



Kundenurteil: Fairness von Hausratversicherern 2018

Wettbewerbsanalyse mit Detail-Auswertungen
für 38 Hausratversicherer in Deutschland



Eine Untersuchung in Kooperation mit



Studienflyer mit Bestellformular

Studiensteckbrief

Studienkonzept	FOCUS-MONEY und ServiceValue GmbH
Erhebungsmethode	Online-Befragung
Erhebungszeitraum	August / September 2018
Stichprobe	2.709 Kunden mit 3.040 Urteilen zu 38 Hausratversicherern (Bewertung von bis zu 2 Hausratversicherern, bei denen die Befragten in den letzten 12 Monaten Kunden waren)
Auswertung	<p>Umfassende Darstellung der Gesamtergebnisse</p> <p>Detailergebnisse für 38 Hausratversicherer</p> <ul style="list-style-type: none"> • AachenMünchener • Allianz • Alte Leipziger • Ammerländer Versicherung • ARAG • AXA • Barmenia Direkt • Basler • Concordia • DA Direkt • DBV • Debeka • DEVK • die Bayerische • Die Continentale • Die Haftpflichtkasse • ERGO • EUROPA • Generali • Gothaer • HDI • Helvetia • HUK24 • HUK-Coburg • InterRisk • LVM • Medien-Versicherung • Provinzial Nord Brandkasse • Provinzial Rheinland • R+V • Signal Iduna • SV SparkassenVersicherung • Versicherungskammer Bayern • VGH • VHV • Westfälische Provinzial • WGV • Württembergische
Gesamtumfang	367 Seiten Chart-Berichtsband (PDF)

Studiendesign (I)

Gesamtaussagen	<ul style="list-style-type: none"> • Gesamtzufriedenheit • Kundenorientierung • Image
Kundenbindung	<ul style="list-style-type: none"> • Emotionale Bindung • Treue • Loyalität • Weiterempfehlungsbereitschaft
Faire Tarifleistung	<ul style="list-style-type: none"> • Angebotsauswahl • Transparenz des Deckungsumfangs • Kombinationsmöglichkeiten • Flexibilität der Tarife • Deckungserweiterungen • Organisatorische Zusatzleistungen
Faire Kundenberatung	<ul style="list-style-type: none"> • Eingehen auf Kundenbedürfnisse • Beantwortung aller Fragen • Fachkompetenz • Aufklärung zu Schadensminderungspflicht
Fairer Kundenservice	<ul style="list-style-type: none"> • Erreichbarkeit der Mitarbeiter • Unkomplizierte Anliegenbearbeitung • Belohnung von Kundentreue • Kulanz bei Beschwerden / Reklamationen

Studiendesign (II)

