



# Kundenurteil: Fairness von Hausratversicherern 2019

Wettbewerbsanalyse mit Detail-Auswertungen  
für 38 Hausratversicherer in Deutschland



Eine Untersuchung in Kooperation mit



Studienflyer mit Bestellformular

## Studiensteckbrief

<b>Studienkonzept</b>	FOCUS-MONEY und ServiceValue GmbH
<b>Erhebungsmethode</b>	Online-Befragung
<b>Erhebungszeitraum</b>	August / September 2019
<b>Stichprobe</b>	2.750 Kunden mit 3.042 Urteilen zu 38 Hausratversicherern (Bewertung von bis zu zwei Hausratversicherern, bei denen die Befragten in den letzten 12 Monaten Kunden waren)
<b>Auswertung</b>	<p>Umfassende Darstellung der Gesamtergebnisse</p> <p>Detailergebnisse für 38 Hausratversicherer</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• AachenMünchener</li> <li>• Allianz</li> <li>• Alte Leipziger</li> <li>• Ammerländer Versicherung</li> <li>• ARAG</li> <li>• AXA</li> <li>• Barmenia Direkt</li> <li>• Basler</li> <li>• Concordia</li> <li>• DA Direkt</li> <li>• DBV</li> <li>• Debeka</li> <li>• DEVK</li> <li>• die Bayerische</li> <li>• Die Continentale</li> <li>• Die Haftpflichtkasse</li> <li>• ERGO</li> <li>• EUROPA</li> <li>• Generali</li> <li>• Gothaer</li> <li>• HDI</li> <li>• Helvetia</li> <li>• HUK24</li> <li>• HUK-Coburg</li> <li>• InterRisk</li> <li>• LVM</li> <li>• Medien-Versicherung</li> <li>• Provinzial Nord Brandkasse</li> <li>• Provinzial Rheinland</li> <li>• R+V</li> <li>• Signal Iduna</li> <li>• SV SparkassenVersicherung</li> <li>• Versicherungskammer Bayern</li> <li>• VGH</li> <li>• VHV</li> <li>• Westfälische Provinzial</li> <li>• WGV</li> <li>• Württembergische</li> </ul>
<b>Gesamtumfang</b>	367 Seiten Chart-Berichtsband (PDF)

## Studiendesign (I)

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

## Studiendesign (II)

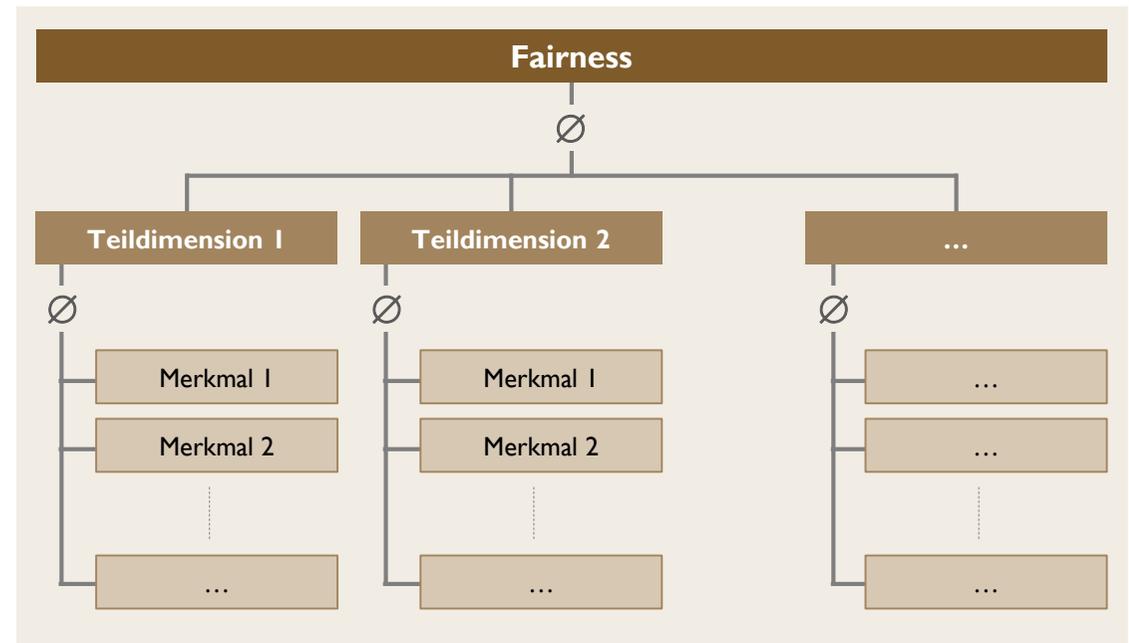
<b>Faire Kundenkommunikation</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Verbindlichkeit von Aussagen</li><li>• Verständlichkeit der Kommunikation</li><li>• Informationsumfang</li><li>• Orientierung auf der Website</li></ul>
<b>Faires Preis-Leistungs-Verhältnis</b>	<ul style="list-style-type: none">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

