



# Kundenurteil: Fairness von Rechtsschutz- versicherern 2017

Wettbewerbsanalyse mit Detail-Auswertungen  
für 25 Rechtsschutzversicherer 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>	Juli 2017
<b>Stichprobe</b>	1.566 Kunden mit 1.813 Urteilen zu 25 Versicherern (Bewertung von bis zu 2 Versicherern, bei denen die Befragten in den letzten 12 Monaten Kunden waren)
<b>Auswertung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Umfassende Darstellung der Gesamtergebnisse</li> </ul> <p>Detailergebnisse für 25 Versicherer</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ADAC Rechtsschutz</li> <li>• ADVOCARD</li> <li>• Allianz</li> <li>• ALLRECHT</li> <li>• Alte Leipziger</li> <li>• ARAG</li> <li>• BGV Badische</li> <li>• Concordia</li> <li>• D.A.S. (ERGO)</li> <li>• Debeka</li> <li>• DEURAG</li> <li>• DEVK</li> <li>• Die Continentale</li> <li>• HUK24</li> <li>• HUK-COBURG</li> <li>• LVM</li> <li>• Mecklenburgische</li> <li>• Münchener Verein</li> <li>• ÖRAG</li> <li>• R+V</li> <li>• ROLAND</li> <li>• VGH</li> <li>• WGV</li> <li>• Württembergische</li> <li>• Zurich</li> </ul>
<b>Gesamtumfang</b>	286 Seiten Chart-Berichtsband (PDF)

## Studiendesign (I)

<b>Gesamtaussagen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gesamtzufriedenheit</li> <li>• Kundenorientierung</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 Tarifleistung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Transparenz der Produkte und Leistungen</li> <li>• Produktauswahl</li> <li>• Qualität der Produkte und Leistungen</li> <li>• Zuverlässigkeit der Produkte und Leistungen</li> <li>• Flexibilität Produkte</li> <li>• Sicherheit</li> <li>• Auslandsschutz</li> <li>• Problemlose Deckung der Anwaltsgebühren</li> <li>• Mediationsverfahren</li> </ul>
<b>Faire Kundenberatung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Eingehen auf Kundenbedürfnisse</li> <li>• Auskunftsfähigkeit und -bereitschaft</li> <li>• Fachkompetenz</li> <li>• Verbindlichkeit von Aussagen</li> <li>• Proaktiv bessere Angebote</li> </ul>
<b>Fairer Kundenservice</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erreichbarkeit von Mitarbeitern</li> <li>• Reaktion auf Anfragen (Zeit und Qualität)</li> <li>• Unbürokratischer Kundenservice</li> <li>• Reaktion bei Problemen (Zeit und Qualität)</li> <li>• Telefonische Rechtsberatung</li> <li>• Auswahl des Rechtsanwaltes</li> </ul>

## Studiendesign (II)

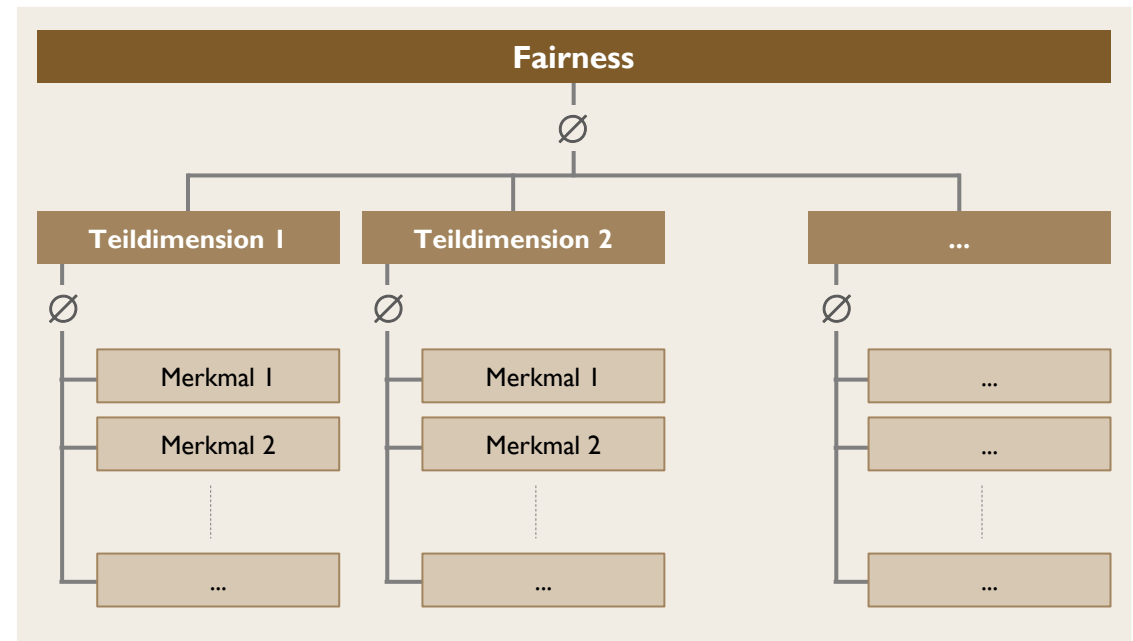
<b>Faire Kundenkommunikation</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Verständlichkeit der Kommunikation</li><li>• Verständlichkeit der Angebots- und Vertragsunterlagen</li><li>• Angemessener Informationsumfang</li><li>• Orientierung auf der Website</li></ul>
<b>Faires Preis-Leistungs-Verhältnis</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Preis-Leistungs-Verhältnis</li><li>• Beitragsstabilität</li><li>• Belohnung von Kundentreue</li><li>• Fallbegrenzung bei telefonischer Rechtsberatung</li><li>• Übernahme aller Kosten und Gebühren</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 Rechtsschutzversicherern

