



# Kundenurteil: Fairness von Firmenversicherern 2024

Wettbewerbsanalyse mit Detail-Auswertungen für 29 Firmenversicherer



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>	Juli 2024
<b>Stichprobe</b>	1.698 Kunden mit 2.226 Urteilen zu 29 Firmenversicherern (Bewertung von bis zu zwei Versicherern, bei denen die Befragten in den letzten 12 Monaten eine Firmenversicherung abgeschlossen haben)
<b>Auswertung</b>	<p>Umfassende Darstellung der Gesamtergebnisse</p> <p>Detailergebnisse für 29 Firmenversicherer:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Allianz</li> <li>• Alte Leipziger / Hallesche</li> <li>• ARAG</li> <li>• AXA</li> <li>• Baloise</li> <li>• Barmenia</li> <li>• Concordia</li> <li>• Debeka</li> <li>• DEVK</li> <li>• Die Continentale</li> <li>• ERGO</li> <li>• Generali</li> <li>• Gothaer</li> <li>• HDI</li> <li>• INTER</li> <li>• LVM Versicherung</li> <li>• Münchener Verein</li> <li>• NÜRNBERGER</li> <li>• Provinzial Versicherungsgruppe</li> <li>• R+V</li> <li>• SIGNAL IDUNA</li> <li>• SV SparkassenVersicherung</li> <li>• Swiss Life</li> <li>• uniVersa</li> <li>• Versicherungskammer Bayern</li> <li>• VGH Versicherungen</li> <li>• VHV Versicherungen</li> <li>• Württembergische</li> <li>• Zurich</li> </ul>
<b>Gesamtumfang</b>	194 Seiten Chart-Berichtsband (PDF)

## Studiendesign

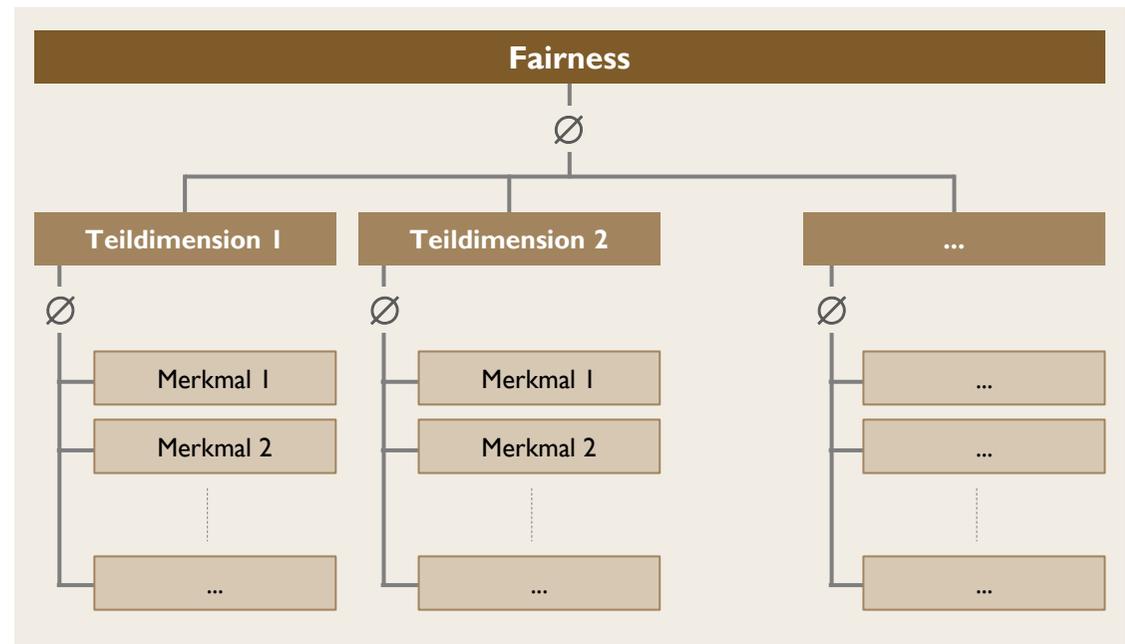
<b>Kundenbindung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Emotionale Bindung</li> <li>• Treue</li> <li>• Loyalität</li> <li>• Weiterempfehlung</li> </ul>
<b>Faire Kundenberatung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fachkompetenz der Mitarbeiter</li> <li>• Sozialkompetenz der Mitarbeiter</li> <li>• Eigeninitiative der Mitarbeiter</li> <li>• Beratungsqualität der Mitarbeiter</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>• Angemessener Informationsumfang</li> </ul>
<b>Fairer Kundenservice</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Leichter Mitarbeiterkontakt</li> <li>• Kurze Reaktionszeit auf Anfragen</li> <li>• Qualität der Anliegenbearbeitung</li> <li>• Kulanz bei Beschwerden / Reklamationen</li> <li>• Branchenspezifische Risikoanalyse</li> </ul>
<b>Fairer Schutz und Vorsorge</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Qualität der Produkte und Leistungen</li> <li>• Flexibilität der Produkte</li> <li>• Gefühl der Sicherheit</li> </ul>
<b>Faires Preis-Leistungs-Verhältnis</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Preis-Leistungs-Verhältnis</li> <li>• Kostentransparenz</li> <li>• Regelmäßige Anpassung von Umfang und Beiträgen</li> <li>• Attraktive Bündelpolicen</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 Firmenversicherern

