



# Kundenurteil: Fairness von Privat-Haftpflicht- versicherern 2021

Wettbewerbsanalyse mit Detail-Auswertungen  
für 35 Privat-Haftpflichtversicherer

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 2021
<b>Stichprobe</b>	2.954 Kunden mit 3.354 Urteilen zu 35 Versicherern (Bewertung von bis zu zwei Versicherern, bei denen die Befragten in den letzten 12 Monaten Kunden mit einer Privat-Haftpflichtversicherung waren)
<b>Auswertung</b>	<p>Umfassende Darstellung der Gesamtergebnisse</p> <p>Detailergebnisse für 35 Versicherer:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Adam Riese</li> <li>• Allianz</li> <li>• ARAG</li> <li>• AXA</li> <li>• BarmeniaDirekt</li> <li>• Basler</li> <li>• CONCORDIA</li> <li>• CosmosDirekt</li> <li>• Debeka</li> <li>• DEVK</li> <li>• Die Continentale</li> <li>• DIE HAFTPFLICHTKASSE</li> <li>• ERGO</li> <li>• EUROPA</li> <li>• Generali</li> <li>• Gothaer</li> <li>• HanseMerkur</li> <li>• HDI</li> <li>• helvetia</li> <li>• HUK24</li> <li>• HUK-COBURG</li> <li>• LVM</li> <li>• Mecklenburgische</li> <li>• NÜRNBERGER</li> <li>• Provinzial Versicherungsgruppe</li> <li>• R+V</li> <li>• SIGNAL IDUNA</li> <li>• SV SparkassenVersicherung</li> <li>• Versicherungskammer Bayern</li> <li>• VGH</li> <li>• VHV</li> <li>• WGV</li> <li>• Württembergische</li> <li>• WWK</li> <li>• ZURICH</li> </ul>
<b>Gesamtumfang</b>	351 Seiten Chart-Berichtsband (PDF)

## Studiendesign (I)

<b>Gesamtaussagen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <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>• Weiterempfehlung</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</li> <li>• Zuverlässigkeit der Produkte</li> <li>• Flexible Produkte</li> <li>• Sicherheit</li> <li>• Forderungsausfalldeckung</li> <li>• Deckungssummen</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>• Reaktion bei Problemen (Zeit und Qualität)</li> <li>• Unbürokratischer Kundenservice</li> <li>• Erreichbarkeit von Mitarbeitern</li> <li>• Reaktion auf Anfragen (Zeit und Qualität)</li> <li>• Kulanz</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><li>• Online-Vertragsabschluss</li></ul>
<b>Faires Preis-Leistungs-Verhältnis</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Preis-Leistungs-Verhältnis</li><li>• Kostentransparenz</li><li>• Preisstabilität</li><li>• Belohnung der Kundentreue</li><li>• Berechnung von Zeitwerten</li></ul>

## Teildimensionen der Fairness von Privat-Haftpflichtversicherern

### Fairness

#### Faire Tarifleistung

- Transparenz der Produkte und Leistungen
- Produktauswahl
- Qualität der Produkte
- Zuverlässigkeit der Produkte
- Flexible Produkte
- Sicherheit
- Forderungsausfalldeckung
- Deckungssummen

#### Faire Kundenberatung

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

#### Fairer Kundenservice

- Reaktion bei Problemen (Zeit und Qualität)
- Unbürokratischer Kundenservice
- Erreichbarkeit von Mitarbeitern
- Reaktion auf Anfragen (Zeit und Qualität)
- Kulanz

#### Faire Kundenkommunikation

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

#### Faires Preis-Leistungs-Verhältnis

- Preis-Leistungs-Verhältnis
- Kostentransparenz
- Preisstabilität
- Belohnung der Kundentreue
- Berechnung von Zeitwerten

## FOCUS-MONEY Kundenurteil: Faire Privat-Haftpflichtversicherer (I)

FAIRNESS	
sehr gut	Allianz
sehr gut	CosmosDirekt
sehr gut	DEVK
sehr gut	ERGO
sehr gut	Generali
sehr gut	HUK24
sehr gut	HUK-COBURG
sehr gut	LVM
sehr gut	Provinzial Versicherungsgruppe
sehr gut	SV SparkassenVersicherung
sehr gut	VGH
gut	Adam Riese
gut	CONCORDIA
gut	DIE HAFTPFLICHTKASSE
gut	Gothaer
gut	SIGNAL IDUNA
gut	WGV
gut	Württembergische
gut	WWK
	ARAG
	AXA
	BarmeniaDirekt
	Basler
	Debeka
	Die Continentale
	EUROPA
	HanseMerkur
	HDI
	helvetia
	Mecklenburgische
	NÜRNBERGER
	R+V
	Versicherungskammer Bayern
	VHV
	ZURICH

