



Kundenurteil: Fairness von Risiko-Lebensversicherern 2023

Wettbewerbsanalyse mit Detail-Auswertungen für 34 Risiko-Lebensversicherer



Eine Untersuchung in Kooperation mit



Studienflyer mit Bestellformular

Studiensteckbrief

Studienkonzept	FOCUS MONEY und ServiceValue GmbH
Erhebungsmethode	Online-Befragung
Erhebungszeitraum	September / Oktober 2023
Stichprobe	2.663 Kunden mit 2.977 Urteilen zu 34 Risiko-Lebensversicherern (Bewertung von bis zu zwei Versicherern, bei denen die Befragten in den letzten 36 Monaten eine Risiko-Lebensversicherung abgeschlossen haben)
Auswertung	<p>Umfassende Darstellung der Gesamtergebnisse</p> <p>Detailergebnisse für 34 Risiko-Lebensversicherer:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Allianz • Alte Leipziger • AXA • baloise • Barmenia • Canada Life • CosmosDirekt • DELA Lebensversicherungen • DEVK • Dialog Versicherung • die Bayerische • Die Continentale • Die Stuttgarter • ERGO • EUROPA • Gothaer • Hannoversche • HanseMerkur • HUK-COBURG • HUK24 • InterRisk • LV 1871 • Neue Leben • NÜRNBERGER • Provinzial Versicherungsgruppe • R+V • SAARLAND Versicherungen • SIGNAL IDUNA • Versicherungskammer Bayern • Volkswohl Bund • WGV • Württembergische • WWK • Zurich
Gesamtumfang	201 Seiten Chart-Berichtsband (PDF)

Studiendesign

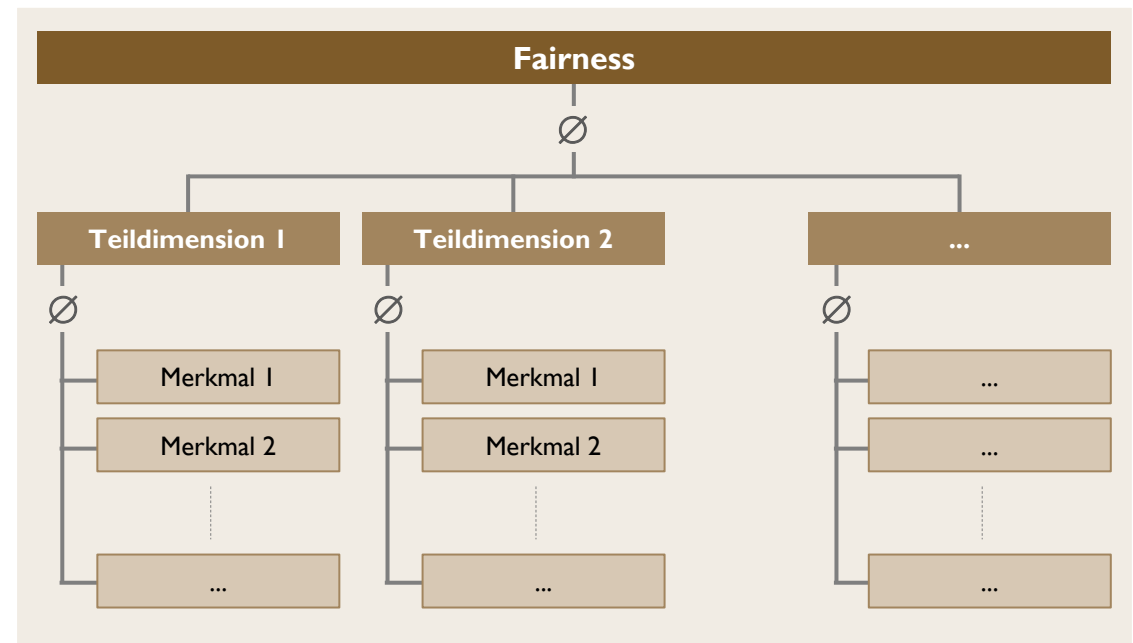
Kundenbindung	<ul style="list-style-type: none"> • Emotionale Bindung • Wiederkaufbereitschaft • Loyalität • Weiterempfehlung
Faires Produktangebot	<ul style="list-style-type: none"> • Passgenauigkeit der Produkte • Gefühl der Sicherheit • Verständliche Versicherungsbedingungen • Zusatzleistungen • Anpassung der Versicherungssumme
Faire Kundenberatung	<ul style="list-style-type: none"> • Kompetenz der Mitarbeiter • Beratungsqualität • Berücksichtigung der persönlichen Lebenssituation
Faires Preis-Leistungs-Verhältnis	<ul style="list-style-type: none"> • Preis-Leistungs-Verhältnis • Beitragsstabilität • Differenz Netto- und Bruttobeiträge • Risikobetrachtung

