



# Kundenurteil: Fairness von Firmen- versicherern 2017

Wettbewerbsanalyse mit Detail-Auswertungen  
für 25 Firmenversicherer



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 2017
<b>Stichprobe</b>	1.378 Kunden mit 1.843 Urteilen zu 25 Firmenversicherern, bei denen die Befragten in den letzten 24 Monaten Kunden waren.
<b>Auswertung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Umfassende Darstellung der Gesamtergebnisse</li> </ul> <p>Detailergebnisse für 25 Firmenversicherer</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• AachenMünchener</li> <li>• Allianz</li> <li>• Alte Leipziger/Hallesche</li> <li>• ARAG</li> <li>• AXA</li> <li>• Barmenia</li> <li>• Concordia</li> <li>• Debeka</li> <li>• DEVK</li> <li>• Die Continentale</li> <li>• ERGO</li> <li>• Generali</li> <li>• Gothaer</li> <li>• HanseMerkur</li> <li>• HDI</li> <li>• HUK-COBURG</li> <li>• LVM</li> <li>• NÜRNBERGER</li> <li>• Provinzial</li> <li>• R+V</li> <li>• Signal Iduna</li> <li>• SV SparkassenVersicherung</li> <li>• VHV</li> <li>• Württembergische</li> <li>• Zurich</li> </ul>
<b>Gesamtumfang</b>	185 Seiten Chart-Berichtsband (PDF)

## Studiendesign

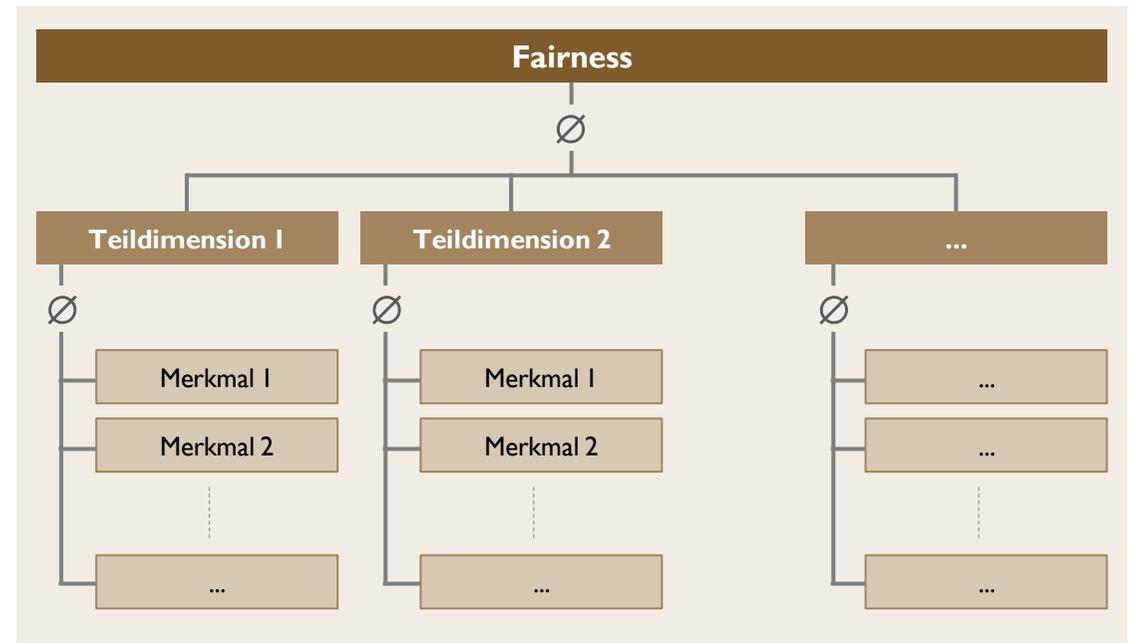
<b>Gesamtaussagen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gesamtzufriedenheit</li> <li>• Firmenorientierung</li> <li>• Ruf und Image</li> </ul>
<b>Kundenbindung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Emotionale Bindung</li> <li>• Treue</li> <li>• Loyalität</li> <li>• Weiterempfehlungsbereitschaft</li> </ul>
<b>Faire Kundenberatung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fachkompetenz der Mitarbeiter</li> <li>• Sozialkompetenz der Mitarbeiter</li> <li>• Eigeninitiative der Mitarbeiter</li> <li>• Beratungsqualität der Mitarbeiter</li> </ul>
<b>Faire Kundenkommunikation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verbindlichkeit von Aussagen</li> <li>• Verständlichkeit der Angebots- und Vertragsunterlagen</li> <li>• Angemessener Informationsumfang</li> </ul>
<b>Fairer Schutz und Vorsorge</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Qualität der Produkte und Leistungen</li> <li>• Flexibilität der Produkte</li> <li>• Gefühl der Sicherheit</li> </ul>
<b>Fairer Kundenservice</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Leichter Mitarbeiterkontakt</li> <li>• Kurze Reaktionszeit auf Anfragen</li> <li>• Qualität der Anliegenbearbeitung</li> <li>• Kulanz bei Beschwerden / Reklamationen</li> <li>• Branchenspezifische Risikoanalyse</li> </ul>
<b>Faires Preis-Leistungs-Verhältnis</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Preis-Leistungs-Verhältnis</li> <li>• Kostentransparenz</li> <li>• Regelmäßige Anpassung von Umfang und Beiträgen</li> <li>• Attraktive Bündelpolicen</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 Firmenversicherern

