



Kundenurteil: Fairness von Unfallversicherern 2023

Wettbewerbsanalyse mit Detail-Auswertungen
für 36 Unfallversicherer



Eine Untersuchung in Kooperation mit



Studienflyer mit Bestellformular

Studiensteckbrief

Studienkonzept	FOCUS MONEY und ServiceValue GmbH
Erhebungsmethode	Online-Befragung
Erhebungszeitraum	Mai / Juni 2023
Stichprobe	3.220 Kunden mit 3.652 Urteilen zu 36 Unfallversicherern (Bewertung von bis zu zwei Unfallversicherern, bei denen die Befragten in den letzten 24 Monaten Kunden waren)
Auswertung	<p>Umfassende Darstellung der Gesamtergebnisse</p> <p>Detailergebnisse für 35 Unfallversicherer:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ADAC Versicherung • Allianz • ARAG • AXA • baloise • Barmenia • CONCORDIA • CosmosDirekt • DA Direkt • DBV • Debeka • DEVK • Dialog Versicherung • die Bayerische • Die Haftpflichtkasse • Die Stuttgarter • ERGO • Generali Deutschland • Gothaer • HanseMerkur • HDI • helvetia • HUK-COBURG • InterRisk • LVM • NÜRNBERGER • Provinzial Versicherungsgruppe • R+V • SIGNAL IDUNA • SV SparkassenVersicherung • Versicherungskammer Bayern • VGH • VHV Versicherungen • Württembergische • WWK • ZURICH
Gesamtumfang	360 Seiten Chart-Berichtsband (PDF)

Studiendesign (I)

Kundenbindung	<ul style="list-style-type: none"> • Emotionale Bindung • Treue • Loyalität • Weiterempfehlung
Faires Produktangebot	<ul style="list-style-type: none"> • Produktvielfalt • Flexibilität der Produktmerkmale • Produkte für verschiedene Personengruppen • Qualität der Versicherungsleistungen • Nachvollziehbarkeit der Versicherungsprämien • Gefühl der Sicherheit durch Produkte und Leistungen • Aufzeigen der Produktunterschiede • Angemessenheit der Gliedertaxe • Interessante Zusatzleistungen
Faire Versicherungsbedingungen	<ul style="list-style-type: none"> • Transparenz der Versicherungsbedingungen • Verständlichkeit der Vertragsunterlagen • Klare Hervorhebung der Leistungsausschlüsse • Deutlichkeit des Rücktrittsrechts / Kündigung

Studiendesign (II)

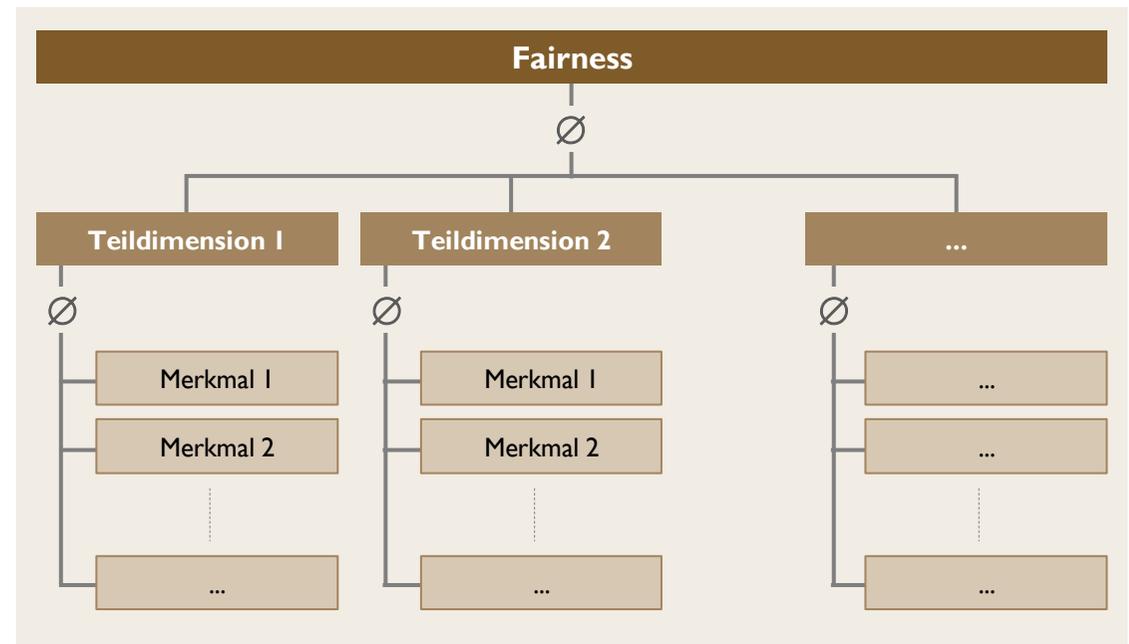
Faire Kundenberatung	<ul style="list-style-type: none"> • Fachkompetenz der Mitarbeiter • Beratungsqualität • Beantwortung aller Kundenfragen • Beratung zur Rentenhöhe und Vertragslaufzeit • Aufklärung zur Auswirkung von Progression und Invaliditätsgrad auf Kapitalzahlung
Fairer Kundenservice	<ul style="list-style-type: none"> • Leichte Kontaktmöglichkeit der Mitarbeiter • Freundlichkeit der Mitarbeiter • Eigeninitiative der Mitarbeiter • Qualität der Anliegenbearbeitung • Kulanz bei Beschwerden / Problemen • Verlässlichkeit der Aussagen
Faire Schadenregulierung	<ul style="list-style-type: none"> • Unbürokratische Vorgehensweise im Schadenfall • Unkompliziertheit der Schadenabwicklung • Einhalten von Leistungszusagen im Schadenfall • Reaktionszeit bei Schadenfall-Anfragen
Faires Preis-Leistungs-Verhältnis	<ul style="list-style-type: none"> • Angemessenes Preis-Leistungs-Verhältnis • Vorhersehbarkeit der Beiträge • Angemessene Beitragshöhe