### Fairness

#### Faire Tarifleistung

- Transparenz der Produkte und Leistungen
- Produktauswahl
- Qualität der Produkte und Leistungen
- Zuverlässigkeit der Produkte und Leistungen
- Flexibilität Produkte
- Sicherheit
- Auslandsschutz
- Problemlose Deckung der Anwaltsgebühren
- Mediationsverfahren

#### Faire Kundenberatung

- Eingehen auf Kundenbedürfnisse
- Auskunftsfähigkeit und -bereitschaft
- Fachkompetenz
- Verbindlichkeit von Aussagen
- Proaktiv bessere Angebote

#### Fairer Kundenservice

- Erreichbarkeit von Mitarbeitern
- Reaktion auf Anfragen (Zeit und Qualität)
- Unbürokratischer Kundenservice
- Reaktion bei Problemen (Zeit und Qualität)
- Telefonische Rechtsberatung
- Auswahl des Rechtsanwaltes

#### Faire Kundenkommunikation

- Verständlichkeit der Kommunikation
- Verständlichkeit der Angebots- und Vertragsunterlagen
- Angemessener Informationsumfang
- Orientierung auf der Website

#### Faires Preis-Leistungs-Verhältnis

- Preis-Leistungs-Verhältnis
- Beitragsstabilität
- Belohnung von Kundentreue
- Fallbegrenzung bei telefonischer Rechtsberatung
- Übernahme aller Kosten und Gebühren

## FOCUS-MONEY Kundenurteil: Fairer Rechtsschutzversicherer (I)

FAIRNESS	
sehr gut	ADAC Rechtsschutz
sehr gut	ADVOCARD
sehr gut	Allianz
sehr gut	ARAG
sehr gut	DEVK
sehr gut	HUK-COBURG
sehr gut	LVM
sehr gut	VGH
gut	Debeka
gut	HUK24
gut	Mecklenburgische
gut	R+V
gut	WGV
gut	Württembergische
	ALLRECHT
	Alte Leipziger
	BGV Badische
	Concordia
	D.A.S. (ERGO)
	DEURAG
	Die Continentale
	Münchener Verein
	ÖRAG
	ROLAND
	Zurich

Faire Tarifleistung	
sehr gut	ADAC Rechtsschutz
sehr gut	ADVOCARD
sehr gut	Allianz
sehr gut	ARAG
sehr gut	DEVK
sehr gut	HUK-COBURG
sehr gut	LVM
sehr gut	Mecklenburgische
gut	Debeka
gut	HUK24
gut	R+V
gut	VGH
gut	WGV
	ALLRECHT
	Alte Leipziger
	BGV Badische
	Concordia
	D.A.S. (ERGO)
	DEURAG
	Die Continentale
	Münchener Verein
	ÖRAG
	ROLAND
	Württembergische
	Zurich

Faire Kundenberatung	
sehr gut	ADAC Rechtsschutz
sehr gut	ADVOCARD
sehr gut	Allianz
sehr gut	DEVK
sehr gut	LVM
sehr gut	VGH
gut	ARAG
gut	Debeka
gut	HUK-COBURG
gut	Mecklenburgische
gut	R+V
gut	WGV
gut	Württembergische
gut	Zurich
	ALLRECHT
	Alte Leipziger
	BGV Badische
	Concordia
	D.A.S. (ERGO)
	DEURAG
	Die Continentale
	HUK24
	Münchener Verein
	ÖRAG
	ROLAND

