



Kundenurteil: Fairness von Tier-Kranken- versicherern 2019

Wettbewerbsanalyse mit Detail-Auswertungen
für 12 Tier-Krankenversicherer

Eine Untersuchung in Kooperation mit



Studienflyer mit Bestellformular

Studiensteckbrief

Studienkonzept	FOCUS MONEY und ServiceValue GmbH
Erhebungsmethode	Online-Befragung
Erhebungszeitraum	Juni 2019
Stichprobe	945 Kunden mit 1.082 Kundenurteilen zu 12 Tier-Krankenversicherern (Bewertung von bis zu zwei Tierversicherern, bei denen die Befragten in den letzten 24 Monaten Kunden waren)
Auswertung	<p>Umfassende Darstellung der Gesamtergebnisse</p> <p>Detailergebnisse für <u>12 Tier-Krankenversicherer</u>:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ADCURI • AGILA Tierversicherung • Allianz • Barmenia • DEVK • ERGO • Gothaer • Helvetia • Petplan • R+V • Uelzener • Zurich
Gesamtumfang	156 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
Faire Tarifleistung	<ul style="list-style-type: none"> • Transparenz der Produkte und Leistungen • Tarifauswahl • Zuverlässigkeit der Produkte • Sicherheit • Flexible Produkte
Faire Kundenkommunikation	<ul style="list-style-type: none"> • Verständlichkeit der Kommunikation • Verständlichkeit der Angebots- und Vertragsunterlagen • Angemessener Informationsumfang • Orientierung auf der Website • Online-Vertragsabschluss
Faire Kundenberatung	<ul style="list-style-type: none"> • Eingehen auf Kundenbedürfnisse • Auskunftsfähigkeit und -bereitschaft • Fachkompetenz • Verbindlichkeit von Aussagen

Studiendesign (II)

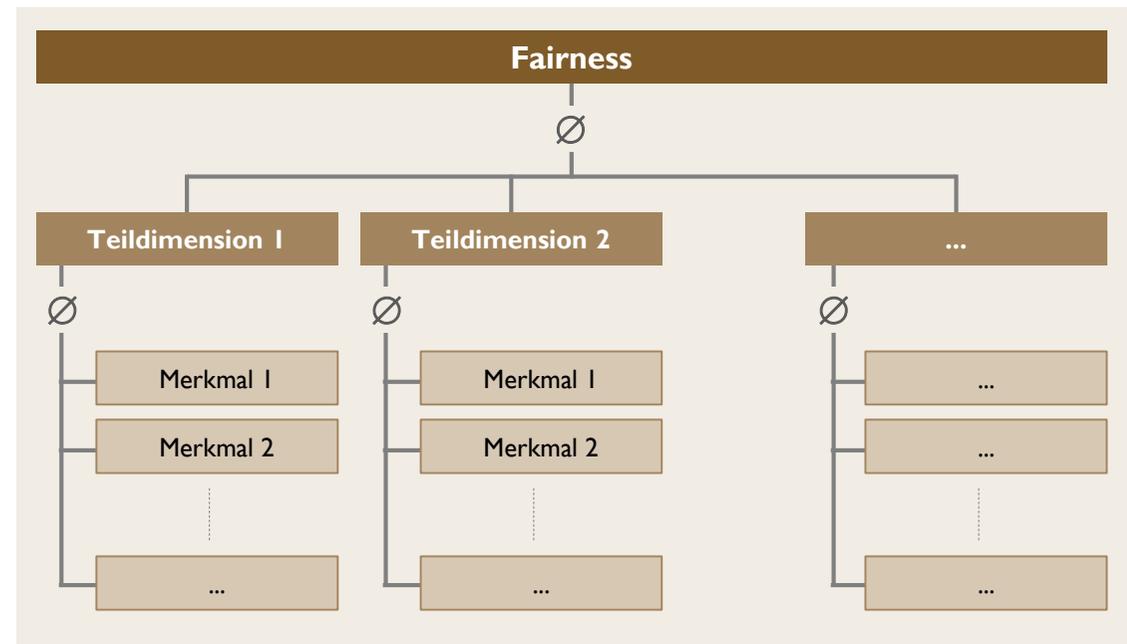
<p>Fairer Kundenservice</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Erreichbarkeit von Mitarbeitern • Reaktion bei Problemen (Zeit und Qualität) • Unbürokratischer Kundenservice • Reaktion auf Anfragen (Zeit und Qualität)
<p>Faires Preis-Leistungs-Verhältnis</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Preis-Leistungs-Verhältnis • Kostentransparenz • Preisstabilität • Belohnung der Kundentreue
<p>Faire Leistungsabwicklung</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Verbindlichkeit von Leistungszusagen • Reaktionszeit im Leistungsfall • Unkompliziertheit der Leistungsabwicklung • Nachvollziehbarkeit der Leistungsabwicklung • Dauer bei Leistungserstattungen

