



# Kundenurteil: Fairness von Versicherern 2022

Wettbewerbsanalyse mit Detail-Auswertungen für 39 große Voll-Versicherer

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>	März / April 2022
<b>Stichprobe</b>	2.647 Kunden mit 3.897 Urteilen zu 39 Versicherern (Bewertung von bis zu drei Versicherern, bei denen die Befragten in den letzten 12 Monaten Kunden waren)
<b>Auswertung</b>	<p>Umfassende Darstellung der Gesamtergebnisse</p> <p>Detailergebnisse für 39 Versicherer:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Allianz</li> <li>• Alte Leipziger - Hallesche</li> <li>• ARAG</li> <li>• AXA</li> <li>• Barmenia</li> <li>• Basler</li> <li>• BGV Badische</li> <li>• CONCORDIA</li> <li>• CosmosDirekt</li> <li>• DBV</li> <li>• Debeka</li> <li>• DEVK</li> <li>• Die Continentale</li> <li>• ERGO</li> <li>• EUROPA</li> <li>• Generali Deutschland</li> <li>• Gothaer</li> <li>• HanseMerkur</li> <li>• HDI</li> <li>• helvetia</li> <li>• HUK-COBURG</li> <li>• HUK24</li> <li>• Itzehoer</li> <li>• LVM</li> <li>• Mannheimer</li> <li>• Mecklenburgische</li> <li>• NÜRNBERGER</li> <li>• Provinzial Versicherungsgruppe</li> <li>• R+V</li> <li>• SIGNAL IDUNA</li> <li>• Sparkassen DirektVersicherung</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>	374 Seiten Chart-Berichtsband (PDF)

## Studiendesign (I)

<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 Kundenberatung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Eingehen auf Kundenbedürfnisse</li> <li>• Fachkompetenz</li> <li>• Soziale Kompetenz</li> <li>• Eigeninitiative der Mitarbeiter</li> <li>• Ehrlichkeit</li> <li>• Beratungsqualität</li> <li>• Regelmäßige Überprüfung von Versicherungsumfang und -beiträgen</li> <li>• Leistungserweiterungsangebote oder Wechselangebote</li> <li>• Belohnung von Kundentreue</li> </ul>
<b>Faire Kundenkommunikation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verbindlichkeit von Aussagen</li> <li>• Verständlichkeit der Angebots- und Vertragsunterlagen</li> <li>• Erreichbarkeit von Mitarbeitern</li> </ul>
<b>Faires Preis-Leistungs-Verhältnis</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Preis-Leistungs-Verhältnis</li> <li>• Kostentransparenz</li> </ul>
<b>Fairer Schutz und Vorsorge</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Qualität der Produkte</li> <li>• Transparenz der Tarife und Angebote</li> <li>• Sicherheit der Produkte</li> <li>• Flexibilität der Produkte</li> </ul>