### Fairness

#### Faire Kundenberatung

- Fachkompetenz der Mitarbeiter
- Sozialkompetenz der Mitarbeiter
- Eigeninitiative der Mitarbeiter
- Beratungsqualität der Mitarbeiter

#### Faire Kundenkommunikation

- Verbindlichkeit der Aussagen
- Verständlichkeit der Angebots- und Vertragsunterlagen
- Angemessener Informationsumfang

#### Fairer Kundenservice

- Leichter Mitarbeiterkontakt
- Kurze Reaktionszeit auf Anfragen
- Qualität der Anliegenbearbeitung
- Kulanz bei Beschwerden / Reklamationen
- Branchenspezifische Risikoanalyse

#### Fairer Schutz und Vorsorge

- Qualität der Produkte und Leistungen
- Flexibilität der Produkte
- Gefühl der Sicherheit

#### Faires Preis-Leistungs-Verhältnis

- Preis-Leistungs-Verhältnis
- Kostentransparenz
- Regelmäßige Anpassung von Umfang und Beiträgen
- Attraktive Bündelpolicen

## FOCUS MONEY Kundenurteil: Fairer Firmenversicherer (I)

FAIRNESS	
sehr gut	Allianz
sehr gut	Debeka
sehr gut	ERGO
sehr gut	Generali
sehr gut	HDI
sehr gut	LVM Versicherung
sehr gut	Provinzial Versicherungsgruppe
sehr gut	SV SparkassenVersicherung
sehr gut	VGH Versicherungen
sehr gut	Württembergische
gut	ARAG
gut	Gothaer
gut	INTER
gut	NÜRNBERGER
gut	R+V
gut	uniVersa
gut	Zurich
	Alte Leipziger / Hallesche
	AXA
	Baloise
	Barmenia
	Concordia
	DEVK
	Die Continentale
	Münchener Verein
	SIGNAL IDUNA
	Swiss Life
	Versicherungskammer Bayern
	VHV Versicherungen

Faire Kundenberatung	
sehr gut	Allianz
sehr gut	Debeka
sehr gut	ERGO
sehr gut	Generali
sehr gut	LVM Versicherung
sehr gut	Provinzial Versicherungsgruppe
sehr gut	SV SparkassenVersicherung
sehr gut	VGH Versicherungen
sehr gut	Württembergische
gut	ARAG
gut	Concordia
gut	DEVK
gut	Gothaer
gut	HDI
gut	NÜRNBERGER
gut	R+V
gut	uniVersa
gut	Zurich
	Alte Leipziger / Hallesche
	AXA
	Baloise
	Barmenia
	Concordia
	DEVK
	Die Continentale
	INTER
	Münchener Verein
	SIGNAL IDUNA
	Swiss Life
	Versicherungskammer Bayern
	VHV Versicherungen