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 Risiko-Lebensversicherern

Fairness

Faires Produktangebot

- Passgenauigkeit der Produkte
- Gefühl der Sicherheit
- Verständliche Versicherungsbedingungen
- Zusatzleistungen
- Anpassung der Versicherungssumme

Faire Kundenberatung

- Kompetenz der Mitarbeiter
- Beratungsqualität
- Berücksichtigung der persönlichen Lebenssituation

Faires Preis-Leistungs-Verhältnis

- Preis-Leistungs-Verhältnis
- Beitragsstabilität
- Differenz Netto- und Bruttobeiträge
- Risikobetrachtung

FOCUS MONEY Kundenurteil: Fairer Risiko-Lebensversicherer

FAIRNESS	
sehr gut	Allianz
sehr gut	CosmosDirekt
sehr gut	Dialog Versicherung
sehr gut	ERGO
sehr gut	Hannoversche
sehr gut	HUK24
sehr gut	HUK-COBURG
sehr gut	InterRisk
sehr gut	VWVK
gut	AXA
gut	baloise
gut	DEVK
gut	EUROPA
gut	Gothaer
gut	LV 1871
gut	Provinzial Versicherungsgruppe
gut	R+V
gut	SIGNAL IDUNA
gut	WGV
gut	Württembergische
gut	Zurich
	Alte Leipziger
	Barmenia
	Canada Life
	DELA Lebensversicherungen
	die Bayerische
	Die Continentale
	Die Stuttgarter
	HanseMerkur
	Neue Leben
	NÜRNBERGER
	SAARLAND Versicherungen
	Versicherungskammer Bayern
	Volkswohl Bund

