



Kundenurteil: Fairness von Reisegepäck- versicherern 2021

Wettbewerbsanalyse mit Detail-Auswertungen
für 11 Reisegepäckversicherer

Eine Untersuchung in Kooperation mit



Studienflyer mit Bestellformular



Studiensteckbrief

Studienkonzept	FOCUS-MONEY und ServiceValue GmbH
Erhebungsmethode	Online-Befragung
Erhebungszeitraum	April / Mai 2021
Stichprobe	570 Kunden mit 743 Urteilen zu 11 Reisegepäckversicherern (Bewertung von bis zu zwei Reisegepäckversicherern, bei denen die Befragten in den letzten 36 Monaten Kunden waren)
Auswertung	<p>Umfassende Darstellung der Gesamtergebnisse</p> <p>Detailergebnisse für 11 Reisegepäckversicherer:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ADAC Versicherungen • Allianz Reiseversicherungen • Allianz Travel • Barmenia • Barmenia direkt • ERGO Reiseversicherung • Generali Deutschland • HanseMerkur • NÜRNBERGER • SIGNAL IDUNA • TravelSecure
Gesamtumfang	142 Seiten Chart-Berichtsband (PDF)

Studiendesign (I)

Gesamtaussagen	<ul style="list-style-type: none"> • Kundenorientierung • Ruf und Image
Kundenbindung	<ul style="list-style-type: none"> • Emotionale Bindung • Treue • Loyalität • Weiterempfehlung
Faires Produktangebot	<ul style="list-style-type: none"> • Flexibilität der Produkte • Gefühl der Sicherheit • Verständliche Versicherungsbedingungen • Transparenz der Leistungsausschlüsse • Qualität der Versicherungsleistungen
Faire Leistungsabwicklung	<ul style="list-style-type: none"> • Unkompliziertheit der Leistungsabwicklung • Nachvollziehbarkeit der Leistungsabwicklung • Einhalten von Leistungszusagen • Reaktionsgeschwindigkeit • Qualität der Anliegenbearbeitung • Umgang mit Beschwerden / Reklamationen • Schnelle Leistungserstattungen
Faire Kundenberatung	<ul style="list-style-type: none"> • Freundlichkeit der Mitarbeiter • Kompetenz der Mitarbeiter • Beratungsqualität • Eigeninitiative der Mitarbeiter

Studiendesign (II)

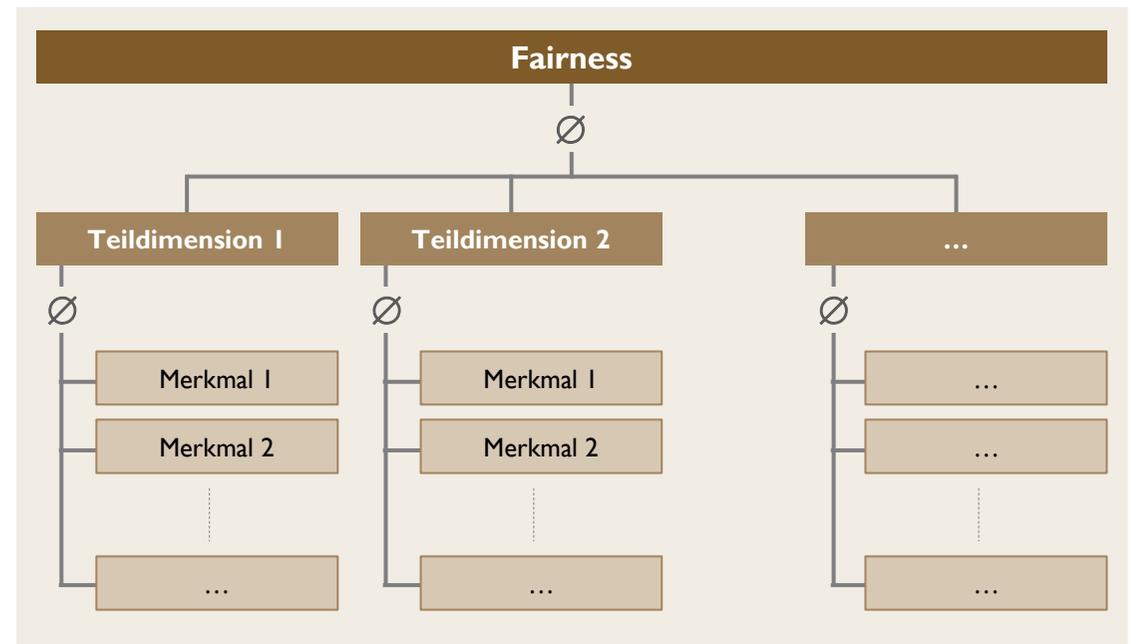
Faire Kundenkommunikation	<ul style="list-style-type: none">• Erreichbarkeit von Mitarbeitern• Verbindlichkeit der Aussagen• Verständlichkeit der Vertragsunterlagen• Transparenz der Pflichten im Schadenfall
Faires Preis-Leistungs- Verhältnis	<ul style="list-style-type: none">• Preis-Leistungs-Verhältnis• Kostentransparenz• Beitragsstabilität