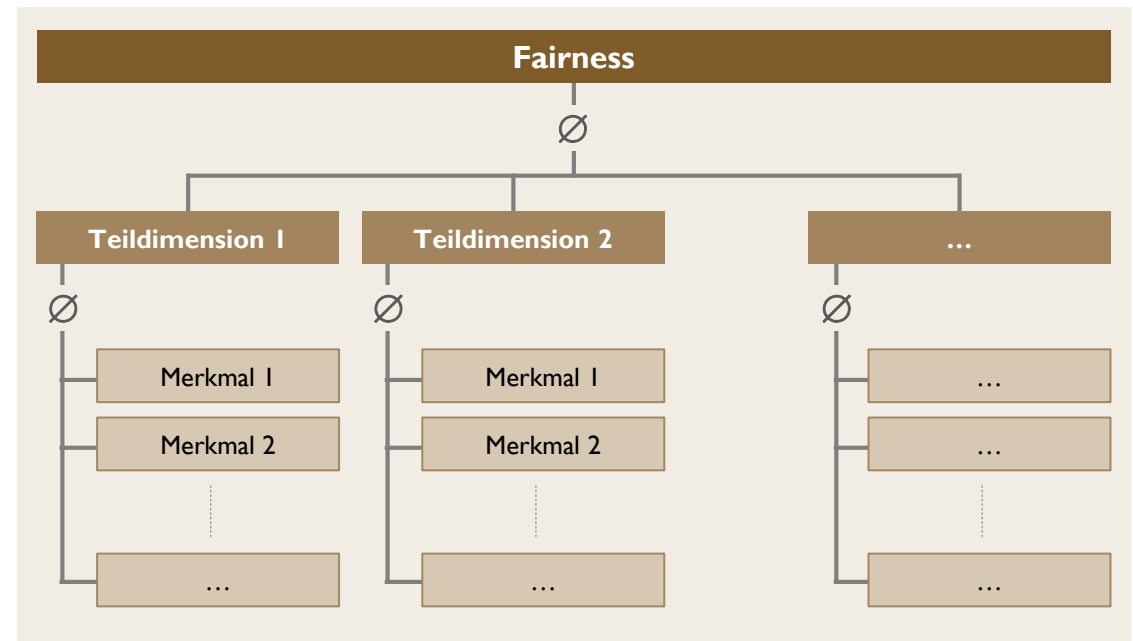
Faire Kundenkommunikation	<ul style="list-style-type: none">• Verbindlichkeit von Aussagen• Verständlichkeit der Kommunikation• Informationsumfang• Orientierung auf der Website
Faires Preis-Leistungs-Verhältnis	<ul style="list-style-type: none">• Preis-Leistungs-Verhältnis• Beitragsstabilität• Faire Berechnung der Versicherungssumme
Faire Schadenregulierung	<ul style="list-style-type: none">• Schnelle Reaktion im Schadenfall• Unkomplizierte Schadenabwicklung• Angemessener Leistungsumfang

Berechnungsmodell des Fairness-Rankings

Der Überbegriff „Fairness“ ist ein subjektives Konstrukt. Um dieses messbar zu machen, werden zunächst verschiedene Teildimensionen der Fairness bestimmt. Jede Teildimension selbst besteht aus mehreren konkreten Service- und Leistungsmerkmalen, die durch die Kunden bewertet werden.

Das Gesamtergebnis berechnet sich als ungewichteter Mittelwert aller Teildimensionen. Die Teildimensionen ergeben sich als ungewichteter Mittelwert aus den jeweiligen Service- und Leistungsmerkmalen (Bewertungskriterien).

Für die Auszeichnung auf Gesamtebene sowie auf den Teildimensionen gilt: Ein „gut“ erhalten alle Unternehmen, die einen überdurchschnittlichen Wert erzielt haben. Unternehmen, die wiederum über dem Durchschnitt der mit „gut“ bewerteten Unternehmen liegen, erhalten ein „sehr gut“.



Teildimensionen der Fairness von Hausratversicherern

Fairness

Faire Tarifleistung

- Angebotsauswahl
- Transparenz des Deckungsumfangs
- Kombinationsmöglichkeiten
- Flexibilität der Tarife
- Deckungserweiterungen
- Organisatorische Zusatzleistungen

Faire Kundenberatung

- Eingehen auf Kundenbedürfnisse
- Beantwortung aller Fragen
- Fachkompetenz
- Aufklärung zu Schadensminderungspflicht

Fairer Kundenservice

- Erreichbarkeit der Mitarbeiter
- Unkomplizierte Anliegenbearbeitung
- Belohnung von Kundentreue
- Kulanz bei Beschwerden / Reklamationen

Faire Kundenkommunikation

- Verbindlichkeit von Aussagen
- Verständlichkeit der Kommunikation
- Informationsumfang
- Orientierung auf der Website

Faires Preis-Leistungs-Verhältnis

- Preis-Leistungs-Verhältnis
- Beitragsstabilität
- Faire Berechnung der Versicherungssumme

Faire Schadenregulierung

- Schnelle Reaktion im Schadenfall
- Unkomplizierte Schadenabwicklung
- Angemessener Leistungsumfang

FOCUS-MONEY Kundenurteil: Fairer Hausratversicherer (I)