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 Unfallversicherern

Fairness

Faires Produktangebot

- Produktvielfalt
- Flexibilität der Produktmerkmale
- Produkte für verschiedene Personengruppen
- Qualität der Versicherungsleistungen
- Nachvollziehbarkeit der Versicherungsprämien
- Gefühl der Sicherheit durch Produkte und Leistungen
- Aufzeigen der Produktunterschiede
- Angemessenheit der Gliedertaxe
- Interessante Zusatzleistungen

Faire Versicherungsbedingungen

- Transparenz der Versicherungsbedingungen
- Verständlichkeit der Vertragsunterlagen
- Klare Hervorhebung der Leistungsausschlüsse
- Deutlichkeit des Rücktrittsrechts / Kündigung

Faire Kundenberatung

- Fachkompetenz der Mitarbeiter
- Beratungsqualität
- Beantwortung aller Kundenfragen
- Beratung zur Rentenhöhe und Vertragslaufzeit
- Aufklärung zur Auswirkung von Progression und Invaliditätsgrad auf Kapitalzahlung

Fairer Kundenservice

- Leichte Kontaktmöglichkeit der Mitarbeiter
- Freundlichkeit der Mitarbeiter
- Eigeninitiative der Mitarbeiter
- Qualität der Anliegenbearbeitung
- Kulanz bei Beschwerden / Problemen
- Verlässlichkeit der Aussagen

Faire Schadenregulierung

- Unbürokratische Vorgehensweise im Schadenfall
- Unkompliziertheit der Schadenabwicklung
- Einhalten von Leistungszusagen im Schadenfall
- Reaktionszeit bei Schadenfall-Anfragen

Faires Preis-Leistungs-Verhältnis

- Angemessenes Preis-Leistungs-Verhältnis
- Vorhersehbarkeit der Beiträge
- Angemessene Beitragshöhe

FOCUS MONEY Kundenurteil: Fairer Unfallversicherer (I)