## Studiendesign (II)

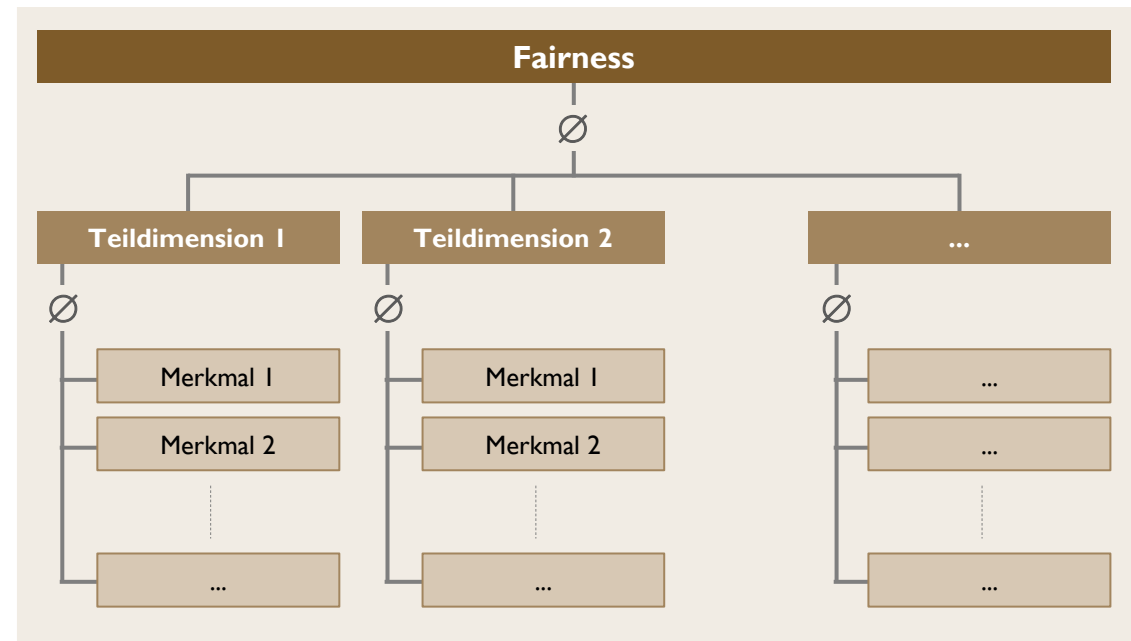
<b>Faire Leistungsabwicklung</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Unkompliziertheit der Leistungsabwicklung</li><li>• Nachvollziehbarkeit der Leistungsabwicklung</li><li>• Reaktionsgeschwindigkeit</li><li>• Qualität der Anliegenbearbeitung</li><li>• Einhalten von Zusagen</li><li>• Umgang mit Beschwerden / Reklamationen</li></ul>
<b>Nachhaltigkeit und Verantwortung</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Ökonomische Nachhaltigkeit</li><li>• Sozial verantwortliches Handeln</li><li>• Ökologische Nachhaltigkeit</li></ul>

## 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 Versicherern

### Fairness

#### Faire Kundenberatung

- Eingehen auf Kundenbedürfnisse
- Fachkompetenz
- Soziale Kompetenz
- Eigeninitiative der Mitarbeiter
- Ehrlichkeit
- Beratungsqualität
- Regelmäßige Überprüfung von Versicherungsumfang und -beiträgen
- Leistungserweiterungsangebote oder Wechselangebote
- Belohnung von Kundentreue

#### Faire Kundenkommunikation

- Verbindlichkeit von Aussagen
- Verständlichkeit der Angebots- und Vertragsunterlagen
- Erreichbarkeit von Mitarbeitern

#### Faires Preis-Leistungs-Verhältnis

- Preis-Leistungs-Verhältnis
- Kostentransparenz

#### Fairer Schutz und Vorsorge

- Qualität der Produkte
- Transparenz der Tarife und Angebote
- Sicherheit der Produkte
- Flexibilität der Produkte

#### Faire Leistungsabwicklung

- Unkompliziertheit der Leistungsabwicklung
- Nachvollziehbarkeit der Leistungsabwicklung
- Reaktionsgeschwindigkeit
- Qualität der Anliegenbearbeitung
- Einhalten von Zusagen
- Umgang mit Beschwerden / Reklamationen

#### Nachhaltigkeit und Verantwortung

- Ökonomische Nachhaltigkeit
- Sozial verantwortliches Handeln
- Ökologische Nachhaltigkeit

## FOCUS-MONEY Kundenurteil: Fairer Versicherer (I)

FAIRNESS	
sehr gut	Allianz
sehr gut	CosmosDirekt
sehr gut	DEVK
sehr gut	ERGO
sehr gut	Generali Deutschland
sehr gut	HUK24
sehr gut	HUK-COBURG
sehr gut	LVM
sehr gut	Mannheimer
sehr gut	Provinzial Versicherungsgruppe
sehr gut	SV SparkassenVersicherung
sehr gut	VGH
gut	Barmenia
gut	CONCORDIA
gut	Debeka
gut	Gothaer
gut	HanseMerkur
gut	HDI
gut	R+V
gut	SIGNAL IDUNA
gut	VHV
gut	wgv
gut	Württembergische
gut	WWK
gut	Zurich
	Alte Leipziger - Hallesche
	ARAG
	AXA
	Basler
	DBV
	Die Continentale
	EUROPA
	helvetia
	ltzehoer
	Mecklenburgische
	NÜRNBERGER
	Sparkassen DirektVersicherung
	Versicherungskammer Bayern