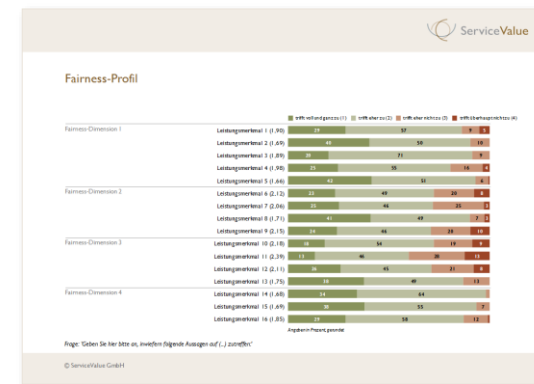
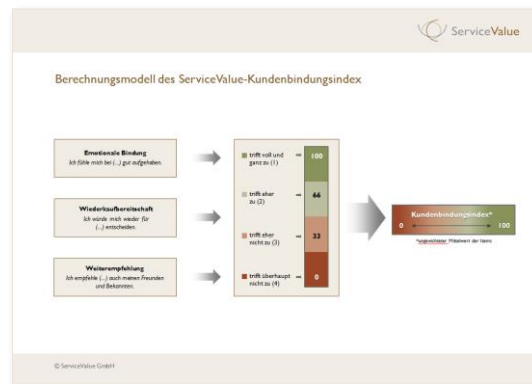
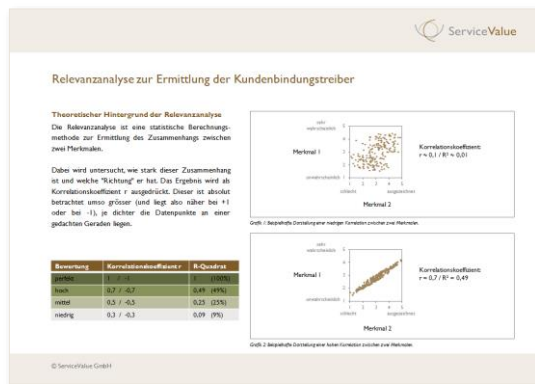
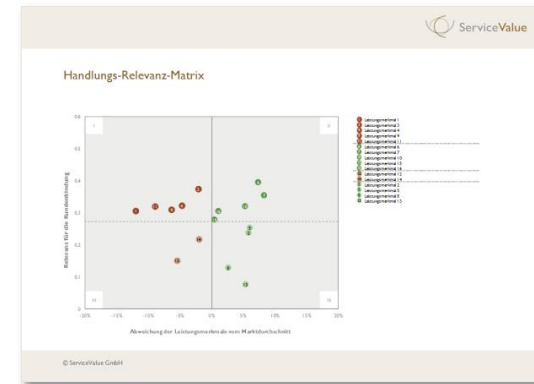
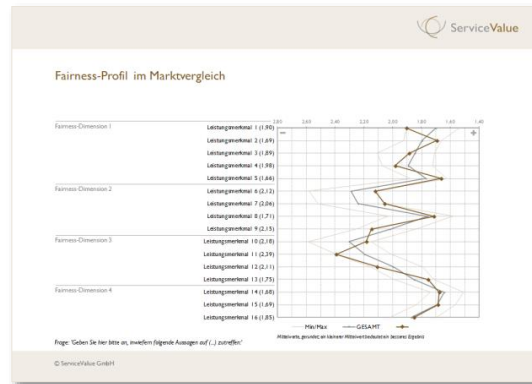
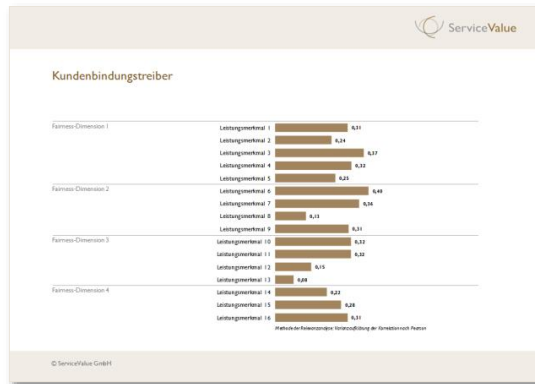
Faires Produktangebot	
sehr gut	Allianz
sehr gut	CosmosDirekt
sehr gut	Dialog Versicherung
sehr gut	ERGO
sehr gut	Hannoversche
sehr gut	HUK24
sehr gut	HUK-COBURG
sehr gut	LV 1871
sehr gut	VWVK
sehr gut	Zurich
gut	AXA
gut	baloise
gut	DEVK
gut	EUROPA
gut	Gothaer
gut	InterRisk
gut	Provinzial Versicherungsgruppe
gut	R+V
gut	SIGNAL IDUNA
gut	WGV
gut	Württembergische
	Alte Leipziger
	Barmenia
	Canada Life
	DELA Lebensversicherungen
	die Bayerische
	Die Continentale
	Die Stuttgarter
	HanseMerkur
	Neue Leben
	NÜRNBERGER
	SAARLAND Versicherungen
	Versicherungskammer Bayern
	Volkswohl Bund

Faire Kundenberatung	
sehr gut	Allianz
sehr gut	CosmosDirekt
sehr gut	Dialog Versicherung
sehr gut	ERGO
sehr gut	Gothaer
sehr gut	Hannoversche
sehr gut	HUK-COBURG
sehr gut	InterRisk
sehr gut	WGV
sehr gut	VWVK
gut	AXA
gut	baloise
gut	DEVK
gut	EUROPA
gut	HUK24
gut	LV 1871
gut	Provinzial Versicherungsgruppe
gut	R+V
gut	SIGNAL IDUNA
gut	Württembergische
	Alte Leipziger
	Barmenia
	Canada Life
	DELA Lebensversicherungen
	die Bayerische
	Die Continentale
	Die Stuttgarter
	HanseMerkur
	Neue Leben
	NÜRNBERGER
	SAARLAND Versicherungen
	Versicherungskammer Bayern
	Volkswohl Bund
	Zurich

Faires Preis-Leistungs-Verhältnis	
sehr gut	Allianz
sehr gut	CosmosDirekt
sehr gut	Dialog Versicherung
sehr gut	ERGO
sehr gut	EUROPA
sehr gut	Hannoversche
sehr gut	HUK24
sehr gut	HUK-COBURG
sehr gut	InterRisk
sehr gut	VWVK
gut	AXA
gut	baloise
gut	DEVK
gut	Gothaer
gut	LV 1871
gut	R+V
gut	SIGNAL IDUNA
gut	WGV
gut	Württembergische
	Alte Leipziger
	Barmenia
	Canada Life
	DELA Lebensversicherungen
	die Bayerische
	Die Continentale
	Die Stuttgarter
	HanseMerkur
	Neue Leben
	NÜRNBERGER
	Provinzial Versicherungsgruppe
	SAARLAND Versicherungen
	Versicherungskammer Bayern
	Volkswohl Bund
	Zurich

