



ServiceAtlas Kfz-Versicherer 2021

Wettbewerbsanalyse zur
Kundenorientierung

Mit Detail-Auswertungen für 31 Kfz-Serviceversicherer
und 11 Kfz-Direktversicherer

Studienflyer und Bestellformular

Studiensteckbrief

Studienkonzept	ServiceValue GmbH
Erhebungsmethode	Online-Befragung
Erhebungszeitraum	August / September 2021
Stichprobe	<p>3.726 Kunden mit insgesamt 4.015 Urteilen, davon:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 3.032 Urteile zu 31 Kfz-Serviceversicherern • 983 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 31 Kfz-Serviceversicherer:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • ADAC Versicherung • Allianz • ALTE LEIPZIGER • AXA • Barmenia • Basler • BGV Badische • CONCORDIA • Debeka • DEVK • ERGO • Generali • Gothaer • HanseMerkur • HDI • HUK-COBURG • Itzehoer • KRAVAG • LVM • Mecklenburgische • NÜRNBERGER • Provinzial Versicherungsgruppe • R+V • SIGNAL IDUNA • SV SparkassenVersicherung • Versicherungskammer Bayern • VGH • VHV • 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	529 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)

<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

Studiendesign (III)

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

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 Versicherungsgruppe	sehr gut	SV SparkassenVersicherung	sehr gut	LVM	sehr gut	Provinzial Versicherungsgruppe
sehr gut	LVM	sehr gut	HUK-COBURG	sehr gut	VGH	sehr gut	VGH
sehr gut	HUK-COBURG	sehr gut	Provinzial Versicherungsgruppe	sehr gut	Provinzial Versicherungsgruppe	sehr gut	HUK-COBURG
sehr gut	VGH	sehr gut	LVM	sehr gut	HUK-COBURG	sehr gut	CONCORDIA
sehr gut	SV SparkassenVersicherung	sehr gut	DEVK	sehr gut	Generali	sehr gut	Generali
sehr gut	CONCORDIA	sehr gut	VGH	sehr gut	CONCORDIA	sehr gut	SV SparkassenVersicherung
sehr gut	ADAC Versicherung	sehr gut	R+V	sehr gut	Allianz	sehr gut	LVM
sehr gut	Allianz	sehr gut	Allianz	gut	SV SparkassenVersicherung	sehr gut	Allianz
gut	Generali	sehr gut	Generali	gut	BGV Badische	gut	Mecklenburgische
gut	Gothaer	sehr gut	ADAC Versicherung	gut	Gothaer	gut	ERGO
gut	DEVK	gut	WGV	gut	ADAC Versicherung	gut	ADAC Versicherung
gut	BGV Badische	gut	ERGO	gut	R+V	gut	Barmenia
gut	WGV	gut	CONCORDIA	gut	Mecklenburgische	gut	Basler
gut	R+V	gut	Itzehoer	gut	DEVK	gut	Gothaer
gut	Württembergische	gut	Gothaer	gut	Württembergische	gut	Württembergische
gut	ERGO	gut	Basler	gut	Barmenia	gut	R+V
	Itzehoer	gut	BGV Badische	gut	ERGO		VHV
	Basler		VHV		WGV		DEVK
	Barmenia		AXA		Basler		SIGNAL IDUNA
	VHV		Württembergische		AXA		BGV Badische
	Mecklenburgische		Barmenia		Versicherungskammer Bayern		ALTE LEIPZIGER
	AXA		Mecklenburgische		ZURICH		Debeka
	SIGNAL IDUNA		HDI		Itzehoer		Itzehoer
	Debeka		SIGNAL IDUNA		VHV		WGV
	NÜRNBERGER		Versicherungskammer Bayern		NÜRNBERGER		ZURICH
	ZURICH		ZURICH		HDI		HDI
	HDI		NÜRNBERGER		SIGNAL IDUNA		Versicherungskammer Bayern
	HanseMerkur		KRAVAG		ALTE LEIPZIGER		NÜRNBERGER
	ALTE LEIPZIGER		ALTE LEIPZIGER		Debeka		AXA
	Versicherungskammer Bayern		Debeka		KRAVAG		HanseMerkur
	KRAVAG		HanseMerkur		HanseMerkur		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	
sehr gut	WGV
sehr gut	HUK-COBURG
sehr gut	CONCORDIA
sehr gut	BGV Badische
sehr gut	ADAC Versicherung
sehr gut	LVM
sehr gut	Gothaer
gut	VGH
gut	Barmenia
gut	Provinzial Versicherungsgruppe
gut	Basler
gut	Allianz
gut	SV SparkassenVersicherung
gut	DEVK
gut	Itzehoer
gut	VHV
	ERGO
	R+V
	Württembergische
	ALTE LEIPZIGER
	KRAVAG
	AXA
	HDI
	SIGNAL IDUNA
	Generali
	HanseMerkur
	Mecklenburgische
	NÜRNBERGER
	Debeka
	ZURICH
	Versicherungskammer Bayern

