



ServiceAtlas Privat-Haftpflichtversicherer 2020

Wettbewerbsanalyse zur Kundenorientierung

Mit Detail-Auswertungen für 40 Privat-Haftpflichtversicherer

Studienflyer und Bestellformular

Studiensteckbrief

Studienkonzept	ServiceValue GmbH
Erhebungsmethode	Online-Befragung
Erhebungszeitraum	März 2020
Stichprobe	2.955 Kunden mit 3.314 Urteilen zu 40 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 40 Privat-Haftpflichtversicherer</p> <ul style="list-style-type: none"> • ADAC Versicherungen • Allianz • Allianz Direct • Alte Leipziger • ARAG • AXA • Basler • Concordia • CosmosDirekt • DBV • Debeka • DEVK • DFV Deutsche Familienversicherung • Die Continentale • DIE HAFTPFLICHTKASSE • ERGO • EUROPA • Generali (ehemals AachenMünchener) • Gothaer • GVO • HanseMercur • HDI • Helvetia • HUK24 • HUK-COBURG • LVM • Mecklenburgische • Nürnberger • Provinzial Nord Brandkasse • Provinzial Rheinland • R+V • SIGNAL IDUNA • SV SparkassenVersicherung • Versicherungskammer Bayern • VGH • VHV • Westfälische Provinzial • WGV • Württembergische • Zurich
Gesamtumfang	386 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	LVM
sehr gut	Allianz Direct
sehr gut	ADAC Versicherungen
sehr gut	HUK-COBURG
sehr gut	Generali (ehemals AachenMünchener)
sehr gut	HUK24
sehr gut	Allianz
sehr gut	SV SparkassenVersicherung
sehr gut	DEVK
gut	Concordia
gut	DFV Deutsche Familienversicherung
gut	Basler
gut	Westfälische Provinzial
gut	DIE HAFTPFLICHTKASSE
gut	Zurich
gut	GVO
gut	Die Continentale
gut	EUROPA
	VGH
	Provinzial Nord Brandkasse
	WGV
	AXA
	ARAG
	Mecklenburgische
	R+V
	VHV
	Württembergische
	Helvetia
	Alte Leipziger
	Gothaer
	SIGNAL IDUNA
	Nürnberg
	Debeka
	DBV
	ERGO
	HanseMerkur
	HDI
	Versicherungskammer Bayern

Produkte	
sehr gut	CosmosDirekt
sehr gut	Allianz Direct
sehr gut	LVM
sehr gut	Concordia
sehr gut	HUK24
sehr gut	Generali (ehemals AachenMünchener)
sehr gut	Provinzial Rheinland
sehr gut	Allianz
sehr gut	HUK-COBURG
sehr gut	ADAC Versicherungen
sehr gut	DIE HAFTPFLICHTKASSE
gut	DEVK
gut	Zurich
gut	Basler
gut	SV SparkassenVersicherung
gut	WGV
gut	GVO
gut	ARAG
gut	DFV Deutsche Familienversicherung
	VHV
	Helvetia
	AXA
	SIGNAL IDUNA
	VGH
	Gothaer
	Westfälische Provinzial
	Württembergische
	Alte Leipziger
	Nürnberg
	Die Continentale
	HanseMerkur
	Provinzial Nord Brandkasse
	ERGO
	R+V
	EUROPA
	Mecklenburgische
	DBV
	Debeka
	HDI
	Versicherungskammer Bayern

Kundenbetreuung	
sehr gut	Allianz
sehr gut	ADAC Versicherungen
sehr gut	LVM
sehr gut	Provinzial Rheinland
sehr gut	CosmosDirekt
sehr gut	Die Continentale
sehr gut	Allianz Direct
sehr gut	SV SparkassenVersicherung
sehr gut	Concordia
sehr gut	Generali (ehemals AachenMünchener)
sehr gut	DEVK
gut	VGH
gut	Basler
gut	Mecklenburgische
gut	Zurich
gut	EUROPA
gut	HUK-COBURG
gut	Westfälische Provinzial
gut	Provinzial Nord Brandkasse
gut	AXA
	HUK24
	R+V
	Württembergische
	DFV Deutsche Familienversicherung
	GVO
	Nürnberg
	SIGNAL IDUNA
	DBV
	ARAG
	Helvetia
	Alte Leipziger
	Debeka
	VHV
	HanseMerkur
	DIE HAFTPFLICHTKASSE
	WGV
	Gothaer
	ERGO
	Versicherungskammer Bayern
	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)