Faire Tarifleistung	
sehr gut	Allianz
sehr gut	CosmosDirekt
sehr gut	DEVK
sehr gut	ERGO
sehr gut	Generali
sehr gut	HUK24
sehr gut	HUK-COBURG
sehr gut	LVM
sehr gut	Provinzial Versicherungsgruppe
sehr gut	VGH
gut	Adam Riese
gut	CONCORDIA
gut	DIE HAFTPFLICHTKASSE
gut	Gothaer
gut	Mecklenburgische
gut	SIGNAL IDUNA
gut	SV SparkassenVersicherung
gut	Württembergische
gut	WWK
	ARAG
	AXA
	BarmeniaDirekt
	Basler
	Debeka
	Die Continentale
	EUROPA
	HanseMerkur
	HDI
	helvetia
	NÜRNBERGER
	R+V
	Versicherungskammer Bayern
	VHV
	WGV
	ZURICH

Faire Kundenberatung	
sehr gut	Allianz
sehr gut	CosmosDirekt
sehr gut	DEVK
sehr gut	Generali
sehr gut	HUK-COBURG
sehr gut	LVM
sehr gut	Provinzial Versicherungsgruppe
sehr gut	SV SparkassenVersicherung
sehr gut	VGH
gut	Adam Riese
gut	CONCORDIA
gut	Debeka
gut	ERGO
gut	HUK24
gut	Mecklenburgische
gut	Württembergische
gut	WWK
	ARAG
	AXA
	BarmeniaDirekt
	Basler
	Die Continentale
	DIE HAFTPFLICHTKASSE
	EUROPA
	Gothaer
	HanseMerkur
	HDI
	helvetia
	NÜRNBERGER
	R+V
	SIGNAL IDUNA
	Versicherungskammer Bayern
	VHV
	WGV
	ZURICH

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

## FOCUS-MONEY Kundenurteil: Faire Privat-Haftpflichtversicherer (II)

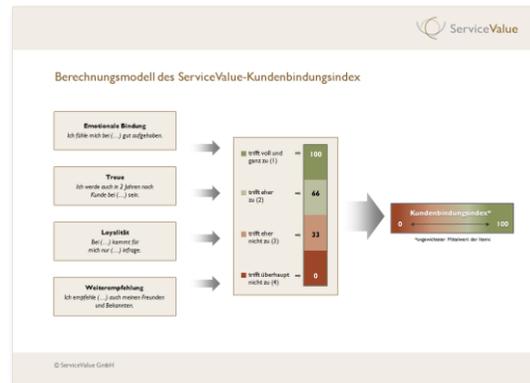
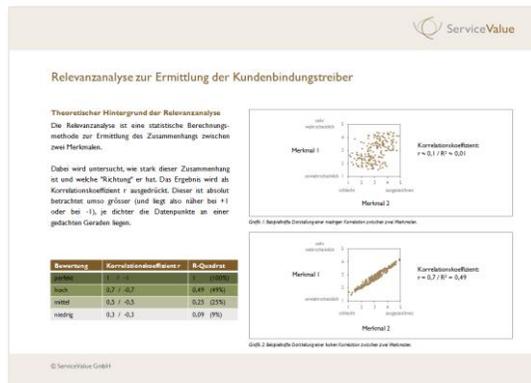
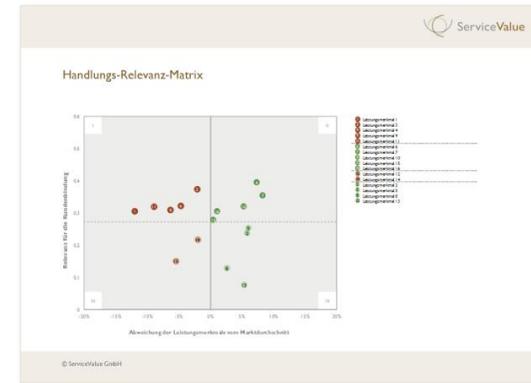
Fairer Kundenservice	
sehr gut	Allianz
sehr gut	CosmosDirekt
sehr gut	DEVK
sehr gut	ERGO
sehr gut	Generali
sehr gut	HUK24
sehr gut	HUK-COBURG
sehr gut	LVM
sehr gut	Provinzial Versicherungsgruppe
sehr gut	SV SparkassenVersicherung
sehr gut	VGH
gut	Adam Riese
gut	CONCORDIA
gut	DIE HAFTPFLICHTKASSE
gut	Gothaer
gut	SIGNAL IDUNA
gut	VHV
gut	Württembergische
gut	WWK
	ARAG
	AXA
	BarmeniaDirekt
	Basler
	Debeka
	Die Continentale
	EUROPA
	HanseMercur
	HDI
	helvetia
	Mecklenburgische
	NÜRNBERGER
	R+V
	Versicherungskammer Bayern
	WGV
	ZURICH