Faire Kundenkommunikation	
sehr gut	Allianz
sehr gut	Debeka
sehr gut	Generali
sehr gut	HDI
sehr gut	LVM Versicherung
sehr gut	Provinzial Versicherungsgruppe
sehr gut	SV SparkassenVersicherung
sehr gut	Württembergische
gut	ARAG
gut	ERGO
gut	Gothaer
gut	INTER
gut	NÜRNBERGER
gut	R+V
gut	uniVersa
gut	VGH Versicherungen
gut	Zurich
	Alte Leipziger / Hallesche
	AXA
	Baloise
	Barmenia
	Concordia
	DEVK
	Die Continentale
	Münchener Verein
	SIGNAL IDUNA
	Swiss Life
	Versicherungskammer Bayern
	VHV Versicherungen

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

## FOCUS MONEY Kundenurteil: Fairer Firmenversicherer (II)

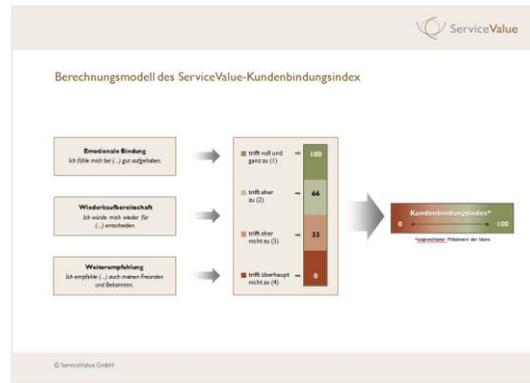
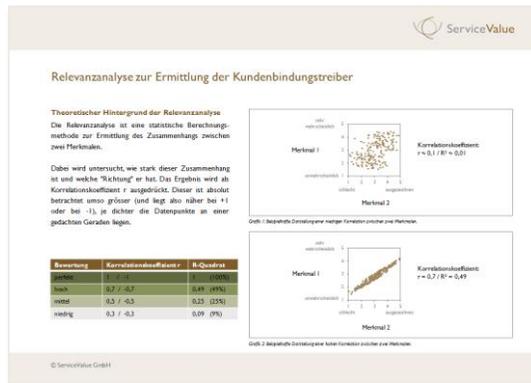
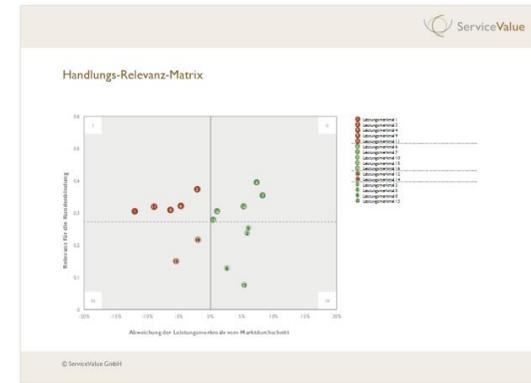
Fairer Kundenservice	
sehr gut	Allianz
sehr gut	Debeka
sehr gut	Generali
sehr gut	HDI
sehr gut	LVM Versicherung
sehr gut	Provinzial Versicherungsgruppe
sehr gut	SV SparkassenVersicherung
sehr gut	VGH Versicherungen
sehr gut	Württembergische
gut	ARAG
gut	AXA
gut	DEVK
gut	ERGO
gut	Gothaer
gut	INTER
gut	NÜRNBERGER
gut	R+V
gut	uniVersa
gut	Zurich
	Alte Leipziger / Hallesche
	Baloise
	Barmenia
	Concordia
	Die Continentale
	Münchener Verein
	SIGNAL IDUNA
	Swiss Life
	Versicherungskammer Bayern
	VHV Versicherungen