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 Tier-Krankenversicherern

Fairness

Faire Tarifleistung

- Transparenz der Produkte und Leistungen
- Tarifauswahl
- Zuverlässigkeit der Produkte
- Sicherheit
- Flexible Produkte

Faire Kundenkommunikation

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

Faire Kundenberatung

- Eingehen auf Kundenbedürfnisse
- Auskunftsfähigkeit und -bereitschaft
- Fachkompetenz
- Verbindlichkeit von Aussagen

Fairer Kundenservice

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

Faires Preis-Leistungs-Verhältnis

- Preis-Leistungs-Verhältnis
- Kostentransparenz
- Preisstabilität
- Belohnung der Kundentreue

Faire Leistungsabwicklung

- Verbindlichkeit von Leistungszusagen
- Reaktionszeit im Leistungsfall
- Unkompliziertheit der Leistungsabwicklung
- Nachvollziehbarkeit der Leistungsabwicklung
- Dauer bei Leistungserstattungen

FOCUS-MONEY Kundenurteil: Fairer Tier-Krankenversicherer (I)

FAIRNESS	
sehr gut	AGILA Tierversicherung
sehr gut	R+V
sehr gut	Uelzener
gut	Allianz
gut	Gothaer
gut	Zurich
	ADCURI
	Barmenia
	DEVK
	ERGO
	Helvetia
	Petplan

Faire Tarifleistung	
sehr gut	AGILA Tierversicherung
sehr gut	R+V
sehr gut	Uelzener
gut	Allianz
gut	Gothaer
gut	Petplan
	ADCURI
	Barmenia
	DEVK
	ERGO
	Helvetia
	Zurich

Faire Kundenkommunikation	
sehr gut	AGILA Tierversicherung
sehr gut	R+V
sehr gut	Uelzener
gut	Allianz
gut	DEVK
gut	Gothaer
gut	Zurich
	ADCURI
	Barmenia
	ERGO
	Helvetia
	Petplan

Faire Kundenberatung	
sehr gut	AGILA Tierversicherung
sehr gut	Allianz
sehr gut	R+V
sehr gut	Uelzener
gut	DEVK
gut	Gothaer
gut	Zurich
	ADCURI
	Barmenia
	ERGO
	Helvetia
	Petplan

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

FOCUS-MONEY Kundenurteil: Fairer Tier-Krankenversicherer (II)