FAIRNESS		Faire Tarifleistung		Faire Kundenberatung		Fairer Kundenservice	
sehr gut	Allianz	sehr gut	Allianz	sehr gut	Allianz	sehr gut	Allianz
sehr gut	Ammerländer Versicherung	sehr gut	Ammerländer Versicherung	sehr gut	Ammerländer Versicherung	sehr gut	Concordia
sehr gut	DEVK	sehr gut	DEVK	sehr gut	DEVK	sehr gut	DEVK
sehr gut	Die Haftpflichtkasse	sehr gut	Die Haftpflichtkasse	sehr gut	Die Haftpflichtkasse	sehr gut	Die Continentale
sehr gut	Helvetia	sehr gut	Helvetia	sehr gut	Helvetia	sehr gut	Die Haftpflichtkasse
sehr gut	HUK-Coburg	sehr gut	HUK24	sehr gut	HUK-Coburg	sehr gut	Helvetia
sehr gut	Medien-Versicherung	sehr gut	HUK-Coburg	sehr gut	LVM	sehr gut	HUK-Coburg
sehr gut	Provinzial Nord Brandkasse	sehr gut	InterRisk	sehr gut	Medien-Versicherung	sehr gut	LVM
sehr gut	VGH	sehr gut	Medien-Versicherung	sehr gut	Provinzial Nord Brandkasse	sehr gut	Medien-Versicherung
sehr gut	Westfälische Provinzial	sehr gut	AXA	sehr gut	VGH	sehr gut	Provinzial Nord Brandkasse
gut	AXA	gut	ERGO	sehr gut	Westfälische Provinzial	sehr gut	Westfälische Provinzial
gut	Concordia	gut	Gothaer	gut	Concordia	gut	Ammerländer Versicherung
gut	Die Continentale	gut	Provinzial Nord Brandkasse	gut	Die Continentale	gut	AXA
gut	ERGO	gut	Provinzial Rheinland	gut	ERGO	gut	InterRisk
gut	HUK24	gut	R+V	gut	HDI	gut	Provinzial Rheinland
gut	InterRisk	gut	Signal Iduna	gut	HUK24	gut	R+V
gut	LVM	gut	VGH	gut	InterRisk	gut	VGH
gut	Provinzial Rheinland	gut	VHV	gut	Provinzial Rheinland	gut	WGV
gut	R+V	gut	Westfälische Provinzial	gut	R+V	gut	Württembergische
gut	Signal Iduna	gut	WGV	gut	Signal Iduna	gut	AachenMünchener
gut	VHV	gut	Württembergische	gut	WGV	gut	Alte Leipziger
gut	WGV		AachenMünchener		AachenMünchener		ARAG
	AachenMünchener		Alte Leipziger		Alte Leipziger		Barmenia Direkt
	Alte Leipziger		ARAG		ARAG		Basler
	ARAG		Barmenia Direkt		AXA		DA Direkt
	Barmenia Direkt		Basler		Barmenia Direkt		DBV
	Basler		Concordia		Basler		Debeka
	DA Direkt		DA Direkt		DA Direkt		die Bayerische
	DBV		DBV		DBV		ERGO
	Debeka		Debeka		Debeka		EUROPA
	die Bayerische		die Bayerische		die Bayerische		Generali
	EUROPA		Die Continentale		EUROPA		Gothaer
	Generali		EUROPA		Generali		HDI
	Gothaer		Generali		Gothaer		HUK24
	HDI		HDI		SV SparkassenVersicherung		Signal Iduna
	SV SparkassenVersicherung		LVM		Versicherungskammer Bayern		SV SparkassenVersicherung
	Versicherungskammer Bayern		SV SparkassenVersicherung		VHV		Versicherungskammer Bayern
	Württembergische		Versicherungskammer Bayern		Württembergische		VHV

