



ServiceAtlas Kfz-Versicherer 2020

Wettbewerbsanalyse zur
Kundenorientierung

Mit Detail-Auswertungen für 30 Kfz-Serviceversicherer
und 11 Kfz-Direktversicherer

Studienflyer und Bestellformular

Studiensteckbrief

Studienkonzept	ServiceValue GmbH
Erhebungsmethode	Online-Befragung
Erhebungszeitraum	August / September 2020
Stichprobe	<p>2.784 Kunden mit insgesamt 3.046 Urteilen, davon:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 2.237 Urteile zu 30 Kfz-Serviceversicherern • 809 Urteile zu 11 Kfz-Direktversicherern <p>Bewertung von bis zu zwei Versicherern, bei denen die Befragten in den letzten 12 Monaten Kunde waren</p>
Auswertung	<p>Umfassende Darstellung der Gesamtergebnisse</p> <p><u>Detailergebnisse für 30 Kfz-Serviceversicherer</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • ADAC Versicherungen • Allianz • ALTE LEIPZIGER • AXA • Barmenia • Basler • BGV Badische • CONCORDIA • DEVK • ERGO • Generali • Gothaer • HDI • HUK-COBURG • Itzehoer • KRAVAG • LVM • NÜRNBERGER • Provinzial Nord Brandkasse • Provinzial Rheinland • R+V • SIGNAL IDUNA • SV Sparkassenversicherung • Versicherungskammer Bayern • VGH • VHV • Westfälische Provinzial • WGV • Württembergische • ZURICH <p><u>Detailergebnisse für 11 Kfz-Direktversicherer</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • AdmiralDirekt • Allianz Direct • Barmenia Direkt • BavariaDirekt • CosmosDirekt • DA direkt • EUROPA • HUK24 • R+V24 • Sparkassen DirektVersicherung • Verti
Gesamtumfang	521 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 • Determinanten der Kundenbindung • Kundenbindung nach Anzahl der proaktiven Angebote
Produkte	<ul style="list-style-type: none"> • Tarifauswahl / Tarifvielfalt • Transparenz der Tarife und Angebote • Qualität der Produkte • Deckungs-/Leistungserweiterungen • Bonusmöglichkeiten (Wenigfahrer, Single/Partner, Garage etc.) • Flexibilität der Produkte (Wahlmöglichkeit von Zusatzleistungen etc.)
Kundenberatung	<ul style="list-style-type: none"> • Beratungsqualität • Eingehen auf Kundenbedürfnisse • Verbindlichkeit von Aussagen • Abfrage aller relevanten Kriterien • Passgenauigkeit des Angebotes
Kundenkommunikation	<ul style="list-style-type: none"> • Kontaktmöglichkeit mit Mitarbeitern • Schriftliche Unterlagen / Werbung / Flyer • Verständlichkeit der Kommunikation (Rechnungen, Schadenformulare etc.) • Internetauftritt • Übersichtlichkeit der Website (Navigation und Suchfunktion)

Studiendesign (II)

Preis-Leistungs-Verhältnis	<ul style="list-style-type: none"> • Preis-Leistungs-Verhältnis • Kostentransparenz
Schadenregulierung	<ul style="list-style-type: none"> • Reaktionsgeschwindigkeit im Schadensfall • Einhalten von Zusagen im Schadensfall • Unkompliziertheit der Schadensabwicklung • Nachvollziehbarkeit der Schadensabwicklung • Regulierungsumfang im Schadensfall • Aktives Schadensmanagement (Werkstattservice über Versicherung)
Kundenservice	<ul style="list-style-type: none"> • Freundlichkeit und Höflichkeit der Mitarbeiter • Eigeninitiative der Mitarbeiter • Hilfsbereitschaft der Mitarbeiter • Qualität der allgemeinen Anliegenbearbeitung • Schnelligkeit bei der Abwicklung allgemeiner Anliegen • Angebotene (Service-) Zusatzleistungen • Fehlerfreiheit • Umgang mit allgemeinen Beschwerden / Reklamationen
Kundenbetreuung	<ul style="list-style-type: none"> • Belohnung von Kundentreue • Leistungserweiterungs- oder Wechselangebote zu günstigeren Tarifen • Regelmäßige Überprüfung von Versicherungsumfang und -beiträgen

Studiendesign (III)