Faire Kundenberatung	
sehr gut	Allianz
sehr gut	CosmosDirekt
sehr gut	ERGO
sehr gut	Generali Deutschland
sehr gut	HUK24
sehr gut	HUK-COBURG
sehr gut	LVM
sehr gut	Mannheimer
sehr gut	Provinzial Versicherungsgruppe
sehr gut	SV SparkassenVersicherung
sehr gut	VGH
sehr gut	Württembergische
gut	BGV Badische
gut	CONCORDIA
gut	Debeka
gut	DEVK
gut	Gothaer
gut	R+V
gut	SIGNAL IDUNA
gut	VHV
gut	wgv
gut	WWK
gut	Zurich
	Alte Leipziger - Hallesche
	ARAG
	AXA
	Barmenia
	Basler
	DBV
	Die Continentale
	EUROPA
	HanseMerkur
	HDI
	helvetia
	ltzehoer
	Mecklenburgische
	NÜRNBERGER
	Sparkassen DirektVersicherung
	Versicherungskammer Bayern

Faire Kundenkommunikation	
sehr gut	Allianz
sehr gut	CosmosDirekt
sehr gut	DEVK
sehr gut	ERGO
sehr gut	Generali Deutschland
sehr gut	HUK-COBURG
sehr gut	LVM
sehr gut	Mannheimer
sehr gut	Provinzial Versicherungsgruppe
sehr gut	R+V
sehr gut	SV SparkassenVersicherung
sehr gut	VGH
gut	Barmenia
gut	Debeka
gut	Gothaer
gut	HanseMerkur
gut	HDI
gut	HUK24
gut	SIGNAL IDUNA
gut	VHV
gut	wgv
gut	Württembergische
gut	WWK
gut	Zurich
	Alte Leipziger - Hallesche
	ARAG
	AXA
	Basler
	BGV Badische
	CONCORDIA
	DBV
	Die Continentale
	EUROPA
	helvetia
	ltzehoer
	Mecklenburgische
	NÜRNBERGER
	Sparkassen DirektVersicherung
	Versicherungskammer Bayern

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

## FOCUS-MONEY Kundenurteil: Fairer Versicherer (II)

Faires Preis-Leistungs-Verhältnis		Fairer Schutz und Vorsorge	
sehr gut	Allianz	sehr gut	Allianz
sehr gut	CosmosDirekt	sehr gut	CosmosDirekt
sehr gut	DEVK	sehr gut	DEVK
sehr gut	ERGO	sehr gut	ERGO
sehr gut	HUK24	sehr gut	Generali Deutschland
sehr gut	HUK-COBURG	sehr gut	HUK24
sehr gut	LVM	sehr gut	HUK-COBURG
sehr gut	Mannheimer	sehr gut	LVM
sehr gut	SV SparkassenVersicherung	sehr gut	Mannheimer
gut	Barmenia	sehr gut	Provinzial Versicherungsgruppe
gut	CONCORDIA	sehr gut	R+V
gut	Debeka	sehr gut	SV SparkassenVersicherung
gut	EUROPA	sehr gut	VGH
gut	Generali Deutschland	gut	ARAG
gut	HanseMerkur	gut	Barmenia
gut	Provinzial Versicherungsgruppe	gut	Debeka
gut	SIGNAL IDUNA	gut	HanseMerkur
gut	VGH	gut	HDI
gut	VHV	gut	SIGNAL IDUNA
gut	wgv	gut	VHV
gut	WWK	gut	wgv
	Alte Leipziger - Hallesche	gut	Württembergische
	ARAG	gut	WWK
	AXA	gut	Zurich
	Basler		Alte Leipziger - Hallesche
	BGV Badische		AXA
	DBV		Basler
	Die Continentale		BGV Badische
	Gothaer		CONCORDIA
	HDI		DBV
	helvetia		Die Continentale
	Itzehoer		EUROPA
	Mecklenburgische		Gothaer
	NÜRNBERGER		helvetia
	R+V		Itzehoer
	Sparkassen DirektVersicherung		Mecklenburgische
	Versicherungskammer Bayern		NÜRNBERGER
	Württembergische		Sparkassen DirektVersicherung
	Zurich		Versicherungskammer Bayern