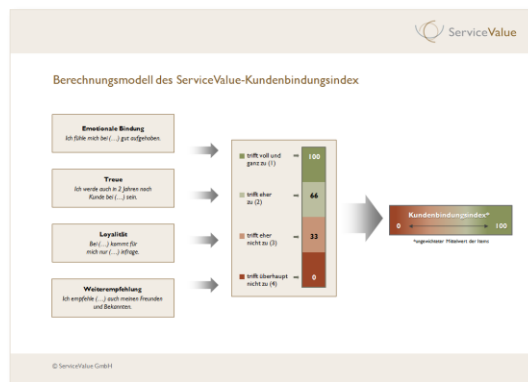
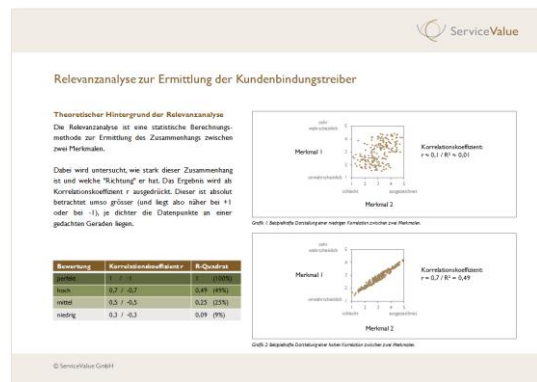
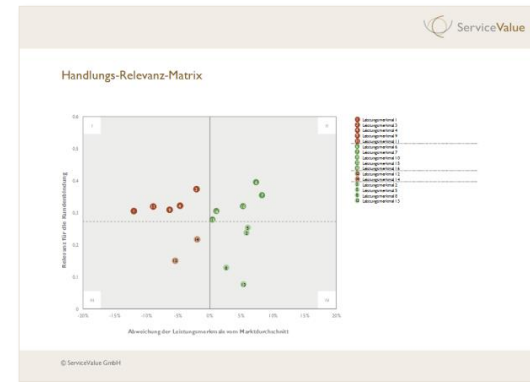
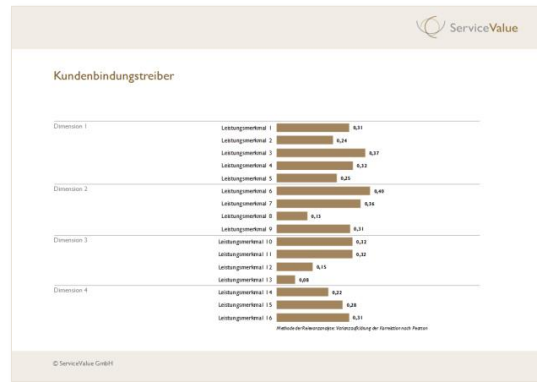
Kundenservice	
sehr gut	LVM
sehr gut	Provinzial Rheinland
sehr gut	SV SparkassenVersicherung
sehr gut	CosmosDirekt
sehr gut	Generali (ehemals AachenMünchener)
sehr gut	ADAC Versicherungen
sehr gut	Allianz
sehr gut	Die Continentale
sehr gut	Provinzial Nord Brandkasse
sehr gut	Westfälische Provinzial
sehr gut	HUK-COBURG
gut	Concordia
gut	VGH
gut	HUK24
gut	DIE HAFTPFLICHTKASSE
gut	DEVK
gut	Zurich
gut	Allianz Direct
gut	Basler
gut	Mecklenburgische
gut	AXA
	WGV
	Württembergische
	VHV
	R+V
	SIGNAL IDUNA
	Helvetia
	EUROPA
	ARAG
	Debeka
	GVO
	DFV Deutsche Familienversicherung
	Nürnberg
	DBV
	Versicherungskammer Bayern
	ERGO
	Alte Leipziger
	Gothaer
	HanseMercur
	HDI