Schadenregulierung	
sehr gut	Provinzial Versicherungsgruppe
sehr gut	LVM
sehr gut	WGV
sehr gut	HUK-COBURG
sehr gut	Allianz
sehr gut	ADAC Versicherung
sehr gut	SV SparkassenVersicherung
sehr gut	CONCORDIA
sehr gut	Generali
gut	Mecklenburgische
gut	Württembergische
gut	VGH
gut	DEVK
gut	R+V
gut	Barmenia
gut	Itzehoer
gut	Gothaer
	SIGNAL IDUNA
	AXA
	ZURICH
	Debeka
	HanseMerkur
	NÜRNBERGER
	ERGO
	Basler
	KRAVAG
	BGV Badische
	VHV
	ALTE LEIPZIGER
	HDI
	Versicherungskammer Bayern

Kundenservice	
sehr gut	Provinzial Versicherungsgruppe
sehr gut	LVM
sehr gut	Württembergische
sehr gut	SV SparkassenVersicherung
sehr gut	VGH
sehr gut	HUK-COBURG
gut	Allianz
gut	Generali
gut	R+V
gut	Gothaer
gut	ERGO
gut	DEVK
gut	VHV
gut	WGV
gut	ADAC Versicherung
gut	Mecklenburgische
gut	CONCORDIA
	Debeka
	Versicherungskammer Bayern
	BGV Badische
	Itzehoer
	ZURICH
	AXA
	Basler
	SIGNAL IDUNA
	HDI
	NÜRNBERGER
	Barmenia
	KRAVAG
	HanseMerkur
	ALTE LEIPZIGER

Kundenbetreuung	
sehr gut	ADAC Versicherung
sehr gut	CONCORDIA
sehr gut	Provinzial Versicherungsgruppe
sehr gut	Allianz
sehr gut	SV SparkassenVersicherung
sehr gut	BGV Badische
sehr gut	LVM
sehr gut	Gothaer
sehr gut	Generali
gut	VGH
gut	Basler
gut	ERGO
gut	HUK-COBURG
gut	DEVK
gut	Itzehoer
gut	HanseMerkur
gut	NÜRNBERGER
	Debeka
	Württembergische
	SIGNAL IDUNA
	Barmenia
	R+V
	ALTE LEIPZIGER
	AXA
	HDI
	VHV
	ZURICH
	WGV
	Versicherungskammer Bayern
	Mecklenburgische
	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	R+V24
sehr gut	HUK24
sehr gut	EUROPA
gut	Allianz Direkt
gut	Barmenia Direkt
gut	Sparkassen DirektVersicherung
	AdmiralDirekt
	BavariaDirekt
	DA direkt
	Verti