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 Reisegepäckversicherern

Fairness

Faires Produktangebot

- Flexibilität der Produkte
- Gefühl der Sicherheit
- Verständliche Versicherungsbedingungen
- Transparenz der Leistungsausschlüsse
- Qualität der Versicherungsleistungen

Faire Leistungsabwicklung

- Unkompliziertheit der Leistungsabwicklung
- Nachvollziehbarkeit der Leistungsabwicklung
- Einhalten von Leistungszusagen
- Reaktionsgeschwindigkeit
- Qualität der Anliegenbearbeitung
- Umgang mit Beschwerden / Reklamationen
- Schnelle Leistungserstattungen

Faire Kundenberatung

- Freundlichkeit der Mitarbeiter
- Kompetenz der Mitarbeiter
- Beratungsqualität
- Eigeninitiative der Mitarbeiter

Faire Kundenkommunikation

- Erreichbarkeit von Mitarbeitern
- Verbindlichkeit der Aussagen
- Verständlichkeit der Vertragsunterlagen
- Transparenz der Pflichten im Schadenfall

Faires Preis-Leistungs-Verhältnis

- Preis-Leistungs-Verhältnis
- Kostentransparenz
- Beitragsstabilität

FOCUS-MONEY Kundenurteil: Fairer Reisegepäckversicherer

FAIRNESS	
sehr gut	ADAC Versicherungen
sehr gut	Allianz Reiseversicherungen
sehr gut	TravelSecure
gut	ERGO Reiseversicherung
gut	Generali Deutschland
gut	HanseMerkur
gut	SIGNAL IDUNA
	Allianz Travel
	Barmenia
	Barmenia direkt
	NÜRNBERGER

Faires Produktangebot	
sehr gut	ADAC Versicherungen
sehr gut	Allianz Reiseversicherungen
sehr gut	TravelSecure
gut	Allianz Travel
gut	Generali Deutschland
gut	HanseMerkur
	Barmenia
	Barmenia direkt
	ERGO Reiseversicherung
	NÜRNBERGER
	SIGNAL IDUNA

Faire Leistungsabwicklung	
sehr gut	ADAC Versicherungen
sehr gut	Allianz Reiseversicherungen
sehr gut	TravelSecure
gut	Barmenia direkt
gut	ERGO Reiseversicherung
gut	HanseMerkur
gut	SIGNAL IDUNA
	Allianz Travel
	Barmenia
	Generali Deutschland
	NÜRNBERGER

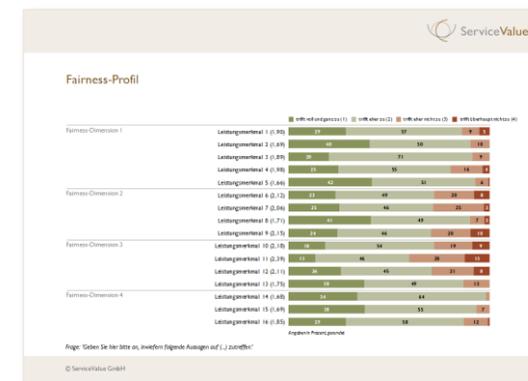
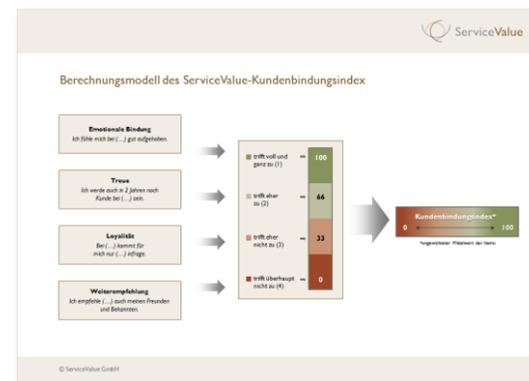
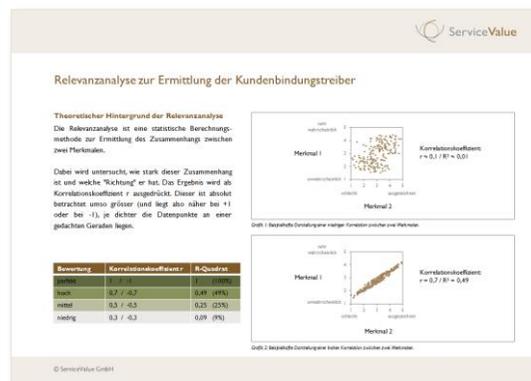
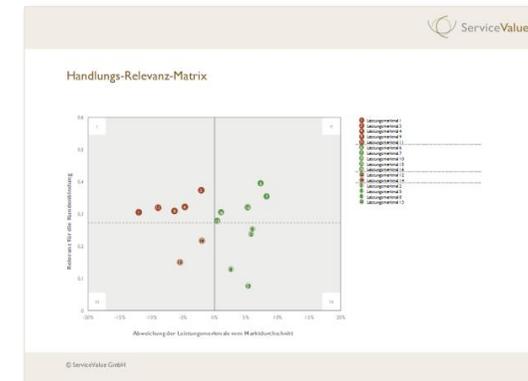
Faire Kundenberatung	
sehr gut	ADAC Versicherungen
sehr gut	SIGNAL IDUNA
sehr gut	TravelSecure
gut	Allianz Reiseversicherungen
gut	ERGO Reiseversicherung
gut	Generali Deutschland
	Allianz Travel
	Barmenia
	Barmenia direkt
	HanseMerkur
	NÜRNBERGER