Schadenregulierung	
sehr gut	Provinzial Rheinland
sehr gut	HUK-COBURG
sehr gut	LVM
sehr gut	Generali (ehemals AachenMünchener)
sehr gut	CosmosDirekt
sehr gut	Westfälische Provinzial
sehr gut	SV SparkassenVersicherung
sehr gut	HUK24
sehr gut	Allianz
sehr gut	Allianz Direct
sehr gut	ADAC Versicherungen
gut	EUROPA
gut	DEVK
gut	DFV Deutsche Familienversicherung
gut	Mecklenburgische
gut	GVO
gut	R+V
gut	Provinzial Nord Brandkasse
	ARAG
	Concordia
	Basler
	Debeka
	Gothaer
	Zurich
	DIE HAFTPFLICHTKASSE
	AXA
	VGH
	WGV
	Württembergische
	Alte Leipziger
	VHV
	ERGO
	Die Continentale
	Nürnberg
	Helvetia
	SIGNAL IDUNA
	HDI
	DBV
	HanseMercur
	Versicherungskammer Bayern

Preis-Leistungs-Verhältnis	
sehr gut	CosmosDirekt
sehr gut	DFV Deutsche Familienversicherung
sehr gut	Allianz Direct
sehr gut	HUK24
sehr gut	DIE HAFTPFLICHTKASSE
sehr gut	HUK-COBURG
sehr gut	ADAC Versicherungen
gut	WGV
gut	DEVK
gut	GVO
gut	Basler
gut	Concordia
gut	Generali (ehemals AachenMünchener)
gut	Zurich
gut	EUROPA
gut	Provinzial Rheinland
gut	LVM
	ARAG
	VHV
	Die Continentale
	Helvetia
	SV SparkassenVersicherung
	Gothaer
	VGH
	AXA
	HanseMercur
	Allianz
	Westfälische Provinzial
	R+V
	DBV
	Alte Leipziger
	Provinzial Nord Brandkasse
	Württembergische
	Debeka
	Nürnberg
	SIGNAL IDUNA
	HDI
	Mecklenburgische
	ERGO
	Versicherungskammer Bayern

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

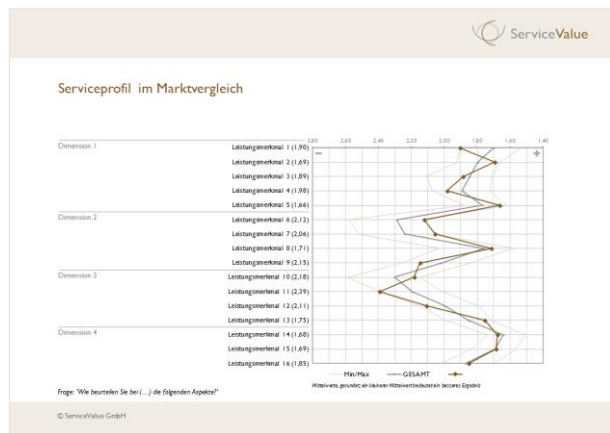
... und liefern Antworten auf Ihre Fragen. Im Folgenden finden Sie einige Beispiele.

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?

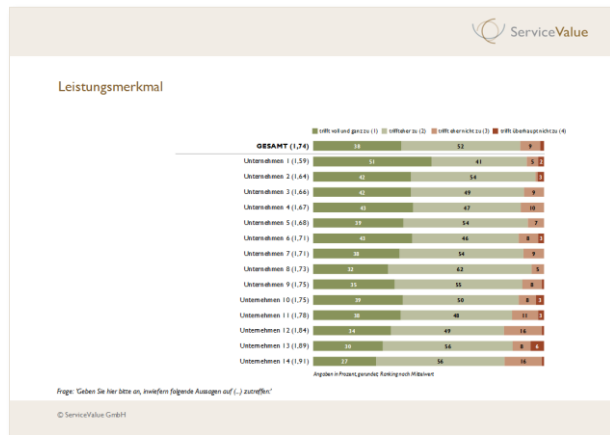
⇒ Klare Handlungsorientierung durch Handlungs-Relevanz-Matrix für jeden Anbieter



- 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 2020. 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 2020** - Wettbewerbsanalyse zur Kundenorientierung (386 Seiten, PDF)
zum Preis von 4.500,- € netto
- Vorteilsangebot** ServiceAtlas Privat-Haftpflichtversicherer 2020 (386 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