Fairer Schutz und Vorsorge	
sehr gut	Allianz
sehr gut	Debeka
sehr gut	Generali
sehr gut	HDI
sehr gut	LVM Versicherung
sehr gut	Provinzial Versicherungsgruppe
sehr gut	SV SparkassenVersicherung
sehr gut	VGH Versicherungen
sehr gut	Württembergische
gut	ARAG
gut	ERGO
gut	Gothaer
gut	INTER
gut	Münchener Verein
gut	NÜRNBERGER
gut	R+V
gut	uniVersa
gut	Zurich
	Alte Leipziger / Hallesche
	AXA
	Baloise
	Barmenia
	Concordia
	DEVK
	Die Continentale
	SIGNAL IDUNA
	Swiss Life
	Versicherungskammer Bayern
	VHV Versicherungen

Faires Preis-Leistungs-Verhältnis	
sehr gut	Allianz
sehr gut	Debeka
sehr gut	Generali
sehr gut	HDI
sehr gut	LVM Versicherung
sehr gut	NÜRNBERGER
sehr gut	Provinzial Versicherungsgruppe
sehr gut	R+V
sehr gut	SV SparkassenVersicherung
sehr gut	uniVersa
sehr gut	VGH Versicherungen
sehr gut	Württembergische
gut	ARAG
gut	Concordia
gut	DEVK
gut	ERGO
gut	Gothaer
gut	Zurich
	Alte Leipziger / Hallesche
	AXA
	Baloise
	Barmenia
	Die Continentale
	INTER
	Münchener Verein
	SIGNAL IDUNA
	Swiss Life
	Versicherungskammer Bayern
	VHV Versicherungen

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

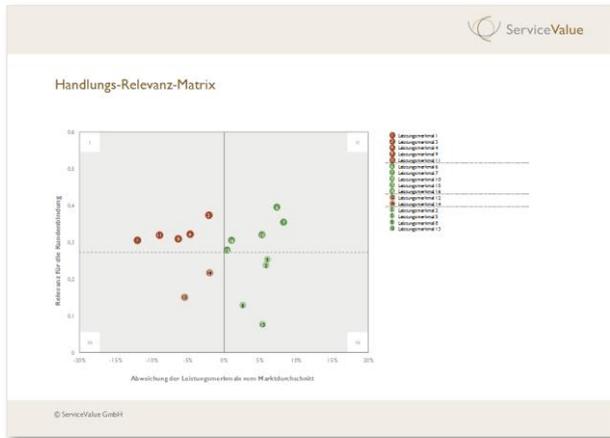
# Informationen werden anschaulich aufbereitet ...



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?

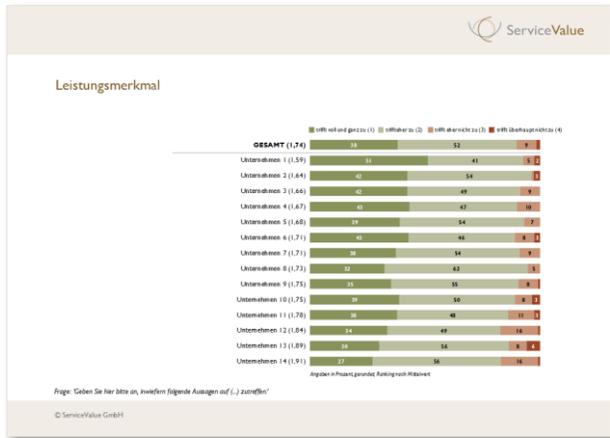
⇒ Klare Handlungsorientierung durch Handlungs-Relevanz-Matrix für jeden Anbieter



- 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

## Studienbestellung per E-Mail an [Bestellung@ServiceValue.de](mailto:Bestellung@ServiceValue.de)

### Bestellung

- Benchmarkstudie** „Kundenurteil: Fairness von Firmenversicherern 2024“ (Einzelexemplar, 194 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 Firmenversicherern 2024“ (Einzelexemplar, 194 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 / StockPhotoPro – 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)