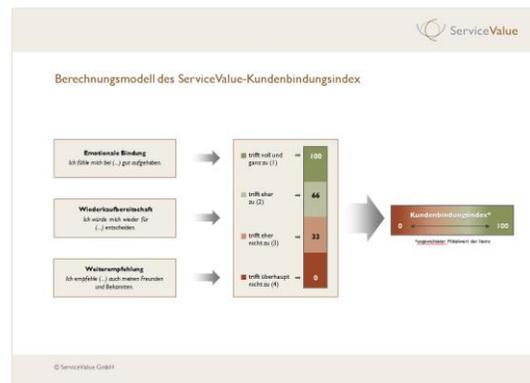
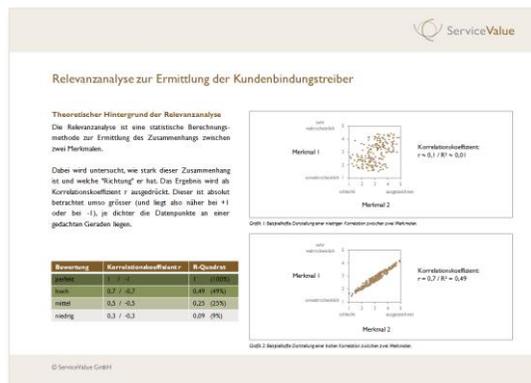
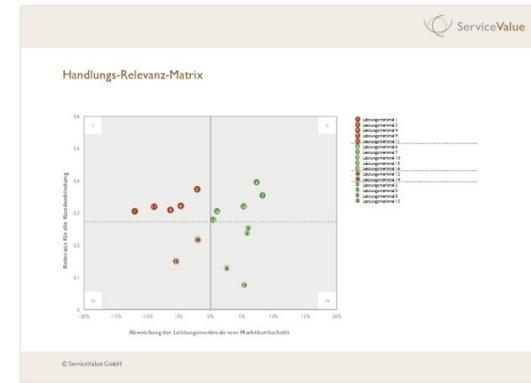
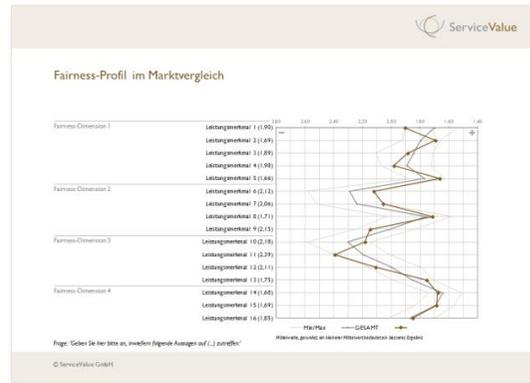
Fairer Kundenservice	
sehr gut	AGILA Tierversicherung
sehr gut	Allianz
sehr gut	R+V
sehr gut	Uelzener
sehr gut	Zurich
gut	DEVK
gut	Gothaer
	ADCURI
	Barmenia
	ERGO
	Helvetia
	Petplan

Faires Preis-Leistungs-Verhältnis	
sehr gut	AGILA Tierversicherung
sehr gut	Uelzener
sehr gut	Zurich
gut	Allianz
gut	Gothaer
gut	R+V
	ADCURI
	Barmenia
	DEVK
	ERGO
	Helvetia
	Petplan

Faire Leistungsabwicklung	
sehr gut	AGILA Tierversicherung
sehr gut	Uelzener
gut	Allianz
gut	Gothaer
gut	R+V
gut	Zurich
	ADCURI
	Barmenia
	DEVK
	ERGO
	Helvetia
	Petplan

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

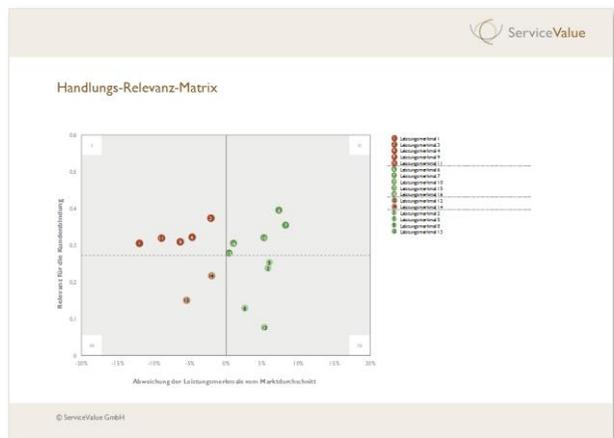
Informationen werden anschaulich aufbereitet ...



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 oder per FAX an +49 (0)221. 67 78 67 – 19

Bestellung

- Benchmarkstudie** „Kundenurteil: Fairness von Tier-Krankenversicherern 2019“ (Einzelexemplar, 156 Seiten, PDF)
zum Preis von 3.900,- € 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 Tier-Krankenversicherern 2019“ (Einzelexemplar, 156 Seiten, PDF)
und Ergebnispräsentation sowie Analysegespräch 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. 341

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: © dobrinya / Lorenzo_Ferrucci – Fotolia.com

“Our business is value development
by service excellence.”

ServiceValue GmbH

Dürener Straße 34 I
50935 Köln
www.ServiceValue.de