



Kundenurteil: Fairness von Arbeitskraftabsicherern 2023

Wettbewerbsanalyse mit Detail-Auswertungen
für 39 Arbeitskraftabsicherer

Eine Untersuchung in Kooperation mit



Studienflyer mit Bestellformular



Studiensteckbrief

Studienkonzept	FOCUS MONEY und ServiceValue GmbH
Erhebungsmethode	Online-Befragung
Erhebungszeitraum	März / April 2023
Stichprobe	3.167 Kunden mit 3.377 Urteilen zu 39 Arbeitskraftabsicherern (Bewertung von bis zu zwei Arbeitskraftabsicherern, bei denen die Befragten in den letzten 24 Monaten Kunden waren)
Auswertung	<p>Umfassende Darstellung der Gesamtergebnisse, Detailergebnisse für 39 Arbeitskraftabsicherer:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Allianz • Alte Leipziger • AXA • baloise • Barmenia • CONCORDIA • CosmosDirekt • DBV • Debeka • DEVK • Dialog Versicherung • Die Continentale • Die Stuttgarter • ERGO • EUROPA • Generali Deutschland • Gothaer • HANNOVERSCHE • HanseMerkur • HDI • helvetia • HUK-COBURG • INTER • InterRisk • LV 1871 • LVM • NÜRNBERGER • Provinzial Versicherungsgruppe • R+V • SIGNAL IDUNA • SV SparkassenVersicherung • SwissLife • uniVersa • Versicherungskammer Bayern • VGH • VOLKSWOHL BUND • Württembergische • WWK • Zurich
Gesamtumfang	230 Seiten Chart-Berichtsband (PDF)

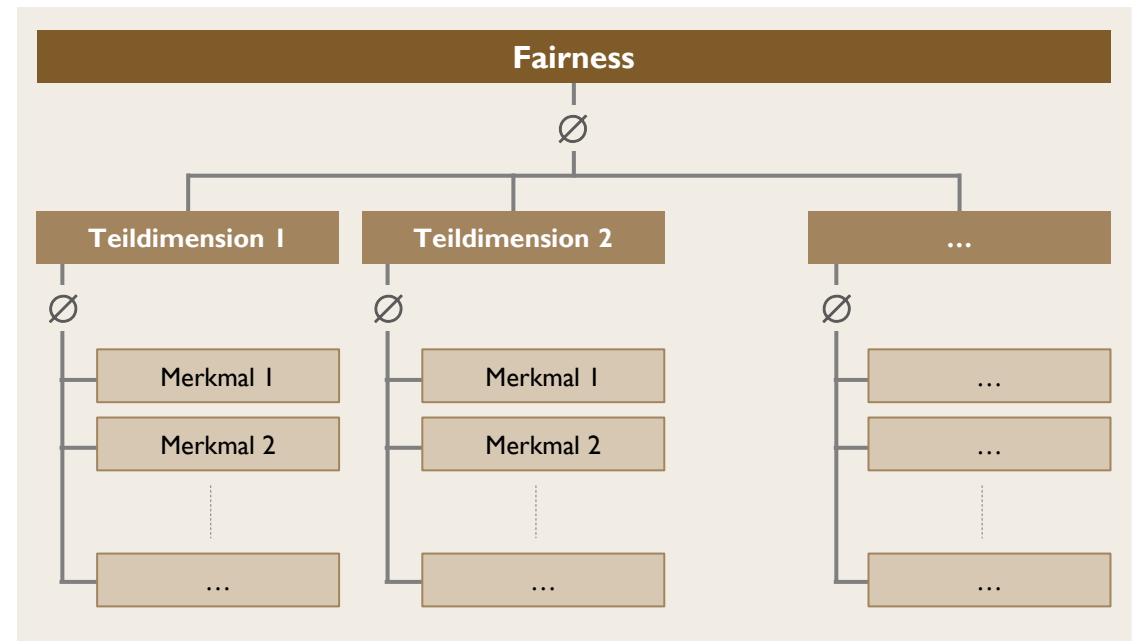
Studiendesign

Kundenbindung	<ul style="list-style-type: none"> • Emotionale Bindung • Wiederkaufbereitschaft • Loyalität • Weiterempfehlung
Faires Produktangebot	<ul style="list-style-type: none"> • Produktvielfalt • Flexibilität der Produktmerkmale • Nachvollziehbarkeit der Versicherungsprämien • Flexibilität bei Beitragszahlungen • Interessante Zusatzleistungen
Faire Kundenberatung	<ul style="list-style-type: none"> • Leichte Kontaktmöglichkeit der Mitarbeiter • Beratungsqualität • Aufklärung zu Netto-Brutto-Beiträgen • Beratung zur Leistungshöhe und Vertragslaufzeit
Faire Kundenkommunikation	<ul style="list-style-type: none"> • Verbindlichkeit von Aussagen • Verständlichkeit der Angebots- u. Vertragsunterlagen • Angemessenes Informationsangebot • Eindeutigkeit der medizinischen Mitwirkungspflichten • Klare Hervorhebung der Leistungsausschlüsse
Faires Preis-Leistungs-Verhältnis	<ul style="list-style-type: none"> • Angemessene Beitragshöhe • Vorhersehbarkeit der Beiträge

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).