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

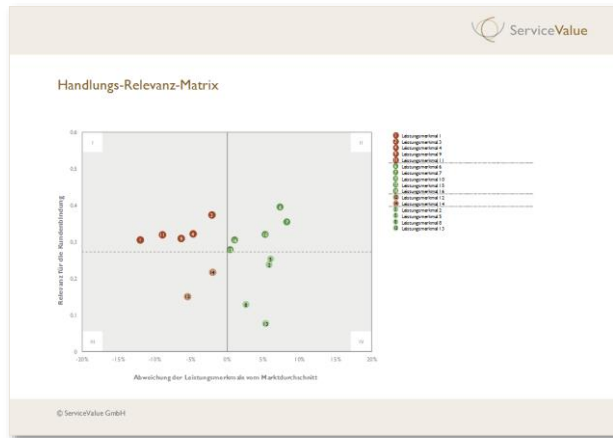
Informationen werden anschaulich aufbereitet ...



Anonymisierte Musterfolien

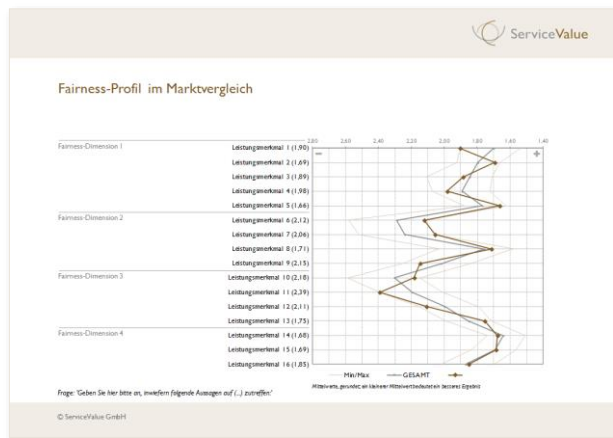
... und liefern Antworten auf Ihre Fragen. Im Folgenden finden Sie einige Beispiele.

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?

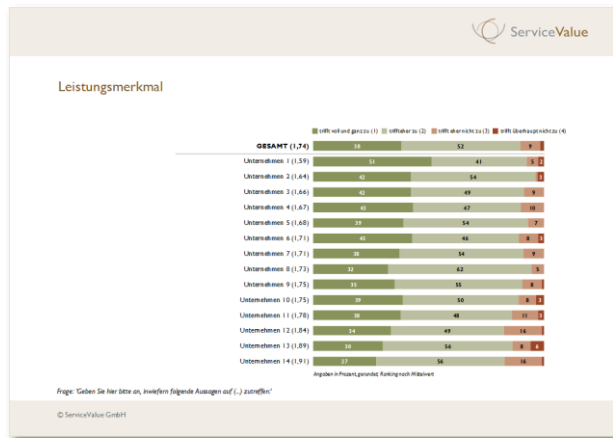
⇒ Klare Handlungsorientierung durch Handlungs-Relevanz-Matrix für jeden Anbieter



- 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, Wiederkaufbereitschaft, Loyalität und Weiterempfehlung

Studienbestellung per E-Mail an Bestellung@ServiceValue.de

Bestellung

- Benchmarkstudie** „Kundenurteil: Fairness von Risiko-Lebensversicherern 2023“ (Einzelexemplar, 201 Seiten, PDF) zum Preis von 4.900,- € netto
- Ergebnispräsentation und Analysegespräch** inkl. Überlassung der Präsentations-Datei zum Preis von 2.900,-€ netto (ggf. zzgl. anfallender Reisekosten)
- Vorteilsangebot**
Benchmarkstudie „Kundenurteil: Fairness von Risiko-Lebensversicherern 2023“ (Einzelexemplar, 201 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 / Kurhan – Fotolia.com

“Our business is value development
by service excellence.”

ServiceValue GmbH

Dürener Straße 34 I
50935 Köln
www.ServiceValue.de