<p>Telematik, Pay-as-you-drive und Schaden-Apps</p>	<p><u>Telematik-gestützte Informationssysteme</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Akzeptanz von telematik-gestützten Informationssystemen • Bereitschaft zur Erfassung von Daten bei Telematiksystemen • Analyse auf Gesamtebene sowie differenziert nach Autoherstellern <p><u>Pay-as-you-drive-Modell</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Attraktivität des Pay-as-you-drive-Modells • Nutzung des Pay-as-you-drive-Modells • Analyse auf Gesamtebene sowie differenziert nach Autoherstellern <p><u>Schaden-Apps</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Attraktivität von Schaden-Apps • Nutzung von Schaden-Apps • Analyse auf Gesamtebene sowie differenziert nach Autoherstellern
<p>Wie fahren die Deutschen?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Fahrerfahrung • Fahrleistung • Fahrgewohnheiten • Fahrstil • Kenntnisse von Verkehrsregeln • Verkehrsverstöße
<p>Weitere Fragestellungen</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Geschäftsstellenbesuch (bei Kfz-Serviceversicherern) • Häufigkeit proaktiver Angebote • Stresspotenzial im Kontakt • bevorzugter Kontaktweg bei Problemen • Planung eines Anbieterwechsels

Leistungskategorien und Bewertungskriterien (I)

Produkte	Kundenberatung	Kundenkommunikation
<ul style="list-style-type: none"> • Tarifauswahl / Tarifvielfalt • Transparenz der Tarife und Angebote • Qualität der Produkte • Deckungs-/Leistungserweiterungen • Bonusmöglichkeiten (Wenigfahrer, Single/Partner, Garage etc.) • Flexibilität der Produkte (Wahlmöglichkeit von Zusatzleistungen etc.) 	<ul style="list-style-type: none"> • Beratungsqualität • Eingehen auf Kundenbedürfnisse • Verbindlichkeit von Aussagen • Abfrage aller relevanten Kriterien • Passgenauigkeit des Angebotes 	<ul style="list-style-type: none"> • Kontaktmöglichkeit mit Mitarbeitern • Schriftliche Unterlagen / Werbung / Flyer • Verständlichkeit der Kommunikation (Rechnungen, Schadenformulare etc.) • Internetauftritt • Übersichtlichkeit der Website (Navigation und Suchfunktion)
Preis-Leistungs-Verhältnis	Schadenregulierung	
<ul style="list-style-type: none"> • Preis-Leistungs-Verhältnis • Kostentransparenz 	<ul style="list-style-type: none"> • Reaktionsgeschwindigkeit im Schadensfall • Einhalten von Zusagen im Schadensfall • Unkompliziertheit der Schadensabwicklung • Nachvollziehbarkeit der Schadensabwicklung • Regulierungsumfang im Schadensfall • Aktives Schadensmanagement (Werkstattservice über Versicherung) 	

Leistungskategorien und Bewertungskriterien (II)

Kundenservice

- Freundlichkeit und Höflichkeit der Mitarbeiter
- Eigeninitiative der Mitarbeiter
- Hilfsbereitschaft der Mitarbeiter
- Qualität der allgemeinen Anliegenbearbeitung
- Schnelligkeit bei der Abwicklung allgemeiner Anliegen
- Angebotene (Service-) Zusatzleistungen
- Fehlerfreiheit
- Umgang mit allgemeinen Beschwerden / Reklamationen

Kundenbetreuung

- Belohnung von Kundentreue
- Leistungserweiterungs- oder Wechselangebote zu günstigeren Tarifen
- Regelmäßige Überprüfung von Versicherungsumfang und -beiträgen

Auszeichnung – Kfz-Serviceversicherer (I)

