



Kundenurteil: Fairness von Privat-Haftpflicht- versicherern 2024

Wettbewerbsanalyse mit Detail-Auswertungen
für 36 Privat-Haftpflichtversicherer

Eine Untersuchung in Kooperation mit



Studienflyer mit Bestellformular

Studiensteckbrief

Studienkonzept	FOCUS MONEY und ServiceValue GmbH
Erhebungsmethode	Online-Befragung
Erhebungszeitraum	Juni 2024
Stichprobe	3.271 Kunden mit 3.666 Urteilen zu 36 Versicherern (Bewertung von bis zu zwei Versicherern, bei denen die Befragten in den letzten 12 Monaten Kunden mit einer Privat-Haftpflichtversicherung waren)
Auswertung	<p>Umfassende Darstellung der Gesamtergebnisse</p> <p>Detailergebnisse für 36 Versicherer:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Adam Riese • Allianz • Alte Leipziger • ARAG • AXA • Baloise • BarmeniaDirekt • Concordia • CosmosDirekt • Debeka • DEVK • Die Continentale • Die Haftpflichtkasse • ERGO • Europa • Generali • Gothaer • HanseMerkur • HDI • Helvetia • HUK-COBURG • HUK24 • LVM Versicherung • Mecklenburgische Versicherung • NÜRNBERGER • Provinzial • R+V • SIGNAL IDUNA • SV SparkassenVersicherung • Versicherungskammer Bayern • VGH Versicherungen • VHV Versicherungen • WGV • Württembergische • WWK • Zurich
Gesamtumfang	354 Seiten Chart-Berichtsband (PDF)

Studiendesign (I)

Kundenbindung	<ul style="list-style-type: none"> • Emotionale Bindung • Treue • Loyalität • Weiterempfehlung
Faire Tarifleistung	<ul style="list-style-type: none"> • Transparenz der Produkte und Leistungen • Produktauswahl • Qualität der Produkte • Zuverlässigkeit der Produkte • Flexible Produkte • Sicherheit • Forderungsausfalldeckung • Deckungssummen
Faire Kundenberatung	<ul style="list-style-type: none"> • Eingehen auf Kundenbedürfnisse • Auskunftsfähigkeit und -bereitschaft • Fachkompetenz • Verbindlichkeit von Aussagen • Proaktiv bessere Angebote
Fairer Kundenservice	<ul style="list-style-type: none"> • Reaktion bei Problemen (Zeit und Qualität) • Unbürokratischer Kundenservice • Erreichbarkeit von Mitarbeitern • Reaktion auf Anfragen (Zeit und Qualität) • Kulanz

Studiendesign (II)

Faire Kundenkommunikation	<ul style="list-style-type: none">• Verständlichkeit der Kommunikation• Verständlichkeit der Angebots- und Vertragsunterlagen• Angemessener Informationsumfang• Orientierung auf der Website• Online-Vertragsabschluss
Faires Preis-Leistungs-Verhältnis	<ul style="list-style-type: none">• Preis-Leistungs-Verhältnis• Kostentransparenz• Preisstabilität• Belohnung der Kundentreue• Berechnung von Zeitwerten

Teildimensionen der Fairness von Privat-Haftpflichtversicherern

Fairness

Faire Tarifleistung

- Transparenz der Produkte und Leistungen
- Produktauswahl
- Qualität der Produkte
- Zuverlässigkeit der Produkte
- Flexible Produkte
- Sicherheit
- Forderungsausfalldeckung
- Deckungssummen

Faire Kundenberatung

- Eingehen auf Kundenbedürfnisse
- Auskunftsfähigkeit und -bereitschaft
- Fachkompetenz
- Verbindlichkeit von Aussagen
- Proaktiv bessere Angebote

Fairer Kundenservice

- Reaktion bei Problemen (Zeit und Qualität)
- Unbürokratischer Kundenservice
- Erreichbarkeit von Mitarbeitern
- Reaktion auf Anfragen (Zeit und Qualität)
- Kulanz

Faire Kundenkommunikation

- Verständlichkeit der Kommunikation
- Verständlichkeit der Angebots- und Vertragsunterlagen
- Angemessener Informationsumfang
- Orientierung auf der Website
- Online-Vertragsabschluss

Faires Preis-Leistungs-Verhältnis

- Preis-Leistungs-Verhältnis
- Kostentransparenz
- Preisstabilität
- Belohnung der Kundentreue
- Berechnung von Zeitwerten

FOCUS MONEY Kundenurteil: Faire Privat-Haftpflichtversicherer (I)