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

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

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

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

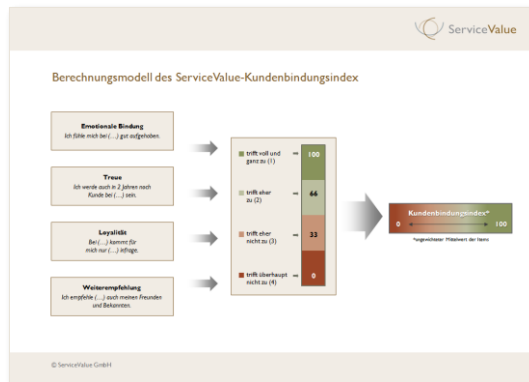
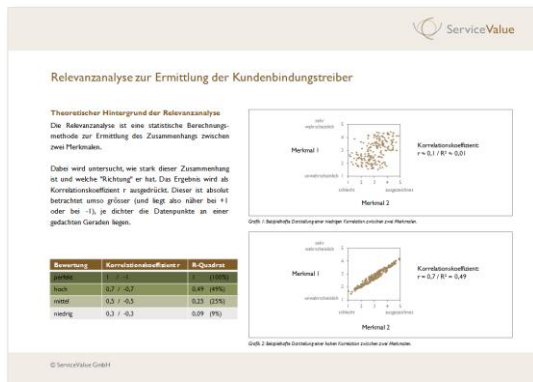
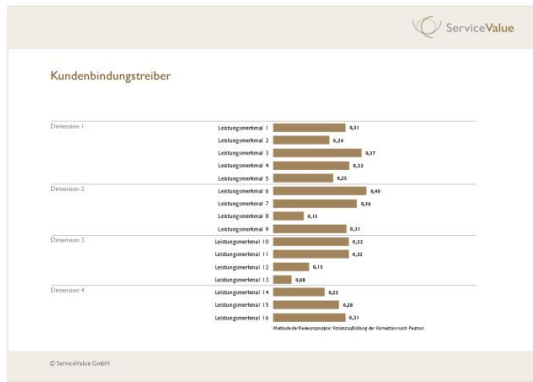
Schadenregulierung	
sehr gut	CosmosDirekt
sehr gut	HUK24
sehr gut	EUROPA
sehr gut	R+V24
gut	Allianz Direkt
gut	AdmiralDirekt
gut	Sparkassen DirektVersicherung
	Barmenia Direkt
	BavariaDirekt
	DA direkt
	Verti

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

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



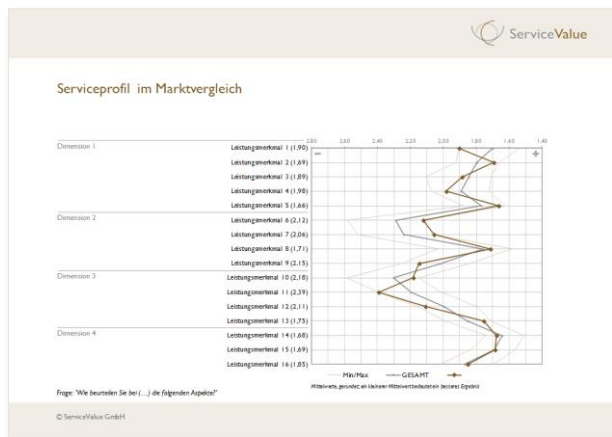
Anonymisierte Musterfolien

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

Ihre Fragen – unsere Antworten (I)

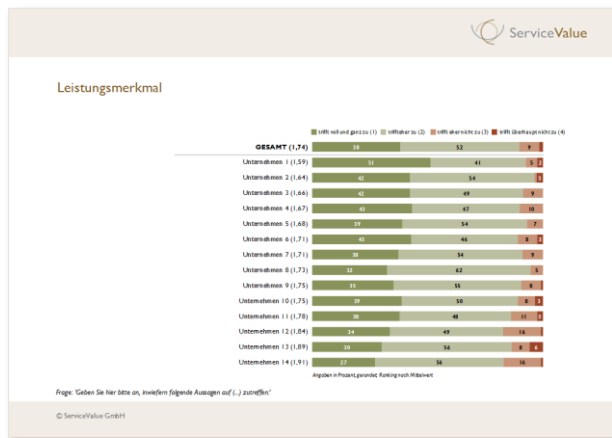


- Welche Stärken und Schwächen weisen die einzelnen Anbieter auf?
 - Auf welche Handlungsfelder sollten die einzelnen Anbieter hohe Aufmerksamkeit in der Optimierung richten?
- ⇒ Klare Handlungsorientierung durch Handlungs-Relevanz-Matrix für jeden Anbieter



- 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 2021. Die Bezugsberechtigung und Lizenzgebühr werden individuell geprüft und das Gütesiegel entsprechend angefertigt.)
- Ergebnispräsentation und Analysegespräch inkl. Überlassung der Präsentations-Datei**
zum Preis von 2.900,-€ netto (ggf. zzgl. anfallender Reisekosten)
- ServiceAtlas Kfz-Versicherer 2021 – Wettbewerbsanalyse zur Kundenorientierung (529 Seiten, PDF)**
zum Preis von 4.900,-€ netto
- Vorteilsangebot ServiceAtlas Kfz-Versicherer 2021 (529 Seiten, PDF) und Ergebnispräsentation sowie Analysegespräch**
zum Preis von 6.800,-€ netto (ggf. 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