Faire Kundenkommunikation	
sehr gut	ADAC Versicherungen
sehr gut	SIGNAL IDUNA
gut	Allianz Reiseversicherungen
gut	Generali Deutschland
gut	TravelSecure
	Allianz Travel
	Barmenia
	Barmenia direkt
	ERGO Reiseversicherung
	HanseMerkur
	NÜRNBERGER

Faires Preis-Leistungs-Verhältnis	
sehr gut	ADAC Versicherungen
sehr gut	Allianz Reiseversicherungen
sehr gut	Generali Deutschland
sehr gut	TravelSecure
gut	Barmenia direkt
gut	ERGO Reiseversicherung
gut	HanseMerkur
gut	SIGNAL IDUNA
	Allianz Travel
	Barmenia
	NÜRNBERGER

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

Informationen werden anschaulich aufbereitet ...



Anonymisierte Musterfolien

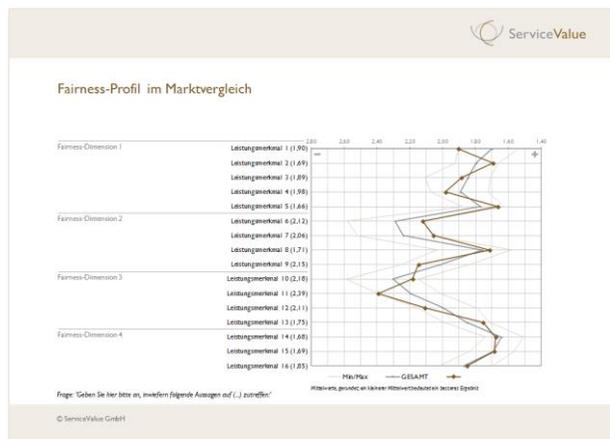
... und liefern Antworten auf Ihre Fragen. Im Folgenden finden Sie einige Beispiele.

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



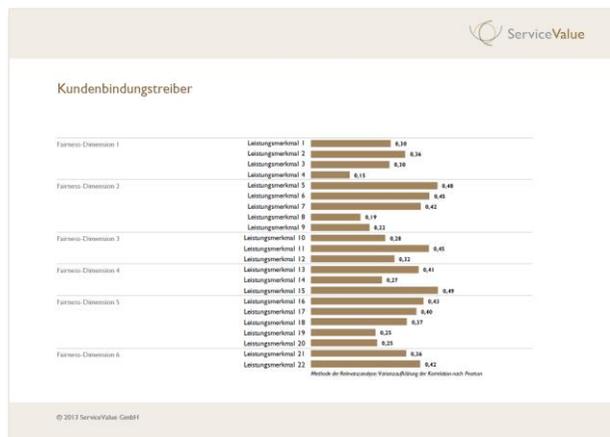
- Bei welchen Service- und Leistungsattributen ist ein Anbieter besser / schlechter als der Gesamtmarkt?

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

Bestellung

- Benchmarkstudie** „Kundenurteil: Fairness von Reisegepäckversicherern 2021“ (Einzelexemplar, 142 Seiten, PDF)
zum Preis von 3.200,- € 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 Reisegepäckversicherern 2021“ (Einzelexemplar, 142 Seiten, PDF)
und Ergebnispräsentation sowie Analysegespräch vor Ort zum Preis von 5.100,- € 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

ISBN 978-3-96472-191-4 (PDF)

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 / Ralf Geithe – Fotolia.com

“Our business is value development
by service excellence.”

ServiceValue GmbH

Dürener Straße 34 I
50935 Köln
www.ServiceValue.de