FAIRNESS	
sehr gut	Allianz
sehr gut	CosmosDirekt
sehr gut	DEVK
sehr gut	ERGO
sehr gut	Generali
sehr gut	HUK24
sehr gut	HUK-COBURG
sehr gut	LVM Versicherung
sehr gut	Provinzial
sehr gut	R+V
sehr gut	SV SparkassenVersicherung
sehr gut	VGH Versicherungen
gut	ARAG
gut	Concordia
gut	Debeka
gut	Gothaer
gut	SIGNAL IDUNA
gut	VHV Versicherungen
gut	WGV
gut	Württembergische
gut	WWK
	Adam Riese
	Alte Leipziger
	AXA
	Baloise
	BarmeniaDirekt
	Die Continentale
	Die Haftpflichtkasse
	Europa
	HanseMerkur
	HDI
	Helvetia
	Mecklenburgische Versicherung
	NÜRNBERGER
	Versicherungskammer Bayern
	Zurich

Faire Tarifleistung	
sehr gut	Allianz
sehr gut	CosmosDirekt
sehr gut	DEVK
sehr gut	ERGO
sehr gut	Generali
sehr gut	HUK24
sehr gut	HUK-COBURG
sehr gut	LVM Versicherung
sehr gut	Provinzial
sehr gut	R+V
sehr gut	SV SparkassenVersicherung
sehr gut	VGH Versicherungen
gut	ARAG
gut	Concordia
gut	Debeka
gut	Gothaer
gut	SIGNAL IDUNA
gut	VHV Versicherungen
gut	WGV
gut	Württembergische
gut	WWK
	Adam Riese
	Alte Leipziger
	AXA
	Baloise
	BarmeniaDirekt
	Die Continentale
	Die Haftpflichtkasse
	Europa
	HanseMerkur
	HDI
	Helvetia
	Mecklenburgische Versicherung
	NÜRNBERGER
	Versicherungskammer Bayern
	Zurich

Faire Kundenberatung	
sehr gut	Allianz
sehr gut	DEVK
sehr gut	ERGO
sehr gut	Generali
sehr gut	HUK-COBURG
sehr gut	LVM Versicherung
sehr gut	Provinzial
sehr gut	R+V
sehr gut	SIGNAL IDUNA
sehr gut	SV SparkassenVersicherung
sehr gut	VGH Versicherungen
gut	ARAG
gut	Concordia
gut	CosmosDirekt
gut	Debeka
gut	Gothaer
gut	HUK24
gut	NÜRNBERGER
gut	Württembergische
gut	WWK
	Adam Riese
	Alte Leipziger
	AXA
	Baloise
	BarmeniaDirekt
	Die Continentale
	Die Haftpflichtkasse
	Europa
	HanseMerkur
	HDI
	Helvetia
	Mecklenburgische Versicherung
	Versicherungskammer Bayern
	VHV Versicherungen
	WGV
	Zurich

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

FOCUS MONEY Kundenurteil: Faire Privat-Haftpflichtversicherer (II)

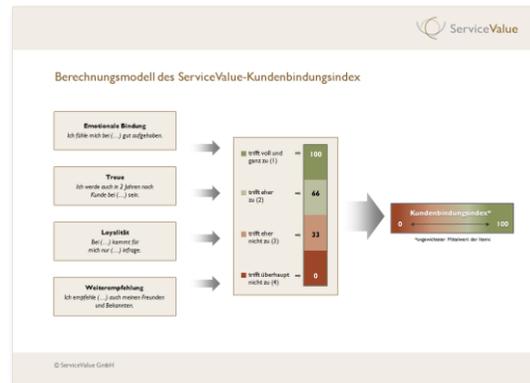
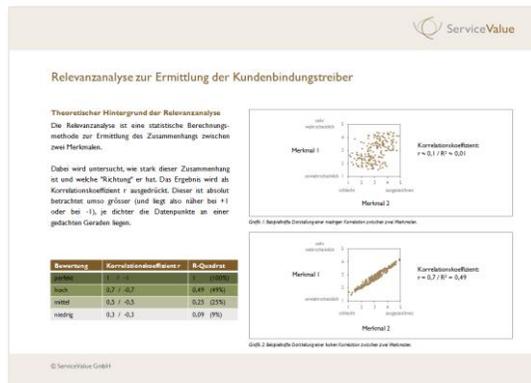
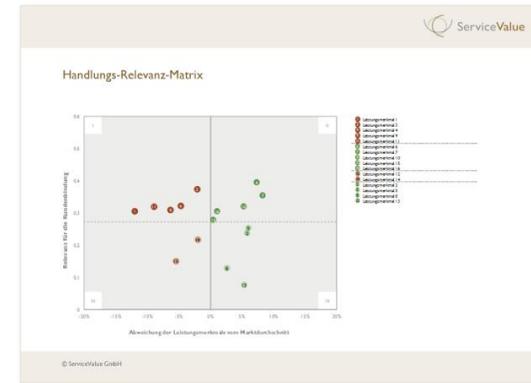
Fairer Kundenservice	
sehr gut	Allianz
sehr gut	CosmosDirekt
sehr gut	DEVK
sehr gut	Generali
sehr gut	HUK24
sehr gut	HUK-COBURG
sehr gut	LVM Versicherung
sehr gut	Provinzial
sehr gut	R+V
sehr gut	SV SparkassenVersicherung
gut	Concordia
gut	Debeka
gut	ERGO
gut	Gothaer
gut	NÜRNBERGER
gut	SIGNAL IDUNA
gut	VGH Versicherungen
gut	VHV Versicherungen
gut	Württembergische
gut	WWK
	Adam Riese
	Alte Leipziger
	ARAG
	AXA
	Baloise
	BarmeniaDirekt
	Die Continentale
	Die Haftpflichtkasse
	Europa
	HanseMerkur
	HDI
	Helvetia
	Mecklenburgische Versicherung
	Versicherungskammer Bayern
	WGV
	Zurich