FAIRNESS		Faires Produktangebot		Faire Versicherungsbedingungen		Faire Kundenberatung	
sehr gut	ADAC Versicherung	sehr gut	ADAC Versicherung	sehr gut	ADAC Versicherung	sehr gut	ADAC Versicherung
sehr gut	Allianz	sehr gut	Allianz	sehr gut	Allianz	sehr gut	Allianz
sehr gut	CosmosDirekt	sehr gut	CosmosDirekt	sehr gut	CosmosDirekt	sehr gut	DEVK
sehr gut	DEVK	sehr gut	Debeka	sehr gut	DEVK	sehr gut	ERGO
sehr gut	ERGO	sehr gut	DEVK	sehr gut	ERGO	sehr gut	Generali Deutschland
sehr gut	Generali Deutschland	sehr gut	ERGO	sehr gut	Generali Deutschland	sehr gut	HUK-COBURG
sehr gut	HUK-COBURG	sehr gut	Generali Deutschland	sehr gut	HUK-COBURG	sehr gut	LVM
sehr gut	LVM	sehr gut	HUK-COBURG	sehr gut	LVM	sehr gut	SV SparkassenVersicherung
sehr gut	Provinzial Versicherungsgruppe	sehr gut	LVM	sehr gut	R+V	sehr gut	Württembergische
sehr gut	R+V	sehr gut	Provinzial Versicherungsgruppe	gut	ARAG	gut	ARAG
sehr gut	SV SparkassenVersicherung	sehr gut	R+V	gut	Debeka	gut	CosmosDirekt
gut	ARAG	sehr gut	Württembergische	gut	HanseMerkur	gut	Debeka
gut	Debeka	gut	Gothaer	gut	HDI	gut	Gothaer
gut	Gothaer	gut	HanseMerkur	gut	InterRisk	gut	HanseMerkur
gut	HanseMerkur	gut	HDI	gut	NÜRNBERGER	gut	HDI
gut	HDI	gut	InterRisk	gut	Provinzial Versicherungsgruppe	gut	InterRisk
gut	InterRisk	gut	NÜRNBERGER	gut	SV SparkassenVersicherung	gut	Provinzial Versicherungsgruppe
gut	NÜRNBERGER	gut	SIGNAL IDUNA	gut	VGH	gut	R+V
gut	SIGNAL IDUNA	gut	SV SparkassenVersicherung	gut	Württembergische	gut	SIGNAL IDUNA
gut	VGH	gut	VGH		AXA	gut	VGH
gut	Württembergische		ARAG		baloise	gut	WWK
	AXA		AXA		Barmenia		AXA
	baloise		baloise		CONCORDIA		baloise
	Barmenia		Barmenia		DA Direkt		Barmenia
	CONCORDIA		CONCORDIA		DBV		CONCORDIA
	DA Direkt		DA Direkt		Dialog Versicherung		DA Direkt
	DBV		DBV		die Bayerische		DBV
	Dialog Versicherung		Dialog Versicherung		Die Haftpflichtkasse		Dialog Versicherung
	die Bayerische		die Bayerische		Die Stuttgarter		die Bayerische
	Die Haftpflichtkasse		Die Haftpflichtkasse		Gothaer		Die Haftpflichtkasse
	Die Stuttgarter		Die Stuttgarter		helvetia		Die Stuttgarter
	helvetia		helvetia		SIGNAL IDUNA		helvetia
	Versicherungskammer Bayern		Versicherungskammer Bayern		Versicherungskammer Bayern		NÜRNBERGER
	VHV Versicherungen		VHV Versicherungen		VHV Versicherungen		Versicherungskammer Bayern
	WWK		WWK		WWK		VHV Versicherungen
	ZURICH		ZURICH		ZURICH		ZURICH

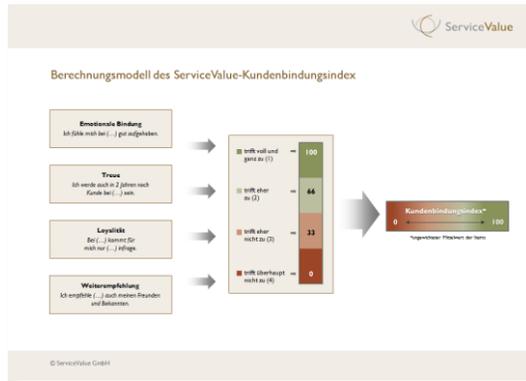
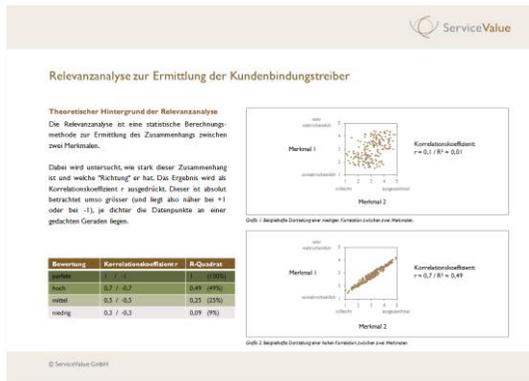
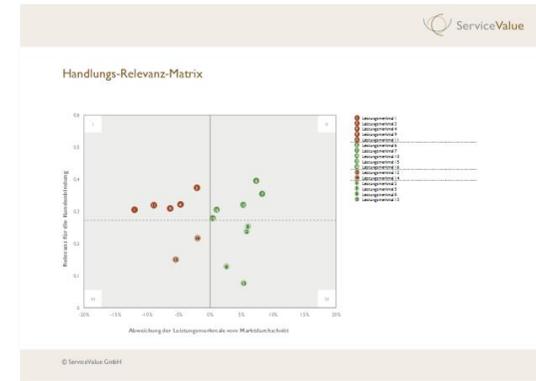
Die Sortierung der Anbieter innerhalb der Kategorien erfolgt in alphabetischer Reihenfolge.