GESAMT		Produkte		Kundenberatung		Kundenkommunikation	
sehr gut	Provinzial Rheinland	sehr gut	HUK-COBURG	sehr gut	LVM	sehr gut	Provinzial Rheinland
sehr gut	LVM	sehr gut	SV Sparkassenversicherung	sehr gut	HUK-COBURG	sehr gut	ADAC Versicherungen
sehr gut	SV Sparkassenversicherung	sehr gut	Provinzial Rheinland	sehr gut	Provinzial Rheinland	sehr gut	Allianz
sehr gut	HUK-COBURG	sehr gut	Westfälische Provinzial	sehr gut	CONCORDIA	sehr gut	SV Sparkassenversicherung
sehr gut	CONCORDIA	sehr gut	Allianz	sehr gut	SV Sparkassenversicherung	sehr gut	LVM
sehr gut	ADAC Versicherungen	sehr gut	LVM	sehr gut	Württembergische	sehr gut	HUK-COBURG
sehr gut	Westfälische Provinzial	sehr gut	Itzehoer	sehr gut	Westfälische Provinzial	sehr gut	CONCORDIA
sehr gut	Allianz	sehr gut	ADAC Versicherungen	sehr gut	Generali	sehr gut	VGH
gut	Itzehoer	gut	Generali	gut	ADAC Versicherungen	gut	Westfälische Provinzial
gut	Württembergische	gut	Provinzial Nord Brandkasse	gut	VGH	gut	Provinzial Nord Brandkasse
gut	Gothaer	gut	CONCORDIA	gut	Barmenia	gut	AXA
gut	VGH	gut	DEVK	gut	DEVK	gut	DEVK
gut	DEVK	gut	Basler	gut	Provinzial Nord Brandkasse	gut	Basler
gut	Provinzial Nord Brandkasse	gut	AXA	gut	Allianz	gut	Gothaer
gut	Basler	gut	Württembergische	gut	Basler	gut	SIGNAL IDUNA
gut	Generali	gut	Gothaer	gut	Itzehoer	gut	Generali
gut	BGV Badische	gut	VGH	gut	BGV Badische	gut	Itzehoer
	AXA		BGV Badische	gut	Gothaer	gut	Württembergische
	Barmenia		WGV		SIGNAL IDUNA		ZURICH
	WGV		VHV		NÜRNBERGER		BGV Badische
	NÜRNBERGER		R+V		WGV		Barmenia
	SIGNAL IDUNA		ZURICH		AXA		VHV
	R+V		NÜRNBERGER		ERGO		NÜRNBERGER
	VHV		ERGO		VHV		R+V
	ZURICH		SIGNAL IDUNA		KRAVAG		ERGO
	ERGO		Versicherungskammer Bayern		R+V		ALTE LEIPZIGER
	HDI		Barmenia		ZURICH		WGV
	KRAVAG		HDI		HDI		Versicherungskammer Bayern
	ALTE LEIPZIGER		KRAVAG		ALTE LEIPZIGER		HDI
	Versicherungskammer Bayern		ALTE LEIPZIGER		Versicherungskammer Bayern		KRAVAG

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“.

Auszeichnung – Kfz-Serviceversicherer (II)

Preis-Leistungs-Verhältnis		Schadenregulierung		Kundenservice		Kundenbetreuung	
sehr gut	CONCORDIA	sehr gut	Provinzial Rheinland	sehr gut	Provinzial Rheinland	sehr gut	Provinzial Rheinland
sehr gut	HUK-COBURG	sehr gut	Westfälische Provinzial	sehr gut	LVM	sehr gut	Allianz
sehr gut	Barmenia	sehr gut	CONCORDIA	sehr gut	Württembergische	sehr gut	SV Sparkassenversicherung
sehr gut	ADAC Versicherungen	sehr gut	LVM	sehr gut	Westfälische Provinzial	sehr gut	LVM
sehr gut	WGV	sehr gut	SV Sparkassenversicherung	sehr gut	SV Sparkassenversicherung	sehr gut	CONCORDIA
sehr gut	DEVK	sehr gut	HUK-COBURG	sehr gut	HUK-COBURG	sehr gut	ADAC Versicherungen
gut	Itzehoer	sehr gut	ADAC Versicherungen	gut	Gothaer	sehr gut	VGH
gut	Provinzial Rheinland	sehr gut	Itzehoer	gut	CONCORDIA	sehr gut	BGV Badische
gut	Gothaer	sehr gut	Allianz	gut	ADAC Versicherungen	sehr gut	Basler
gut	SV Sparkassenversicherung	sehr gut	VGH	gut	VGH	gut	DEVK
gut	LVM	gut	WGV	gut	Allianz	gut	Württembergische
gut	Allianz	gut	Württembergische	gut	Generali	gut	Westfälische Provinzial
gut	Basler	gut	Generali	gut	Basler	gut	Gothaer
gut	BGV Badische	gut	Gothaer	gut	Provinzial Nord Brandkasse	gut	AXA
gut	NÜRNBERGER	gut	Provinzial Nord Brandkasse	gut	Itzehoer	gut	Generali
	Westfälische Provinzial	gut	ZURICH		DEVK	gut	HUK-COBURG
	AXA	gut	R+V		BGV Badische	gut	Itzehoer
	VHV	gut	BGV Badische		WGV	gut	Provinzial Nord Brandkasse
	Provinzial Nord Brandkasse		SIGNAL IDUNA		VHV		Barmenia
	ALTE LEIPZIGER		DEVK		AXA		SIGNAL IDUNA
	R+V		NÜRNBERGER		NÜRNBERGER		ALTE LEIPZIGER
	SIGNAL IDUNA		Barmenia		KRAVAG		ERGO
	VGH		Basler		R+V		R+V
	HDI		ERGO		Versicherungskammer Bayern		NÜRNBERGER
	Generali		AXA		SIGNAL IDUNA		ZURICH
	ERGO		VHV		ZURICH		VHV
	KRAVAG		KRAVAG		ERGO		HDI
	Württembergische		HDI		HDI		WGV
	ZURICH		Versicherungskammer Bayern		Barmenia		Versicherungskammer Bayern
	Versicherungskammer Bayern		ALTE LEIPZIGER		ALTE LEIPZIGER		KRAVAG