Teildimensionen der Fairness von Arbeitskraftabsicherern

Fairness

Faires Produktangebot

- Produktvielfalt
- Flexibilität der Produktmerkmale
- Nachvollziehbarkeit der Versicherungsprämien
- Flexibilität bei Beitragszahlungen
- Interessante Zusatzleistungen

Faire Kundenberatung

- Leichte Kontaktmöglichkeit der Mitarbeiter
- Beratungsqualität
- Aufklärung zu Netto-Brutto-Beiträgen
- Beratung zur Leistungshöhe und Vertragslaufzeit

Faire Kundenkommunikation

- Verbindlichkeit von Aussagen
- Verständlichkeit der Angebots- u. Vertragsunterlagen
- Angemessenes Informationsangebot
- Eindeutigkeit der medizinischen Mitwirkungspflichten
- Klare Hervorhebung der Leistungsausschlüsse

Faires Preis-Leistungs-Verhältnis

- Angemessene Beitragshöhe
- Vorhersehbarkeit der Beiträge

FOCUS MONEY Kundenurteil: Fairness von Arbeitskraftabsicherern (I)

FAIRNESS	
sehr gut	Allianz
sehr gut	AXA
sehr gut	CosmosDirekt
sehr gut	ERGO
sehr gut	Generali Deutschland
sehr gut	HUK-COBURG
sehr gut	LVM
sehr gut	Provinzial Versicherungsgruppe
sehr gut	R+V
sehr gut	SV SparkassenVersicherung
sehr gut	SwissLife
sehr gut	WVVK
sehr gut	Zurich
gut	Alte Leipziger
gut	Debeka
gut	DEVK
gut	Die Continentale
gut	Gothaer
gut	HANNOVERSCHE
gut	HDI
gut	InterRisk
gut	LV 1871
gut	SIGNAL IDUNA
gut	uniVersa
gut	Württembergische
	baloise
	Barmenia
	CONCORDIA
	DBV
	Dialog Versicherung
	Die Stuttgarter
	EUROPA
	HanseMerkur
	helvetia
	INTER
	NÜRNBERGER
	Versicherungskammer Bayern
	VGH
	VOLKSWOHL BUND

Faires Leistungsangebot	
sehr gut	Allianz
sehr gut	Alte Leipziger
sehr gut	AXA
sehr gut	CosmosDirekt
sehr gut	ERGO
sehr gut	Generali Deutschland
sehr gut	HUK-COBURG
sehr gut	LVM
sehr gut	R+V
sehr gut	SwissLife
sehr gut	Württembergische
sehr gut	WVVK
gut	Debeka
gut	DEVK
gut	Die Continentale
gut	HANNOVERSCHE
gut	HDI
gut	InterRisk
gut	LV 1871
gut	Provinzial Versicherungsgruppe
gut	SIGNAL IDUNA
gut	SV SparkassenVersicherung
gut	Zurich
	baloise
	Barmenia
	CONCORDIA
	DBV
	Dialog Versicherung
	Die Stuttgarter
	EUROPA
	Gothaer
	HanseMerkur
	helvetia
	INTER
	NÜRNBERGER
	uniVersa
	Versicherungskammer Bayern
	VGH
	VOLKSWOHL BUND

Faire Kundenberatung	
sehr gut	Allianz
sehr gut	CosmosDirekt
sehr gut	DEVK
sehr gut	ERGO
sehr gut	Generali Deutschland
sehr gut	LVM
sehr gut	Provinzial Versicherungsgruppe
sehr gut	R+V
sehr gut	SV SparkassenVersicherung
sehr gut	SwissLife
sehr gut	WVVK
sehr gut	Zurich
gut	AXA
gut	Gothaer
gut	HDI
gut	HUK-COBURG
gut	InterRisk
gut	LV 1871
gut	SIGNAL IDUNA
gut	uniVersa
gut	Württembergische
	Alte Leipziger
	baloise
	Barmenia
	CONCORDIA
	DBV
	Debeka
	Dialog Versicherung
	Die Continentale
	Die Stuttgarter
	EUROPA
	HANNOVERSCHE
	HanseMerkur
	helvetia
	INTER
	NÜRNBERGER
	Versicherungskammer Bayern
	VGH
	VOLKSWOHL BUND