### Fairness

#### Faire Kundenberatung

- Fachkompetenz der Mitarbeiter
- Sozialkompetenz der Mitarbeiter
- Eigeninitiative der Mitarbeiter
- Beratungsqualität der Mitarbeiter

#### Faire Kundenkommunikation

- Verbindlichkeit der Aussagen
- Verständlichkeit der Angebots- und Vertragsunterlagen
- Angemessener Informationsumfang

#### Fairer Schutz und Vorsorge

- Qualität der Produkte und Leistungen
- Flexibilität der Produkte
- Gefühl der Sicherheit

#### Fairer Kundenservice

- Leichter Mitarbeiterkontakt
- Kurze Reaktionszeit auf Anfragen
- Qualität der Anliegenbearbeitung
- Kulanz bei Beschwerden / Reklamationen
- Branchenspezifische Risikoanalyse

#### Faires Preis-Leistungs-Verhältnis

- Preis-Leistungs-Verhältnis
- Kostentransparenz
- Regelmäßige Anpassung von Umfang und Beiträgen
- Attraktive Bündelpolicen

## FOCUS-MONEY Kundenurteil: Faire Firmenversicherer (I)

FAIRNESS	
sehr gut	Allianz
sehr gut	AXA
sehr gut	Debeka
sehr gut	Die Continentale
sehr gut	LVM
sehr gut	Provinzial
sehr gut	SV SparkassenVersicherung
sehr gut	Württembergische
sehr gut	Zurich
gut	ARAG
gut	Concordia
gut	Gothaer
gut	HUK-COBURG
gut	R+V
gut	Signal Iduna
	AachenMünchener
	Alte Leipziger/Hallesche
	Barmenia
	DEVK
	ERGO
	Generali
	HanseMerkur
	HDI
	NÜRNBERGER
	VHV

Kundenberatung	
sehr gut	Debeka
sehr gut	Die Continentale
sehr gut	LVM
sehr gut	SV SparkassenVersicherung
sehr gut	Württembergische
gut	Allianz
gut	AXA
gut	Gothaer
gut	HanseMerkur
gut	Provinzial
gut	R+V
gut	Signal Iduna
gut	Zurich
	AachenMünchener
	Alte Leipziger/Hallesche
	ARAG
	Barmenia
	Concordia
	DEVK
	ERGO
	Generali
	HDI
	HUK-COBURG
	NÜRNBERGER
	VHV

Kundenkommunikation	
sehr gut	Allianz
sehr gut	Debeka
sehr gut	Gothaer
sehr gut	NÜRNBERGER
sehr gut	Provinzial
sehr gut	Württembergische
gut	ARAG
gut	AXA
gut	Concordia
gut	Die Continentale
gut	HDI
gut	HUK-COBURG
gut	LVM
gut	SV SparkassenVersicherung
gut	Zurich
	AachenMünchener
	Alte Leipziger/Hallesche
	Barmenia
	DEVK
	ERGO
	Generali
	HanseMerkur
	R+V
	Signal Iduna
	VHV