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“.

Auszeichnung – Kfz-Direktversicherer

GESAMT	
sehr gut	CosmosDirekt
sehr gut	HUK24
sehr gut	Sparkassen DirektVersicherung
gut	EUROPA
gut	R+V24
gut	Barmenia Direkt
	Allianz Direct
	BavariaDirekt
	Verti
	DA direkt
	AdmiralDirekt

Produkte	
sehr gut	CosmosDirekt
sehr gut	HUK24
sehr gut	Sparkassen DirektVersicherung
gut	EUROPA
gut	Barmenia Direkt
gut	R+V24
	BavariaDirekt
	Allianz Direct
	Verti
	DA direkt
	AdmiralDirekt

Kundenberatung	
sehr gut	CosmosDirekt
sehr gut	HUK24
sehr gut	EUROPA
gut	Sparkassen DirektVersicherung
gut	Barmenia Direkt
	R+V24
	DA direkt
	Verti
	Allianz Direct
	BavariaDirekt
	AdmiralDirekt

Kundenkommunikation	
sehr gut	HUK24
sehr gut	CosmosDirekt
gut	Sparkassen DirektVersicherung
gut	R+V24
gut	EUROPA
	Barmenia Direkt
	DA direkt
	BavariaDirekt
	AdmiralDirekt
	Allianz Direct
	Verti

Preis-Leistungs-Verhältnis	
sehr gut	CosmosDirekt
sehr gut	HUK24
gut	Barmenia Direkt
gut	R+V24
gut	EUROPA
	DA direkt
	BavariaDirekt
	Sparkassen DirektVersicherung
	Verti
	AdmiralDirekt
	Allianz Direct

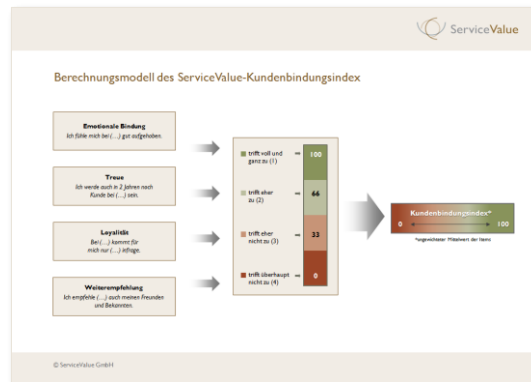
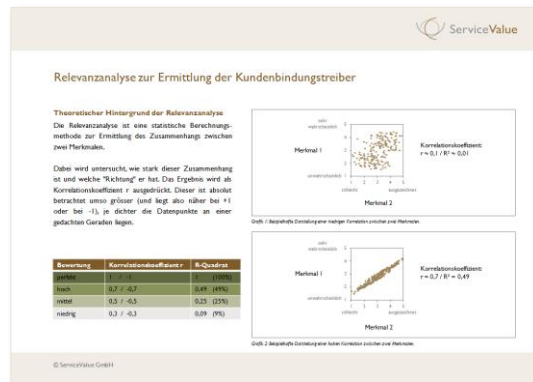
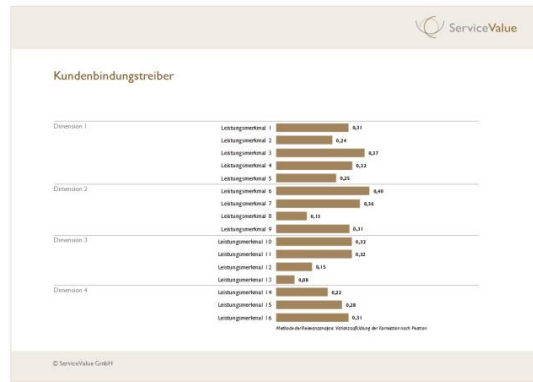
Schadenregulierung	
sehr gut	Sparkassen DirektVersicherung
sehr gut	HUK24
sehr gut	CosmosDirekt
gut	R+V24
gut	EUROPA
	Allianz Direct
	DA direkt
	Barmenia Direkt
	BavariaDirekt
	Verti
	AdmiralDirekt