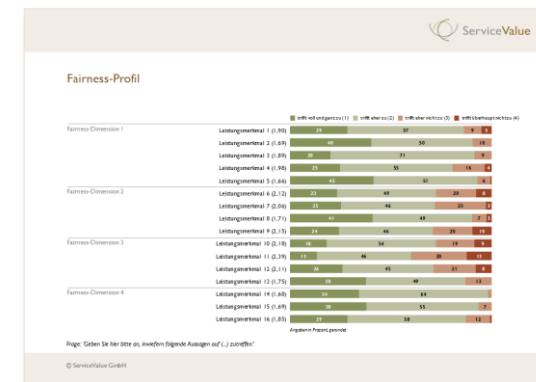
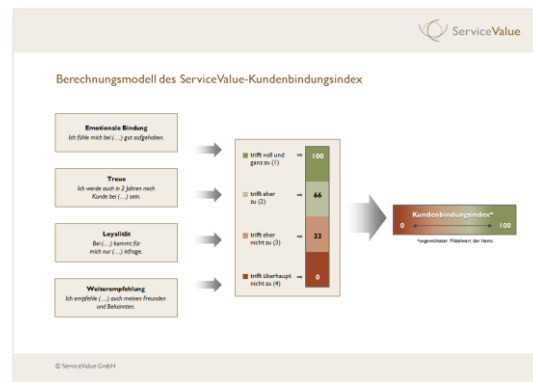
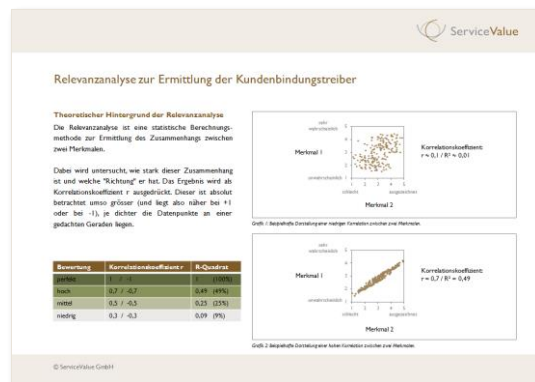
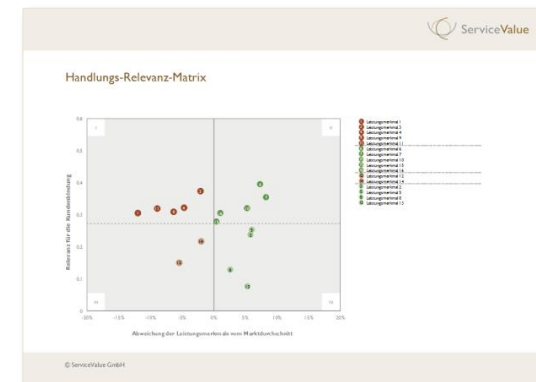
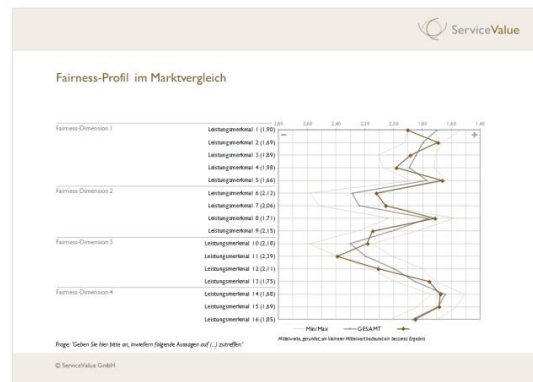
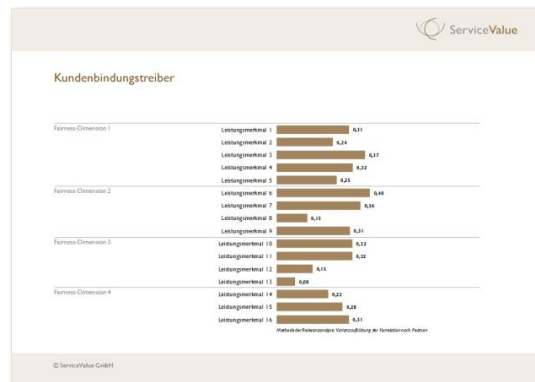
Die Sortierung der Anbieter innerhalb der Kategorien erfolgt in alphabetischer Reihenfolge.

