

# €uroAtlas Krankenzusatz- versicherer 2024

## Wettbewerbsanalyse zur Kundenorientierung

Mit Detail-Auswertungen für 30 Krankenzusatzversicherer

Eine Untersuchung in Kooperation mit



Studienflyer und Bestellformular

## Studiensteckbrief

<b>Studienkonzept</b>	ServiceValue GmbH und Euro
<b>Erhebungsmethode</b>	Online-Befragung
<b>Erhebungszeitraum</b>	November 2023
<b>Stichprobe</b>	2.339 Kunden mit insgesamt 2.878 Urteilen zu 30 Krankenzusatzversicherern (Bewertung von bis zu zwei Krankenzusatzversicherern, bei denen die Befragten in den letzten 24 Monaten Kunden waren)
<b>Auswertung</b>	<p>Umfassende Darstellung der Gesamtergebnisse</p> <p>Detailergebnisse für 30 Krankenzusatzversicherer:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Allianz</li> <li>• ALTE OLDENBURGER</li> <li>• ARAG</li> <li>• AXA</li> <li>• Barmenia</li> <li>• BavariaDirekt</li> <li>• CONCORDIA</li> <li>• Debeka</li> <li>• DEVK</li> <li>• DFV Deutsche Familienversicherung</li> <li>• die Bayerische</li> <li>• Die Continentale</li> <li>• envivas</li> <li>• ERGO / DKV</li> <li>• Generali Deutschland Krankenversicherung</li> <li>• Gothaer</li> <li>• Hallesche</li> <li>• HanseMerkur</li> <li>• HUK-COBURG</li> <li>• INTER</li> <li>• LVM Versicherung</li> <li>• Münchener Verein</li> <li>• NÜRNBERGER</li> <li>• Provinzial</li> <li>• R+V</li> <li>• SDK</li> <li>• SIGNAL IDUNA</li> <li>• uniVersa</li> <li>• Versicherungskammer Bayern</li> <li>• Württembergische</li> </ul>
<b>Gesamtumfang</b>	113 Seiten Chart-Berichtsband (PDF)

## Studiendesign

<b>Kundenbindung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Emotionale Bindung</li> <li>• Treue</li> <li>• Loyalität</li> <li>• Weiterempfehlung</li> </ul>
<b>Produktleistung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Transparenz der Leistungen</li> <li>• Qualität der Produkte</li> <li>• Leistungsabwicklung</li> <li>• Leistungserstattung</li> </ul>
<b>Kundenbetreuung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Auskunftsfähigkeit und -bereitschaft</li> <li>• Qualität der Anliegenbearbeitung</li> <li>• Schnelligkeit bei der Abwicklung von Anliegen</li> <li>• Verständlichkeit der Angebots- und Vertragsunterlagen</li> <li>• Kulanz bei Beschwerden/Reklamationen</li> </ul>
<b>Preis-Leistungs-Verhältnis</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Preis-Leistungs-Verhältnis</li> <li>• Kostentransparenz</li> <li>• Stabilität der Beiträge</li> </ul>

## Leistungskategorien und Bewertungskriterien

### Produktleistung

- Transparenz der Leistungen
- Qualität der Produkte
- Leistungsabwicklung
- Leistungserstattung

### Kundenbetreuung

- Auskunftsfähigkeit und -bereitschaft
- Qualität der Anliegenbearbeitung
- Schnelligkeit bei der Abwicklung von Anliegen
- Verständlichkeit der Angebots- und Vertragsunterlagen
- Kulanz bei Beschwerden/Reklamationen

### Preis-Leistungs-Verhältnis

- Preis-Leistungs-Verhältnis
- Kostentransparenz
- Stabilität der Beiträge

## Auszeichnung – Krankenzusatzversicherer (I)

GESAMTURTEIL	
sehr gut	DFV Deutsche Familienversicherung
sehr gut	Münchener Verein
sehr gut	LVM Versicherung
sehr gut	uniVersa
sehr gut	SDK
sehr gut	CONCORDIA
sehr gut	Allianz
sehr gut	HanseMerkur
sehr gut	ERGO / DKV
gut	HUK-COBURG
gut	ALTE OLDENBURGER
gut	DEVK
gut	ARAG
gut	envivas
gut	SIGNAL IDUNA
gut	Debeka
gut	Generali Deutschland Krankenversicherung
	Barmenia
	R+V
	Hallesche
	Provinzial
	Württembergische
	INTER
	die Bayerische
	NÜRNBERGER
	AXA
	Versicherungskammer Bayern
	BavariaDirekt
	Die Continentale
	Gothaer