Kundenservice	
sehr gut	HUK24
sehr gut	CosmosDirekt
sehr gut	Sparkassen DirektVersicherung
gut	R+V24
gut	Barmenia Direkt
gut	Allianz Direct
	EUROPA
	Verti
	DA direkt
	BavariaDirekt
	AdmiralDirekt

Kundenbetreuung	
sehr gut	Sparkassen DirektVersicherung
sehr gut	EUROPA
sehr gut	CosmosDirekt
gut	Barmenia Direkt
gut	HUK24
gut	Allianz Direct
	R+V24
	BavariaDirekt
	Verti
	AdmiralDirekt
	DA direkt

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 ...



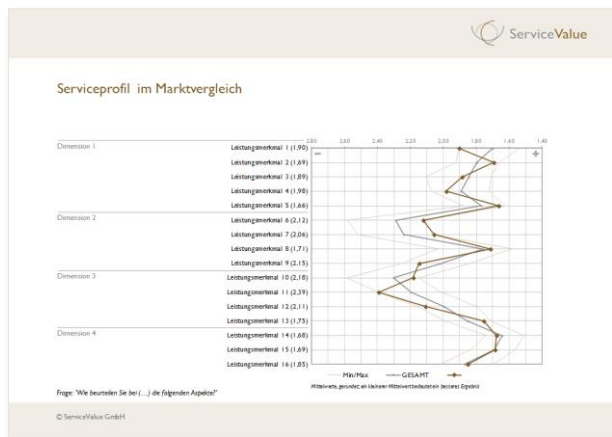
Anonymisierte Musterfolien

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

Ihre Fragen – unsere Antworten (I)

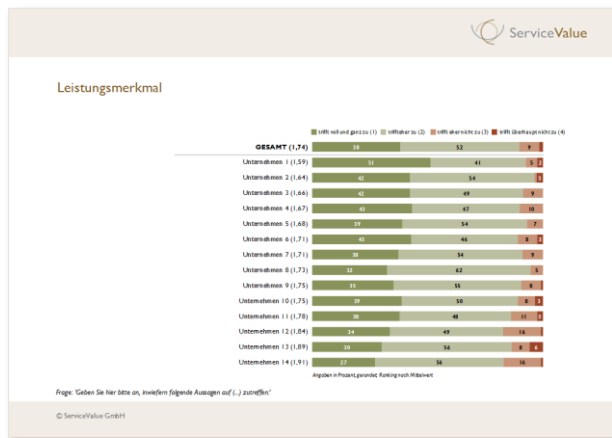


- Welche Stärken und Schwächen weisen die einzelnen Anbieter auf?
 - Auf welche Handlungsfelder sollten die einzelnen Anbieter hohe Aufmerksamkeit in der Optimierung richten?
- ⇒ Klare Handlungsorientierung durch Handlungs-Relevanz-Matrix für jeden Anbieter



- Bei welchen Service- und Leistungsattributen ist ein Anbieter besser / schlechter als der Gesamtmarkt?
- ⇒ Serviceprofil 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 Kfz-Versicherer 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 Kfz-Versicherer 2020** – Wettbewerbsanalyse zur Kundenorientierung (521 Seiten, PDF)
zum Preis von 4.500,- € netto
- Vorteilsangebot** ServiceAtlas Kfz-Versicherer 2020 (521 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

Herausgeber

ServiceValue GmbH

Dürener Str. 34I

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: © godfer – Fotolia.com

“Our business is value development
by service excellence.”

ServiceValue GmbH

Dürener Straße 34 I
50935 Köln
www.ServiceValue.de