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

## FOCUS-MONEY Kundenurteil: Faire Firmenversicherer (II)

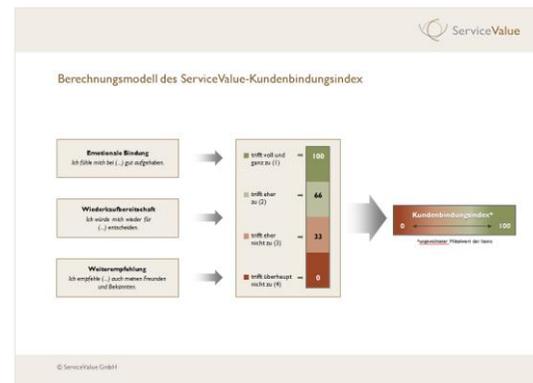
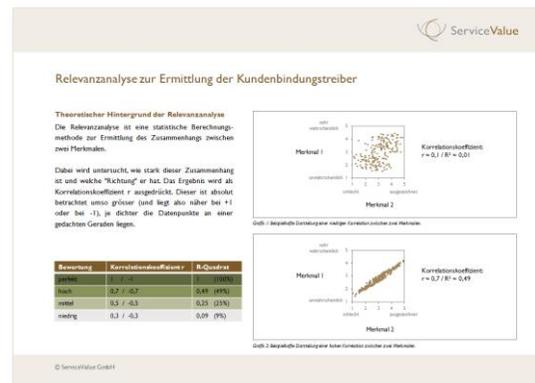
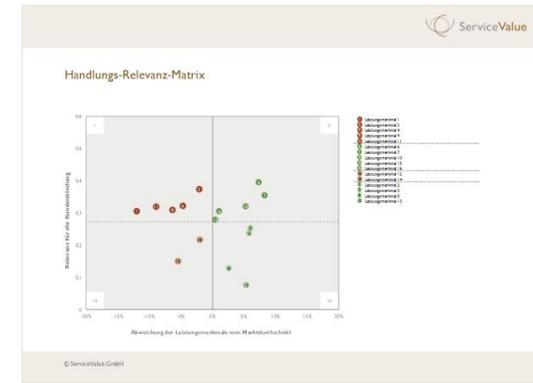
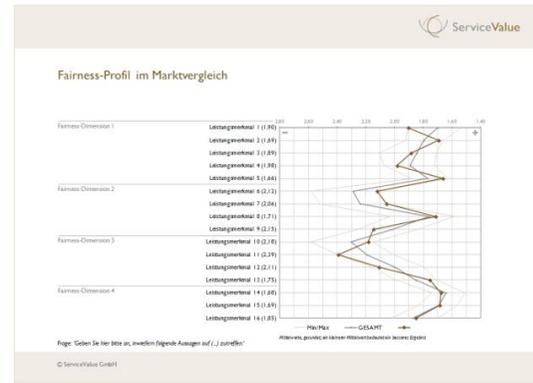
Schutz und Vorsorge	
sehr gut	Allianz
sehr gut	AXA
sehr gut	Concordia
sehr gut	Debeka
sehr gut	Gothaer
sehr gut	Provinzial
sehr gut	Zurich
gut	ARAG
gut	Die Continentale
gut	HDI
gut	HUK-COBURG
gut	LVM
gut	NÜRNBERGER
gut	R+V
gut	Signal Iduna
gut	SV SparkassenVersicherung
gut	Württembergische
	AachenMünchener
	Alte Leipziger/Hallesche
	Barmenia
	DEVK
	ERGO
	Generali
	HanseMerkur
	VHV

Kundenservice	
sehr gut	Allianz
sehr gut	Die Continentale
sehr gut	LVM
sehr gut	SV SparkassenVersicherung
sehr gut	Württembergische
sehr gut	Zurich
gut	AXA
gut	Concordia
gut	Debeka
gut	Gothaer
gut	Provinzial
gut	R+V
gut	Signal Iduna
	AachenMünchener
	Alte Leipziger/Hallesche
	ARAG
	Barmenia
	DEVK
	ERGO
	Generali
	HanseMerkur
	HDI
	HUK-COBURG
	NÜRNBERGER
	VHV

Preis-Leistungs-Verhältnis	
sehr gut	Allianz
sehr gut	AXA
sehr gut	Provinzial
sehr gut	Signal Iduna
sehr gut	Württembergische
gut	ARAG
gut	Die Continentale
gut	HanseMerkur
gut	SV SparkassenVersicherung
gut	Zurich
	AachenMünchener
	Alte Leipziger/Hallesche
	Barmenia
	Concordia
	Debeka
	DEVK
	ERGO
	Generali
	Gothaer
	HDI
	HUK-COBURG
	LVM
	NÜRNBERGER
	R+V
	VHV