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

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

Fairer Kundenservice	
sehr gut	ADAC Rechtsschutz
sehr gut	ADVOCARD
sehr gut	Allianz
sehr gut	ARAG
sehr gut	DEVK
sehr gut	HUK-COBURG
sehr gut	LVM
gut	D.A.S. (ERGO)
gut	Debeka
gut	Mecklenburgische
gut	R+V
gut	ROLAND
gut	VGH
gut	WGV
gut	Württembergische
	ALLRECHT
	Alte Leipziger
	BGV Badische
	Concordia
	DEURAG
	Die Continentale
	HUK24
	Münchener Verein
	ÖRAG
	Zurich

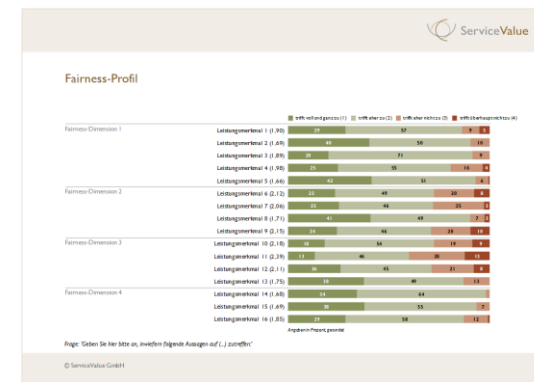
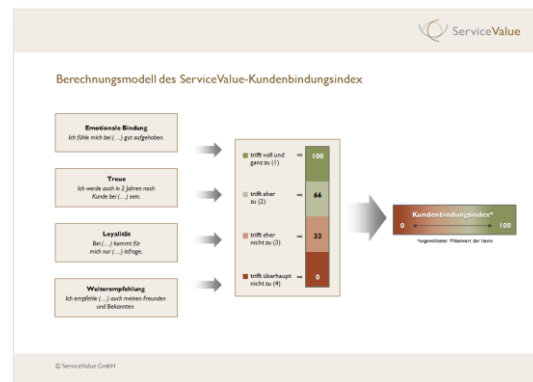
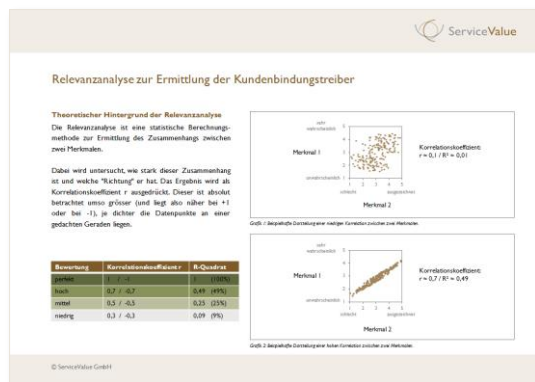
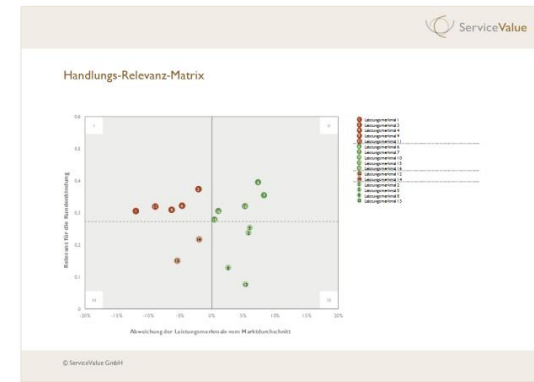
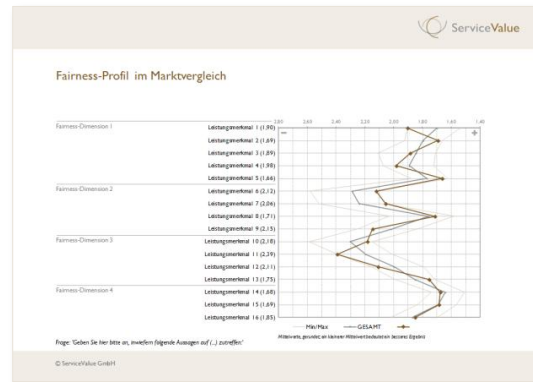
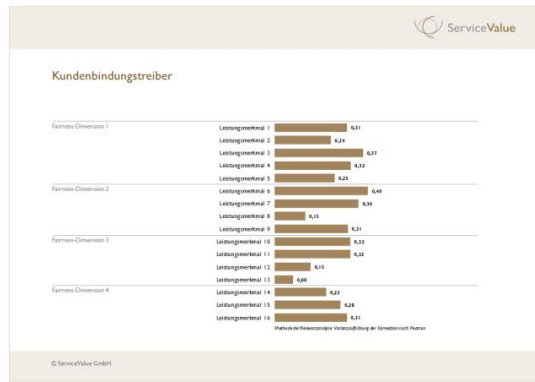
Faire Kundenkommunikation	
sehr gut	ADAC Rechtsschutz
sehr gut	ADVOCARD
sehr gut	Allianz
sehr gut	ARAG
sehr gut	DEVK
sehr gut	HUK24
sehr gut	HUK-COBURG
sehr gut	VGH
gut	Concordia
gut	Debeka
gut	DEURAG
gut	LVM
gut	R+V
gut	ROLAND
gut	WGV
gut	Württembergische
	ALLRECHT
	Alte Leipziger
	BGV Badische
	D.A.S. (ERGO)
	Die Continentale
	Mecklenburgische
	Münchener Verein
	ÖRAG
	Zurich