Faire Kundenkommunikation	
sehr gut	Allianz
sehr gut	CosmosDirekt
sehr gut	DEVK
sehr gut	ERGO
sehr gut	Generali
sehr gut	HUK24
sehr gut	HUK-COBURG
sehr gut	LVM Versicherung
sehr gut	Provinzial
sehr gut	R+V
sehr gut	VGH Versicherungen
gut	ARAG
gut	Concordia
gut	Debeka
gut	Gothaer
gut	SIGNAL IDUNA
gut	SV SparkassenVersicherung
gut	VHV Versicherungen
gut	WGV
gut	Württembergische
gut	WWK
	Adam Riese
	Alte Leipziger
	AXA
	Baloise
	BarmeniaDirekt
	Die Continentale
	Die Haftpflichtkasse
	Europa
	HanseMerkur
	HDI
	Helvetia
	Mecklenburgische Versicherung
	NÜRNBERGER
	Versicherungskammer Bayern
	Zurich

Faires Preis-Leistungs-Verhältnis	
sehr gut	Allianz
sehr gut	Concordia
sehr gut	CosmosDirekt
sehr gut	DEVK
sehr gut	ERGO
sehr gut	Generali
sehr gut	HUK24
sehr gut	HUK-COBURG
sehr gut	LVM Versicherung
sehr gut	R+V
sehr gut	VGH Versicherungen
sehr gut	WGV
gut	Adam Riese
gut	ARAG
gut	Provinzial
gut	SIGNAL IDUNA
gut	SV SparkassenVersicherung
gut	VHV Versicherungen
gut	Württembergische
gut	WWK
	Alte Leipziger
	AXA
	Baloise
	BarmeniaDirekt
	Debeka
	Die Continentale
	Die Haftpflichtkasse
	Europa
	Gothaer
	HanseMerkur
	HDI
	Helvetia
	Mecklenburgische Versicherung
	NÜRNBERGER
	Versicherungskammer Bayern
	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)

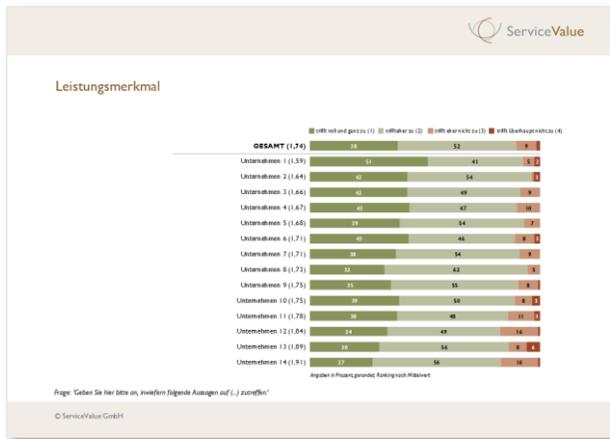


- Welche Stärken und Schwächen weisen die einzelnen Anbieter auf?
 - Auf welche Handlungsfelder sollten die einzelnen Anbieter hohe Aufmerksamkeit in der Optimierung richten?
- ⇒ Klare Handlungsorientierung durch Handlungs-Relevanz-Matrix für jeden Anbieter



- 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

Bestellung

- Benchmarkstudie** „Kundenurteil: Fairness von Privat-Haftpflichtversicherern 2024“ (Einzelexemplar, 354 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 Privat-Haftpflichtversicherern 2024“ (Einzelexemplar, 354 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 / DOC RABE Media – Fotolia.com

“Our business is value development
by service excellence.”

ServiceValue GmbH

Dürener Straße 34 I
50935 Köln
www.ServiceValue.de