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



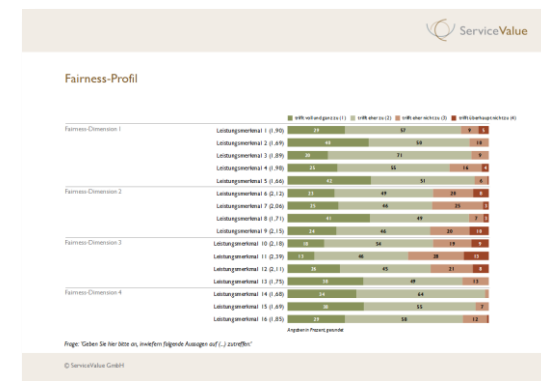
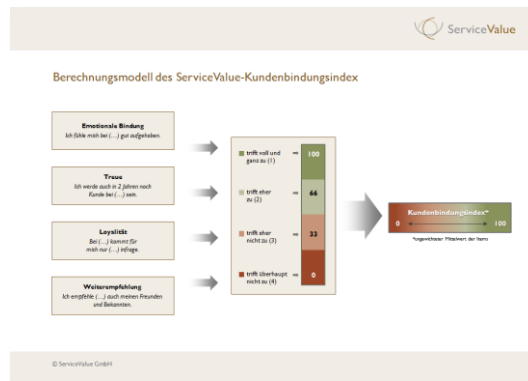
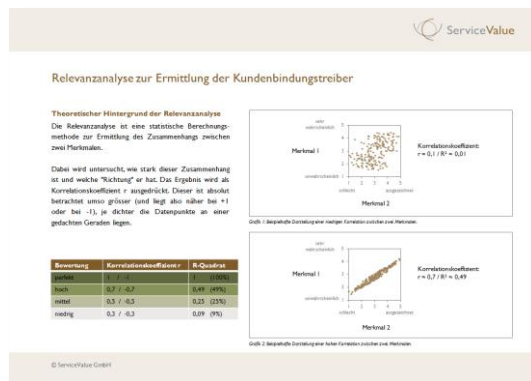
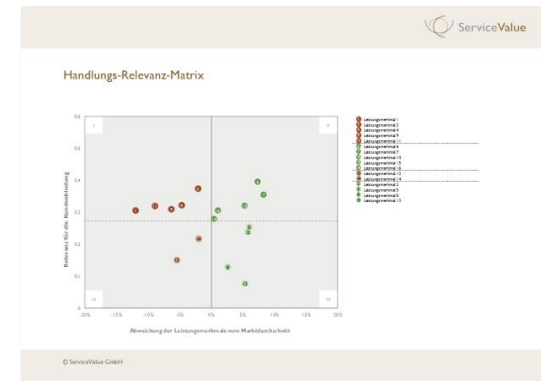
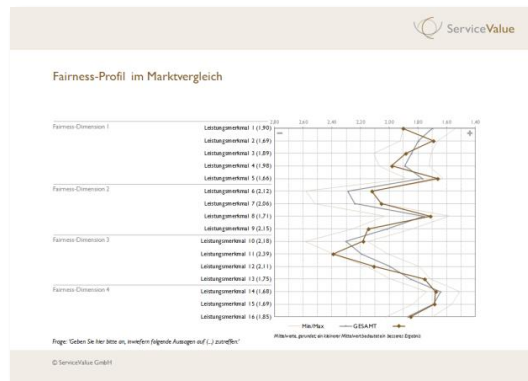
## FOCUS-MONEY Kundenurteil: Fairer Versicherer (III)

Faire Leistungsabwicklung	
sehr gut	Allianz
sehr gut	CosmosDirekt
sehr gut	ERGO
sehr gut	Generali Deutschland
sehr gut	HUK24
sehr gut	HUK-COBURG
sehr gut	LVM
sehr gut	Mannheimer
sehr gut	Provinzial Versicherungsgruppe
sehr gut	R+V
sehr gut	SV SparkassenVersicherung
sehr gut	VGH
gut	Barmenia
gut	CONCORDIA
gut	Debeka
gut	DEVK
gut	Gothaer
gut	HanseMerkur
gut	HDI
gut	SIGNAL IDUNA
gut	VHV
gut	wgv
gut	Württembergische
gut	WWK
gut	Zurich
	Alte Leipziger - Hallesche
	ARAG
	AXA
	Basler
	BGV Badische
	DBV
	Die Continentale
	EUROPA
	helvetia
	Itzehoer
	Mecklenburgische
	NÜRNBERGER
	Sparkassen DirektVersicherung
	Versicherungskammer Bayern