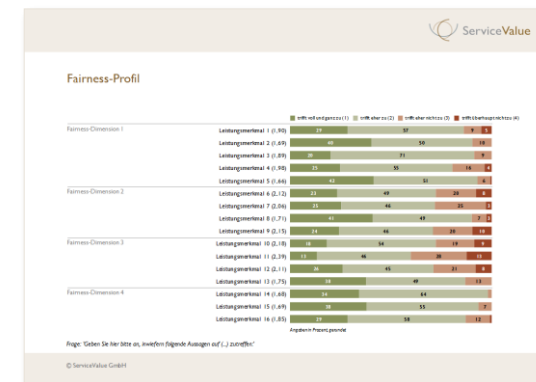
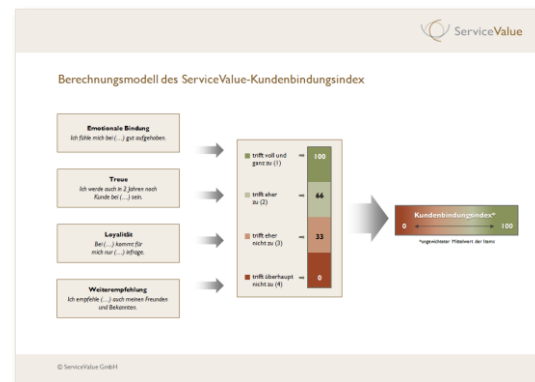
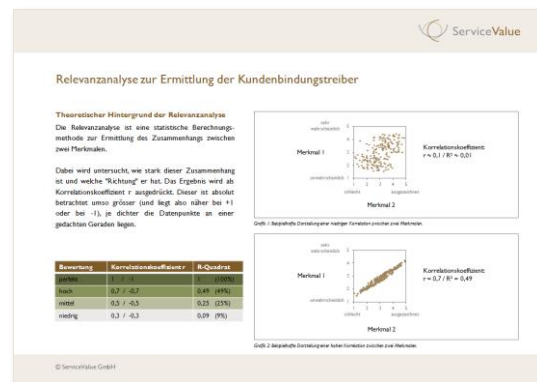
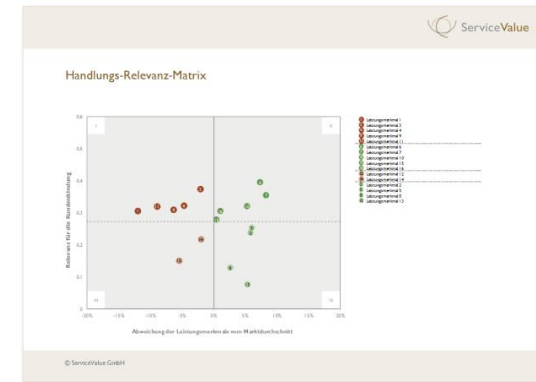
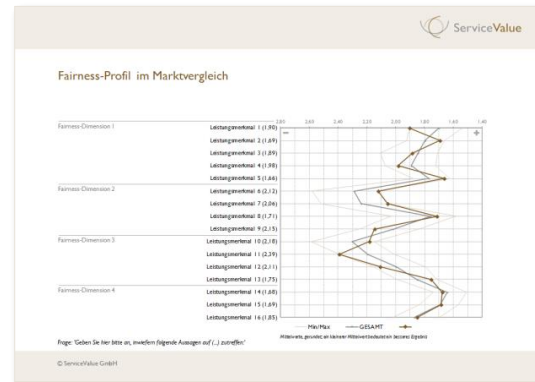
Die Sortierung der Anbieter innerhalb der Kategorien erfolgt in alphabetischer Reihenfolge.

FOCUS-MONEY Kundenurteil: Fairer Hausratversicherer (II)