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

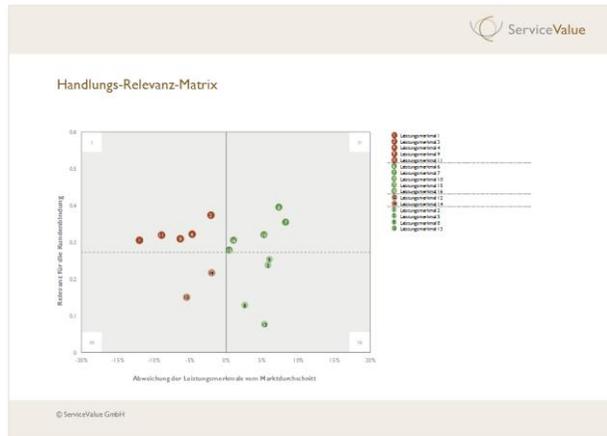
# Informationen werden anschaulich aufbereitet ...



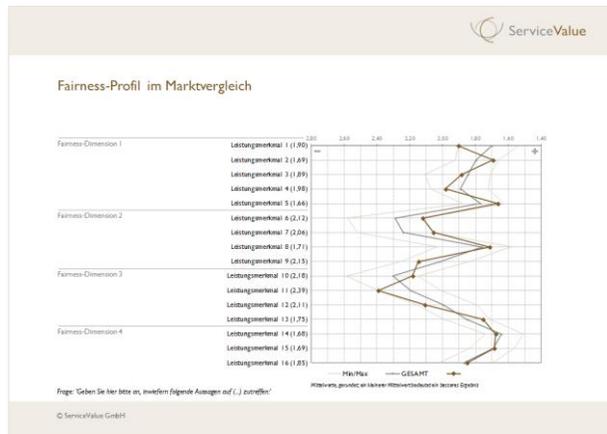
Anonymisierte Musterfolien

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

## Ihre Fragen – unsere Antworten (I)

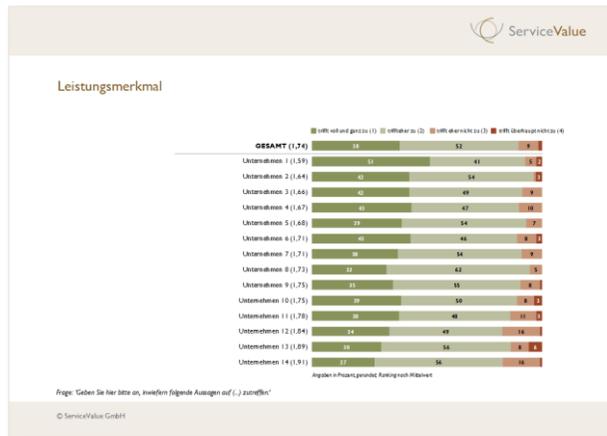


- Welche Stärken und Schwächen weisen die einzelnen Anbieter auf?
  - Auf welche Handlungsfelder sollten die einzelnen Anbieter hohe Aufmerksamkeit in der Optimierung richten?
- ⇒ Klare Handlungsorientierung durch Handlungs-Relevanz-Matrix für jeden Anbieter



- 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, Wiederkaufbereitschaft und Weiterempfehlung

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 Firmenversicherern 2017“ (Einzelexemplar, 185 Seiten, PDF)  
zum Preis von 3.900,- € netto
- Ergebnispräsentation vor Ort** inkl. Überlassung der Präsentations-Datei (PPT)  
zum Preis von 2.900,-€ netto, zzgl. anfallender Reisekosten
- Vorteilsangebot**  
Benchmarkstudie „Kundenurteil: Fairness von Firmenversicherern 2017“ (Einzelexemplar, 185 Seiten, PDF)  
und Ergebnispräsentation vor Ort zum Preis von 5.800,- € 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

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: © dobrinya / Benicce - Fotolia.com

“Our business is value development  
by service excellence.”

ServiceValue GmbH

Dürener Straße 34I  
50935 Köln  
[www.ServiceValue.de](http://www.ServiceValue.de)