FOCUS MONEY Kundenurteil: Fairness von Arbeitskraftabsicherern (II)

Faire Kundenkommunikation		Faires Preis-Leistungs-Verhältnis	
sehr gut	Allianz	sehr gut	Allianz
sehr gut	AXA	sehr gut	AXA
sehr gut	CosmosDirekt	sehr gut	CosmosDirekt
sehr gut	Debeka	sehr gut	ERGO
sehr gut	ERGO	sehr gut	HUK-COBURG
sehr gut	Generali Deutschland	sehr gut	LV 1871
sehr gut	LVM	sehr gut	LVM
sehr gut	R+V	sehr gut	Provinzial Versicherungsgruppe
sehr gut	uniVersa	sehr gut	R+V
sehr gut	WWK	sehr gut	SwissLife
sehr gut	Zurich	sehr gut	Zurich
gut	Alte Leipziger	gut	Alte Leipziger
gut	Die Continentale	gut	DEVK
gut	Gothaer	gut	Die Continentale
gut	HANNOVERSCHE	gut	Generali Deutschland
gut	HUK-COBURG	gut	Gothaer
gut	InterRisk	gut	HANNOVERSCHE
gut	LV 1871	gut	HDI
gut	Provinzial Versicherungsgruppe	gut	InterRisk
gut	SIGNAL IDUNA	gut	SV SparkassenVersicherung
gut	SV SparkassenVersicherung	gut	uniVersa
gut	SwissLife	gut	Württembergische
gut	VGH	gut	WWK
gut	Württembergische		baloise
	baloise		Barmenia
	Barmenia		CONCORDIA
	CONCORDIA		DBV
	DBV		Debeka
	DEVK		Dialog Versicherung
	Dialog Versicherung		Die Stuttgarter
	Die Stuttgarter		EUROPA
	EUROPA		HanseMerkur
	HanseMerkur		helvetia
	HDI		INTER
	helvetia		NÜRNBERGER
	INTER		SIGNAL IDUNA
	NÜRNBERGER		Versicherungskammer Bayern
	Versicherungskammer Bayern		VGH
	VOLKSWOHL BUND		VOLKSWOHL BUND

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

Informationen werden anschaulich aufbereitet ...



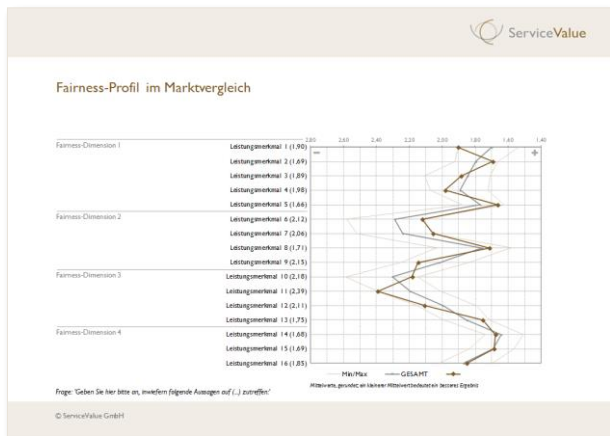
Anonymisierte Musterfolien

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

Ihre Fragen – unsere Antworten (I)

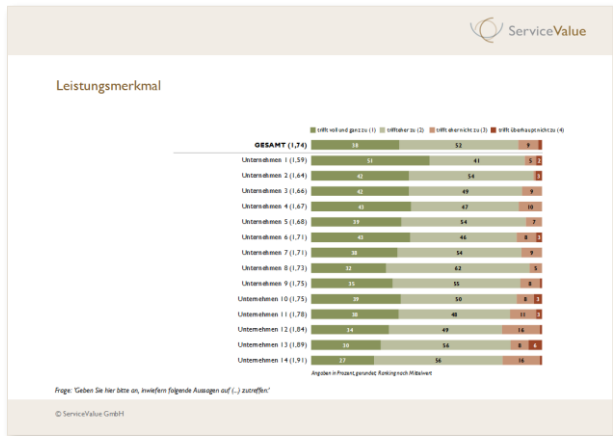


- Welche Stärken und Schwächen weisen die einzelnen Anbieter auf?
 - Auf welche Handlungsfelder sollten die einzelnen Anbieter hohe Aufmerksamkeit in der Optimierung richten?
- ⇒ Klare Handlungsorientierung durch Handlungs-Relevanz-Matrix für jeden Anbieter



- 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, Loyalität und Weiterempfehlung
- ⇒ Relevanzanalytische Berechnung und Darstellung für jeden Anbieter

Studienbestellung per E-Mail an Bestellung@ServiceValue.de

Bestellung

- Benchmarkstudie** „Kundenurteil: Fairness von Arbeitskraftabsicherern 2023“ (Einzelexemplar, 230 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 Arbeitskraftabsicherern 2023“ (Einzelexemplar, 230 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. 34 I

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 / industrieblick - Fotolia.com

“Our business is value development
by service excellence.”

ServiceValue GmbH

Dürener Straße 341
50935 Köln
www.ServiceValue.de