Produktleistung	
sehr gut	SDK
sehr gut	DFV Deutsche Familienversicherung
sehr gut	uniVersa
sehr gut	Münchener Verein
sehr gut	LVM Versicherung
sehr gut	ALTE OLDENBURGER
sehr gut	HanseMerkur
sehr gut	CONCORDIA
sehr gut	ERGO / DKV
sehr gut	Allianz
gut	Debeka
gut	envivas
gut	ARAG
gut	HUK-COBURG
gut	SIGNAL IDUNA
gut	DEVK
gut	Generali Deutschland Krankenversicherung
	Barmenia
	die Bayerische
	Hallesche
	R+V
	Württembergische
	Versicherungskammer Bayern
	Provinzial
	INTER
	NÜRNBERGER
	BavariaDirekt
	Gothaer
	AXA
	Die Continentale

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“.

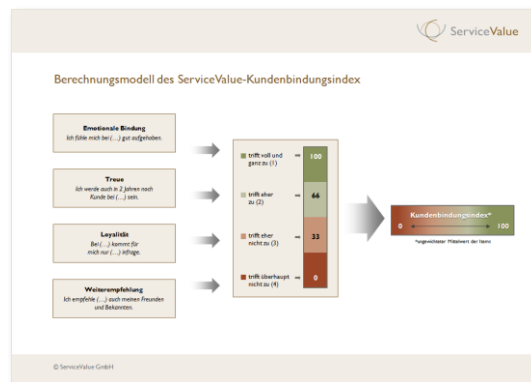
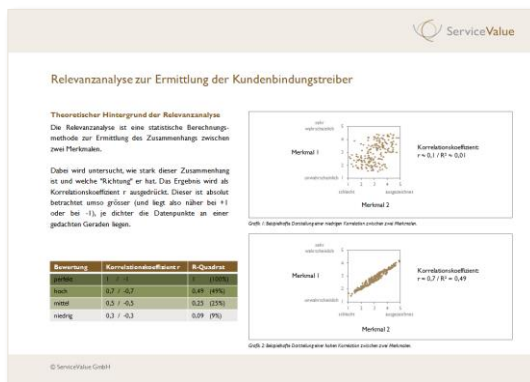
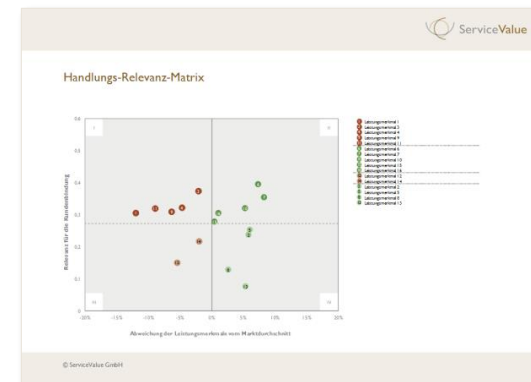
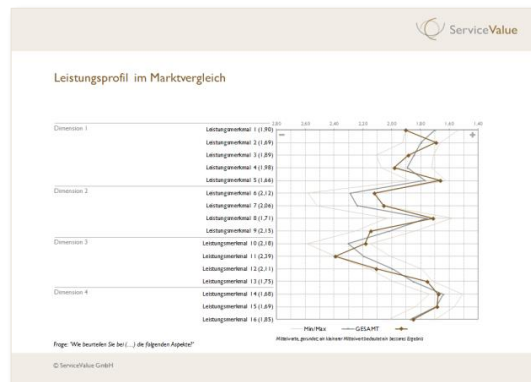
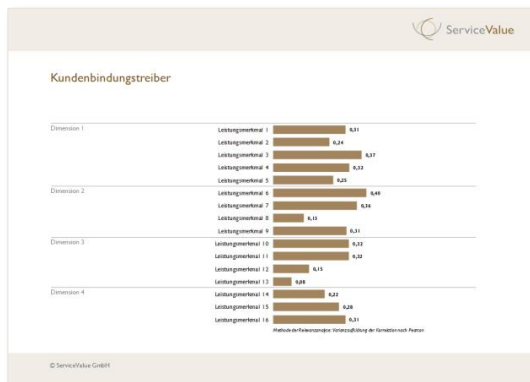
## Auszeichnung – Krankenzusatzversicherer (II)