Faires Preis-Leistungs-Verhältnis	
sehr gut	ADAC Rechtsschutz
sehr gut	ADVOCARD
sehr gut	Allianz
sehr gut	DEVK
sehr gut	HUK-COBURG
sehr gut	WGV
gut	ARAG
gut	Debeka
gut	DEURAG
gut	HUK24
gut	LVM
gut	Mecklenburgische
gut	R+V
gut	VGH
	ALLRECHT
	Alte Leipziger
	BGV Badische
	Concordia
	D.A.S. (ERGO)
	Die Continentale
	Münchener Verein
	ÖRAG
	ROLAND
	Württembergische
	Zurich

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



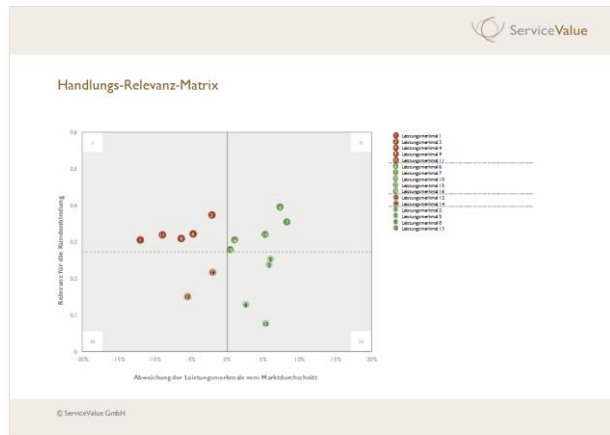
# Informationen werden anschaulich aufbereitet ...



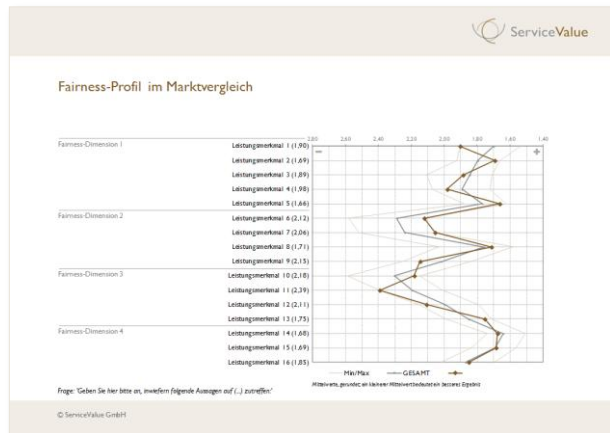
Anonymisierte Musterfolien

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

## Ihre Fragen – unsere Antworten (I)

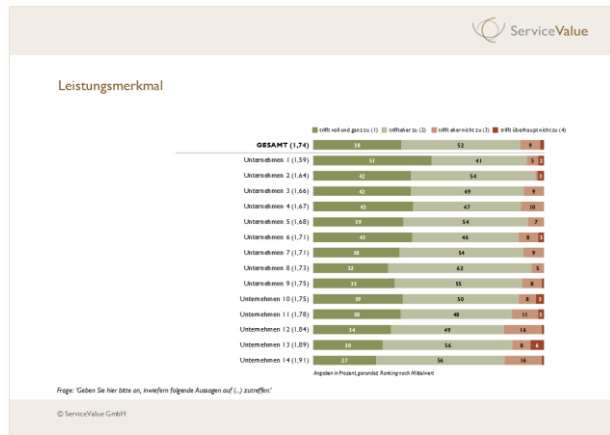


- Welche Stärken und Schwächen weisen die einzelnen Anbieter auf?
  - Auf welche Handlungsfelder sollten die einzelnen Anbieter hohe Aufmerksamkeit in der Optimierung richten?
- ⇒ Klare Handlungsorientierung durch Handlungs-Relevanz-Matrix für jeden Anbieter



- 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 Rechtsschutzversicherern 2017“ (Einzelexemplar, 286 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 Rechtsschutzversicherern 2017“ (Einzelexemplar, 286 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 / 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: © dobrinya / © helmutvogler – Fotolia.com

“Our business is value development  
by service excellence.”

ServiceValue GmbH

Dürener Straße 341  
50935 Köln  
[www.ServiceValue.de](http://www.ServiceValue.de)