Nachhaltigkeit und Verantwortung	
sehr gut	Allianz
sehr gut	CosmosDirekt
sehr gut	ERGO
sehr gut	Generali Deutschland
sehr gut	HUK-COBURG
sehr gut	LVM
sehr gut	Mannheimer
sehr gut	SV SparkassenVersicherung
sehr gut	VGH
gut	BGV Badische
gut	CONCORDIA
gut	Debeka
gut	DEVK
gut	Gothaer
gut	HUK24
gut	Provinzial Versicherungsgruppe
gut	R+V
gut	Zurich
	Alte Leipziger - Hallesche
	ARAG
	AXA
	Barmenia
	Basler
	DBV
	Die Continentale
	EUROPA
	HanseMerkur
	HDI
	helvetia
	Itzehoer
	Mecklenburgische
	NÜRNBERGER
	SIGNAL IDUNA
	Sparkassen DirektVersicherung
	Versicherungskammer Bayern
	VHV
	wgv
	Württembergische
	WWK

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

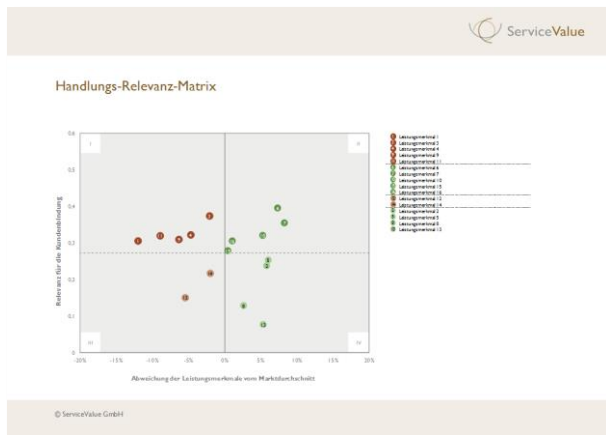
# Informationen werden anschaulich aufbereitet ...



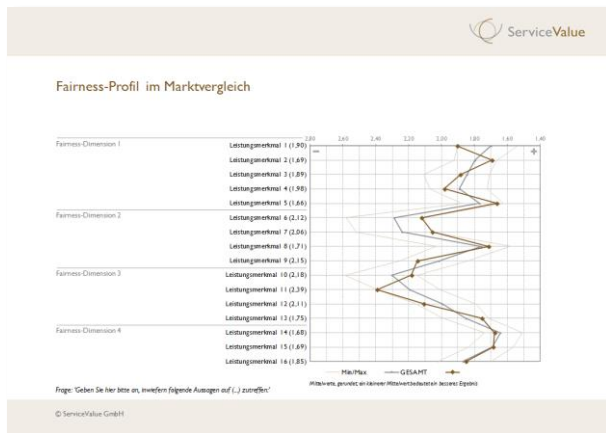
Anonymisierte Musterfolien

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

## Ihre Fragen – unsere Antworten (I)

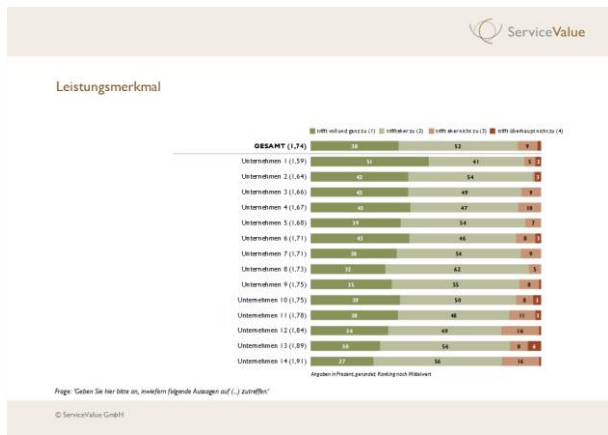


- Welche Stärken und Schwächen weisen die einzelnen Anbieter auf?
  - Auf welche Handlungsfelder sollten die einzelnen Anbieter hohe Aufmerksamkeit in der Optimierung richten?
- ⇒ Klare Handlungsorientierung durch Handlungs-Relevanz-Matrix für jeden Anbieter



- 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 Versicherern 2022“ (Einzelexemplar, 374 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 Versicherern 2022“ (Einzelexemplar, 374 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. 34I  
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 / Pictures4you – Fotolia.com

“Our business is value development  
by service excellence.”

ServiceValue GmbH

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