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

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

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

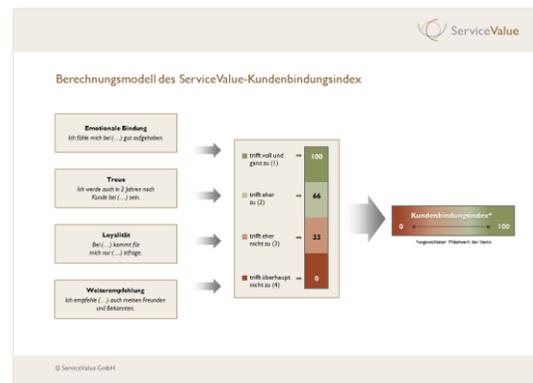
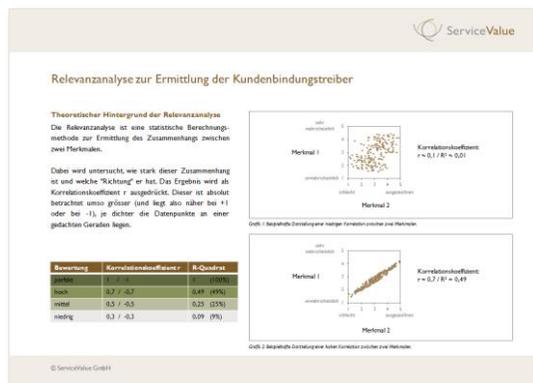
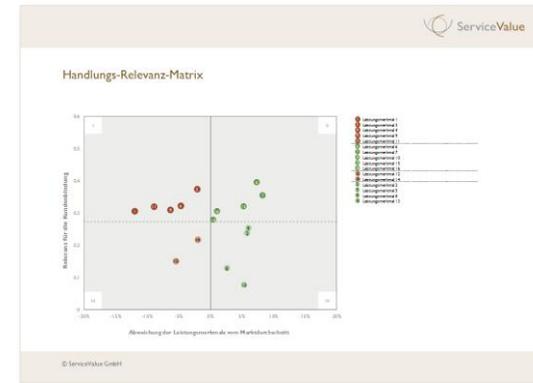
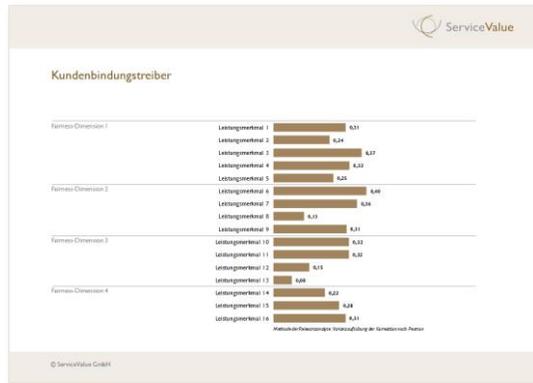
Fairer Kundenservice	
sehr gut	Allianz
sehr gut	Concordia
sehr gut	DEVK
sehr gut	Die Continentale
sehr gut	Die Haftpflichtkasse
sehr gut	HUK-Coburg
sehr gut	LVM
sehr gut	Medien-Versicherung
sehr gut	Provinzial Nord Brandkasse
sehr gut	Provinzial Rheinland
sehr gut	Westfälische Provinzial
gut	Ammerländer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

## FOCUS-MONEY Kundenurteil: Fairer Hausratversicherer (II)

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

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

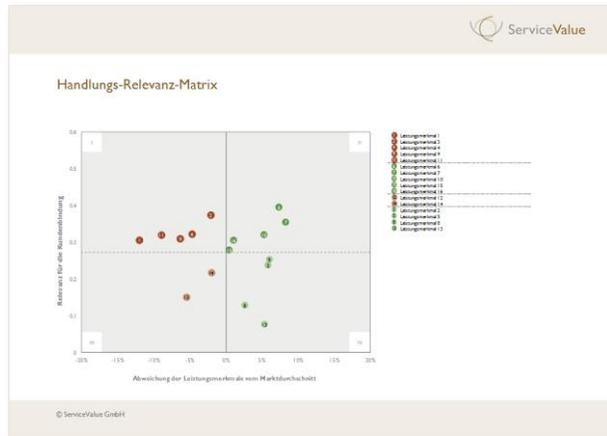
# Informationen werden anschaulich aufbereitet ...



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](mailto:Bestellung@ServiceValue.de) oder per FAX an +49 (0)221. 67 78 67 – 19

### Bestellung

- Benchmarkstudie** „Kundenurteil: Fairness von Hausratversicherern 2019“ (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 2019“ (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](http://www.ServiceValue.de)

[Info@ServiceValue.de](mailto: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](http://www.ServiceValue.de)