FOCUS MONEY Kundenurteil: Fairer Unfallversicherer (II)

Fairer Kundenservice		Faire Schadenregulierung		Faires Preis-Leistungs-Verhältnis	
sehr gut	ADAC Versicherung	sehr gut	ADAC Versicherung	sehr gut	ADAC Versicherung
sehr gut	Allianz	sehr gut	Allianz	sehr gut	Allianz
sehr gut	CosmosDirekt	sehr gut	CosmosDirekt	sehr gut	ARAG
sehr gut	DEVK	sehr gut	ERGO	sehr gut	CosmosDirekt
sehr gut	ERGO	sehr gut	Generali Deutschland	sehr gut	DEVK
sehr gut	Generali Deutschland	sehr gut	HanseMerkur	sehr gut	ERGO
sehr gut	HUK-COBURG	sehr gut	HUK-COBURG	sehr gut	Generali Deutschland
sehr gut	LVM	sehr gut	LVM	sehr gut	HDI
sehr gut	Provinzial Versicherungsgruppe	sehr gut	Provinzial Versicherungsgruppe	sehr gut	HUK-COBURG
sehr gut	SV SparkassenVersicherung	sehr gut	R+V	sehr gut	LVM
sehr gut	Württembergische	sehr gut	SV SparkassenVersicherung	sehr gut	Provinzial Versicherungsgruppe
gut	Debeka	gut	ARAG	sehr gut	SV SparkassenVersicherung
gut	Gothaer	gut	Debeka	gut	Debeka
gut	HanseMerkur	gut	DEVK	gut	HanseMerkur
gut	HDI	gut	HDI	gut	InterRisk
gut	InterRisk	gut	InterRisk	gut	R+V
gut	R+V	gut	NÜRNBERGER	gut	VGH
gut	SIGNAL IDUNA	gut	SIGNAL IDUNA	gut	Württembergische
gut	VGH	gut	VGH	gut	WWK
	ARAG	gut	Württembergische		AXA
	AXA		AXA		baloise
	baloise		baloise		Barmenia
	Barmenia		Barmenia		CONCORDIA
	CONCORDIA		CONCORDIA		DA Direkt
	DA Direkt		DA Direkt		DBV
	DBV		DBV		Dialog Versicherung
	Dialog Versicherung		Dialog Versicherung		die Bayerische
	die Bayerische		die Bayerische		Die Haftpflichtkasse
	Die Haftpflichtkasse		Die Haftpflichtkasse		Die Stuttgarter
	Die Stuttgarter		Die Stuttgarter		Gothaer
	helvetia		Gothaer		helvetia
	NÜRNBERGER		helvetia		NÜRNBERGER
	Versicherungskammer Bayern		Versicherungskammer Bayern		SIGNAL IDUNA
	VHV Versicherungen		VHV Versicherungen		Versicherungskammer Bayern
	WWK		WWK		VHV Versicherungen
	ZURICH		ZURICH		ZURICH

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

Informationen werden anschaulich aufbereitet ...



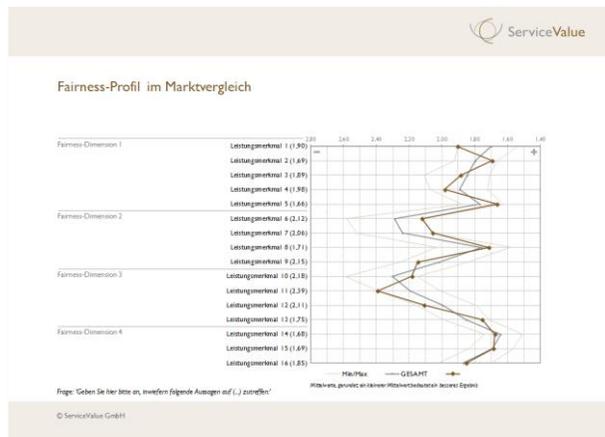
Anonymisierte Musterfolien

... 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 Unfallversicherern 2023“ (Einzelexemplar, 360 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 Unfallversicherern 2023“ (Einzelexemplar, 360 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. 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

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 / Bounlow-pic – Fotolia.com

“Our business is value development
by service excellence.”

ServiceValue GmbH

Dürener Straße 34 I
50935 Köln
www.ServiceValue.de