Faire Kundenkommunikation		Faires Preis-Leistungs-Verhältnis		Faire Schadenregulierung	
sehr gut	Allianz	sehr gut	Ammerländer Versicherung	sehr gut	Ammerländer Versicherung
sehr gut	Ammerländer Versicherung	sehr gut	DEVK	sehr gut	DEVK
sehr gut	DEVK	sehr gut	Die Haftpflichtkasse	sehr gut	Helvetia
sehr gut	Die Haftpflichtkasse	sehr gut	Helvetia	sehr gut	HUK-Coburg
sehr gut	Helvetia	sehr gut	HUK24	sehr gut	Medien-Versicherung
sehr gut	HUK24	sehr gut	HUK-Coburg	sehr gut	Provinzial Nord Brandkasse
sehr gut	HUK-Coburg	sehr gut	InterRisk	sehr gut	VGH
sehr gut	LVM	sehr gut	Medien-Versicherung	sehr gut	Westfälische Provinzial
sehr gut	Provinzial Nord Brandkasse	sehr gut	Provinzial Nord Brandkasse	gut	AachenMünchener
sehr gut	VGH	sehr gut	VHV	gut	Allianz
sehr gut	Westfälische Provinzial	sehr gut	WGV	gut	Concordia
sehr gut	WGV	gut	Allianz	gut	Die Continentale
gut	AXA	gut	Concordia	gut	Die Haftpflichtkasse
gut	Concordia	gut	DBV	gut	ERGO
gut	ERGO	gut	Die Continentale	gut	HUK24
gut	Gothaer	gut	ERGO	gut	LVM
gut	HDI	gut	Provinzial Rheinland	gut	Provinzial Rheinland
gut	Medien-Versicherung	gut	VGH	gut	R+V
gut	Provinzial Rheinland		AachenMünchener	gut	Signal Iduna
gut	R+V		Alte Leipziger	gut	Württembergische
gut	Signal Iduna		ARAG		Alte Leipziger
gut	VHV		AXA		ARAG
	AachenMünchener		Barmenia Direkt		AXA
	Alte Leipziger		Basler		Barmenia Direkt
	ARAG		DA Direkt		Basler
	Barmenia Direkt		Debeka		DA Direkt
	Basler		die Bayerische		DBV
	DA Direkt		EUROPA		Debeka
	DBV		Generali		die Bayerische
	Debeka		Gothaer		EUROPA
	die Bayerische		HDI		Generali
	Die Continentale		LVM		Gothaer
	EUROPA		R+V		HDI
	Generali		Signal Iduna		InterRisk
	InterRisk		SV SparkassenVersicherung		SV SparkassenVersicherung
	SV SparkassenVersicherung		Versicherungskammer Bayern		Versicherungskammer Bayern
	Versicherungskammer Bayern		Westfälische Provinzial		VHV
	Württembergische		Württembergische		WGV

Die Sortierung der Anbieter innerhalb der Kategorien erfolgt in alphabetischer Reihenfolge.

Informationen werden anschaulich aufbereitet ...



Anonymisierte Musterfolien

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

Ihre Fragen – unsere Antworten (I)

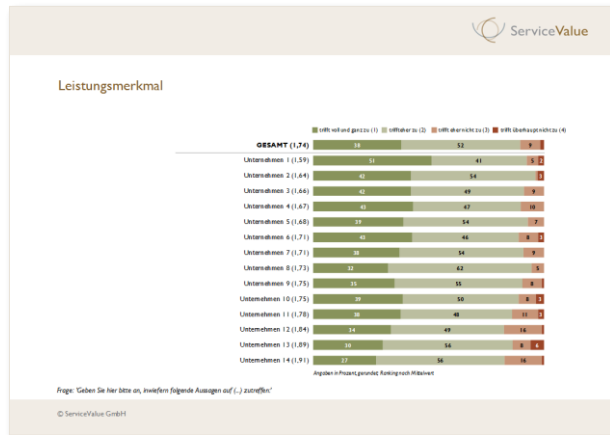


- Welche Stärken und Schwächen weisen die einzelnen Anbieter auf?
 - Auf welche Handlungsfelder sollten die einzelnen Anbieter hohe Aufmerksamkeit in der Optimierung richten?
- ⇒ Klare Handlungsorientierung durch Handlungs-Relevanz-Matrix für jeden Anbieter



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

- Benchmarkstudie** „Kundenurteil: Fairness von Hausratversicherern 2018“ (Einzelexemplar, 367 Seiten, PDF)
zum Preis von 4.900,- € netto
- Ergebnispräsentation und Analysegespräch vor Ort** inkl. Überlassung der Präsentations-Datei (PPT)
zum Preis von 2.900,-€ netto, zzgl. anfallender Reisekosten
- Vorteilsangebot**
Benchmarkstudie „Kundenurteil: Fairness von Hausratversicherern 2018“ (Einzelexemplar, 367 Seiten, PDF)
und Ergebnispräsentation sowie Analysegespräch vor Ort zum Preis von 4.900,- € netto, zzgl. anfallender Reisekosten

Kontaktdaten (Versand- sowie 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: © victor zastol'skiy- Fotolia.com

“Our business is value development
by service excellence.”

ServiceValue GmbH

Dürener Straße 341
50935 Köln
www.ServiceValue.de