Kundenbetreuung	
sehr gut	LVM Versicherung
sehr gut	DFV Deutsche Familienversicherung
sehr gut	Münchener Verein
sehr gut	Allianz
sehr gut	ERGO / DKV
sehr gut	DEVK
sehr gut	uniVersa
sehr gut	SDK
gut	Debeka
gut	SIGNAL IDUNA
gut	HUK-COBURG
gut	HanseMerkur
gut	Generali Deutschland Krankenversicherung
gut	ARAG
gut	CONCORDIA
gut	envivas
	Hallesche
	R+V
	Barmenia
	Provinzial
	Württembergische
	ALTE OLDENBURGER
	INTER
	NÜRNBERGER
	Versicherungskammer Bayern
	AXA
	die Bayerische
	Gothaer
	Die Continentale
	BavariaDirekt

Preis-Leistungs-Verhältnis	
sehr gut	CONCORDIA
sehr gut	HUK-COBURG
sehr gut	Münchener Verein
sehr gut	ALTE OLDENBURGER
sehr gut	DFV Deutsche Familienversicherung
sehr gut	HanseMerkur
sehr gut	uniVersa
gut	ARAG
gut	LVM Versicherung
gut	Allianz
gut	envivas
gut	ERGO / DKV
gut	DEVK
gut	SDK
gut	Barmenia
	Generali Deutschland Krankenversicherung
	SIGNAL IDUNA
	Provinzial
	INTER
	R+V
	BavariaDirekt
	Debeka
	Hallesche
	AXA
	NÜRNBERGER
	Württembergische
	die Bayerische
	Die Continentale
	Versicherungskammer Bayern
	Gothaer

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 ...



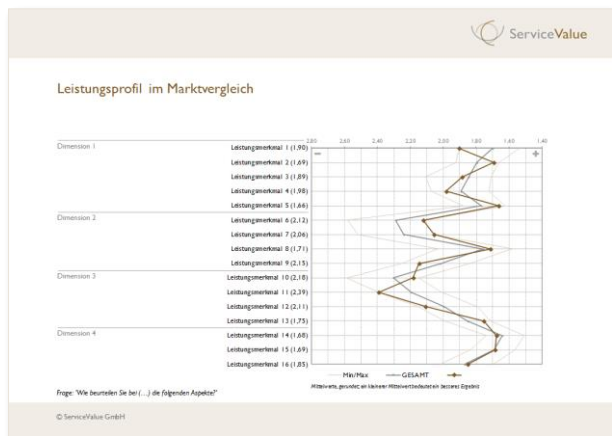
Anonymisierte Musterfolien

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

## Ihre Fragen – unsere Antworten (I)



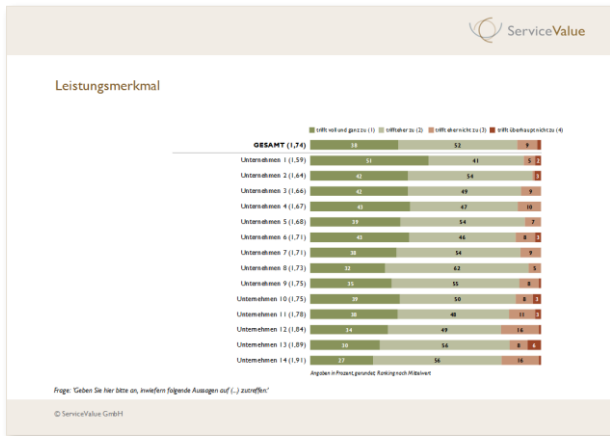
- Welche Stärken und Schwächen weisen die einzelnen Anbieter auf?
  - Auf welche Handlungsfelder sollten die einzelnen Anbieter hohe Aufmerksamkeit in der Optimierung richten?
- ⇒ Klare Handlungsorientierung durch Handlungs-Relevanz-Matrix für jeden Anbieter



- Bei welchen Service- und Leistungsattributen ist ein Anbieter besser / schlechter als der Gesamtmarkt?
- ⇒ Leistungsprofil 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)

### Bestellung

- Gütesiegel für Marketingzwecke**  
(Basis für die auf dem Siegel aufzuführenden Kriterien ist der Studienflyer – EuroAtlas Krankenzusatzversicherer 2024. 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)
- €uroAtlas Krankenzusatzversicherer 2024 – Wettbewerbsanalyse zur Kundenorientierung** (113 Seiten, PDF) zum Preis von 5.500,- € netto
- Vorteilsangebot** EuroAtlas Krankenzusatzversicherer 2024 (113 Seiten, PDF) und Ergebnispräsentation sowie Analysegespräch zum Preis von 7.400,- € 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. 341

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: © wittayayut – Fotolia.com

“Our business is value development  
by service excellence.”

ServiceValue GmbH

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