstellung für jeden Anbieter

Studienbestellung per E-Mail an Bestellung@ServiceValue.de oder per FAX an +49 (0)221. 67 78 67 – 19

Bestellung

- Gütesiegel für Marketingzwecke**
(Basis für die auf dem Siegel aufzuführenden Kriterien ist der Studienflyer – ServiceAtlas Privat-Haftpflichtversicherer 2019. Die Bezugsberechtigung und Lizenzgebühr werden individuell geprüft und das Gütesiegel entsprechend angefertigt.)
- Ergebnispräsentation und Analysegespräch vor Ort** inkl. Überlassung der Präsentations-Datei
zum Preis von 2.900,-€ netto, zzgl. anfallender Reisekosten
- ServiceAtlas Privat-Haftpflichtversicherer 2019** - Wettbewerbsanalyse zur Kundenorientierung (365 Seiten, PDF)
zum Preis von 4.500,- € netto
- Vorteilsangebot** ServiceAtlas Privat-Haftpflichtversicherer 2019 (365 Seiten, PDF) und Ergebnispräsentation sowie Analysegespräch vor Ort zum Preis von 6.400,- € netto, zzgl. anfallender Reisekosten

Kontaktdaten (Versand- und Rechnungsadresse)

Unternehmen	Name, Vorname	Abteilung / Position
E-Mail (wichtig für den Versand der Dateien)	Telefon	Telefax
Adresse (Str. / PLZ / Ort)		
Rechnungsanschrift (wenn abweichend von Adresse)		Ihre Auftragsnummer, Kostenstelle (zur Rechnungs-Ergänzung)
Ort, Datum	Unterschrift	Stempel

Impressum / Kontakt

Herausgeber

ServiceValue GmbH

Dürener Str. 34 I

50935 Köln

Tel +49.(0)221.67 78 67 - 0

Fax +49.(0)221.67 78 67 - 99

www.ServiceValue.de

Info@ServiceValue.de

Disclaimer: Die ServiceValue GmbH macht darauf aufmerksam, dass die Ergebnisse der Studie mit höchster Sorgfalt auf der Basis von Kundenäußerungen ermittelt wurden. Dennoch sind die Ergebnisse keine unumstößliche Tatsache oder sollten als alleinige Empfehlung verstanden werden, einzelne Geschäftsaktivitäten zu initiieren oder aufzugeben.

Diese Studie ist einschließlich aller Bestandteile urheberrechtlich geschützt. Eine Weitergabe an Dritte, z.B. eine Tochtergesellschaft, oder mit dem Studienbezieher in wirtschaftlicher Beziehung stehende Dritte, ist nicht gestattet. Verwertungen, die nicht ausdrücklich gemäß den Bestimmungen des Urheberrechts zugelassen sind, bedürfen der vorherigen schriftlichen Zustimmung der Herausgeber. Insbesondere gilt dies für Bearbeitungen, Vervielfältigungen, Übersetzungen, die elektronische Speicherung und Verarbeitung sowie die Verwendung im Rahmen von Unternehmensanalysen und -bewertungen (Ratings/Zertifizierungen) oder Beratungsleistungen durch Dritte, die nicht der ServiceValue GmbH oder mit ihr verbundenen Unternehmen angehören.

Titelbild: © bounlow-pic - Fotolia.com

“Our business is value development
by service excellence.”

ServiceValue GmbH

Dürener Straße 341
50935 Köln
www.ServiceValue.de