Faire Kundenkommunikation	
sehr gut	Allianz
sehr gut	CosmosDirekt
sehr gut	DEVK
sehr gut	DIE HAFTPFLICHTKASSE
sehr gut	ERGO
sehr gut	HUK24
sehr gut	HUK-COBURG
sehr gut	LVM
sehr gut	Provinzial Versicherungsgruppe
sehr gut	VGH
gut	Adam Riese
gut	Generali
gut	Gothaer
gut	R+V
gut	SIGNAL IDUNA
gut	SV SparkassenVersicherung
gut	WGV
gut	Württembergische
gut	WWK
	ARAG
	AXA
	BarmeniaDirekt
	Basler
	CONCORDIA
	Debeka
	Die Continentale
	EUROPA
	HanseMercur
	HDI
	helvetia
	Mecklenburgische
	NÜRNBERGER
	Versicherungskammer Bayern
	VHV
	ZURICH

Faires Preis-Leistungs-Verhältnis	
sehr gut	Adam Riese
sehr gut	CosmosDirekt
sehr gut	DEVK
sehr gut	DIE HAFTPFLICHTKASSE
sehr gut	HUK24
sehr gut	HUK-COBURG
sehr gut	WGV
sehr gut	WWK
gut	Allianz
gut	ARAG
gut	CONCORDIA
gut	ERGO
gut	Generali
gut	Gothaer
gut	LVM
gut	Provinzial Versicherungsgruppe
gut	SIGNAL IDUNA
gut	SV SparkassenVersicherung
gut	VGH
	AXA
	BarmeniaDirekt
	Basler
	Debeka
	Die Continentale
	EUROPA
	HanseMercur
	HDI
	helvetia
	Mecklenburgische
	NÜRNBERGER
	R+V
	Versicherungskammer Bayern
	VHV
	Württembergische
	ZURICH

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

# Informationen werden anschaulich aufbereitet ...



Anonymisierte Musterfolien

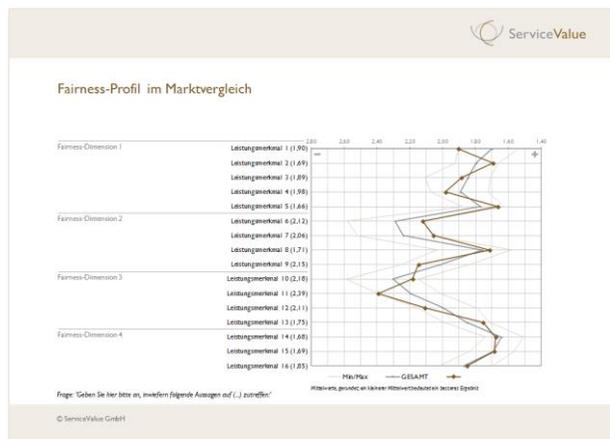
... und liefern Antworten auf Ihre Fragen. Im Folgenden finden Sie einige Beispiele.

## 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?

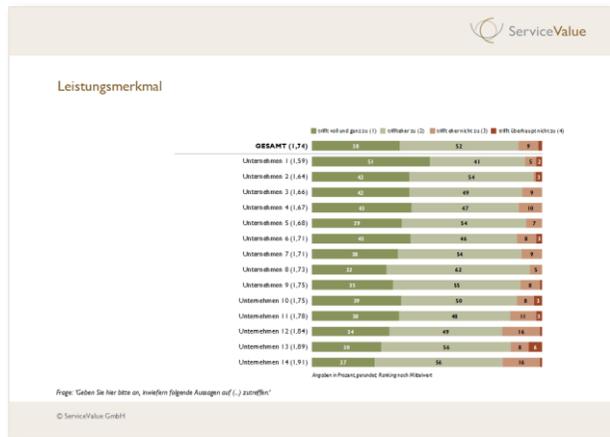
⇒ Klare Handlungsorientierung durch Handlungs-Relevanz-Matrix für jeden Anbieter



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

⇒ Fairness-Profil 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 Privat-Haftpflichtversicherern 2021“ (Einzelexemplar, 351 Seiten, PDF) zum Preis von 4.900,- € netto
- Ergebnispräsentation und Analysegespräch** inkl. Überlassung der Präsentations-Datei (PPT) zum Preis von 2.900,-€ netto (ggf. zzgl. anfallender Reisekosten)
- Vorteilsangebot**  
Benchmarkstudie „Kundenurteil: Fairness von Privat-Haftpflichtversicherern 2021“ (Einzelexemplar, 351 Seiten, PDF) und Ergebnispräsentation sowie Analysegespräch zum Preis von 6.800,- € netto (ggf. 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. 341

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 / DOC RABE Media – Fotolia.com

“Our business is value development  
by service excellence.”

ServiceValue GmbH

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