



Studie: Beste Versicherer 2025

Hintergrundinformationen zur Studie in Kooperation
mit dem F.A.Z. Institut

F.A.Z. INSTITUT

Einleitung und Studienhintergrund

Im Rahmen der vorliegenden Studie der ServiceValue GmbH in Kooperation mit dem F.A.Z. Institut wurde untersucht, welche Versicherer und Produkte in besonderem Maße ihre Versicherungsnehmer überzeugen.

Konkret bewertet wurden folgende Versicherungsprodukte und ihre jeweiligen Anbieter:

- | | |
|---------------------------------------|-------------------------------------|
| ▪ Bauleistungsversicherung | ▪ Private Krankenversicherung |
| ▪ Berufs-Rechtsschutzversicherung | ▪ Privat-Haftpflichtversicherung |
| ▪ Berufsunfähigkeitsversicherung | ▪ Private Pflegeversicherung |
| ▪ E-Bike-Versicherung | ▪ Private Rechtsschutzversicherung |
| ▪ Elektronikversicherung | ▪ Reiseversicherung |
| ▪ Hausratversicherung | ▪ Tierhaftpflichtversicherung |
| ▪ Immobilien-Rechtsschutzversicherung | ▪ Tierkrankenversicherung |
| ▪ Kfz (Direktversicherer) | ▪ Unfallversicherung |
| ▪ Kfz (Serviceversicherer) | ▪ Verkehrs-Rechtsschutzversicherung |
| ▪ Krankenzusatzversicherung | ▪ Wohngebäudeversicherung |
| ▪ Lebensversicherung | ▪ Zahnzusatzversicherung |

Versicherer und Produkte, denen die Befragten ein besonders gutes/überdurchschnittliches Urteil gaben, werden mit dem Qualitätsprädikat „TOP“ bzw. „BESTER“ ausgezeichnet.

Studiensteckbrief (I)

Studienkonzept	ServiceValue GmbH (Eigenstudie in Zusammenarbeit mit dem F.A.Z. Institut)
Stichprobe	89.945 Urteile
Erhebungsmethode	Eigeninitiierte und unabhängig von den bewerteten Unternehmen durchgeführte Bevölkerungsumfrage über ein externes Online-Access-Panel. Es werden keine Adressdaten der Unternehmen eingeholt oder genutzt.
Erhebungszeitraum	September 2025
Untersuchungsobjekte	780 Versicherungsprodukte in 22 Sparten (Produktkategorien)

Studiensteckbrief (II)

Globalfragestellung	„Im Folgenden sehen Sie eine Auswahl von Versicherungsunternehmen, bei denen Sie unterschiedliche Versicherungsschutzprodukte erwerben können. Wenn Sie in den vergangenen 24 Monaten Kunde/Versicherungsnehmer bei [Versicherer XY] mit einem Versicherungsvertrag für [Versicherungsprodukt XY] waren, bewerten Sie bitte Ihren Gesamteindruck anhand der vorgegebenen Zufriedenheitsskala für das jeweilige Produkt und den Anbieter. Dabei ist es Ihnen überlassen, ob und wie Sie einzelne Teilaspekte Ihrer Erfahrungen und Erlebnisse mit den Versicherungsprodukten (in Klammern [...] dargestellt, z.B. Beratung, Service, Preis-Leistungs-Verhältnis, Leistungsregulierung etc.), für Ihren Gesamteindruck berücksichtigen und gewichten. Wie zufrieden sind Sie insgesamt mit dem [Versicherungsprodukt XY] bei Versicherer XY?“
Antwortskala	Zur Ermittlung des Verbraucherurteils wird eine fünfstufige, linksschiefe und voll verbalisierte Skala verwendet. Diese ermöglicht eine stärkere Differenzierung der Antworten im positiven Bereich: 1 = sehr zufrieden 2 = zufrieden 3 = eher zufrieden 4 = eher nicht zufrieden 5 = unzufrieden bzw. kann ich nicht beurteilen (-)

Studiensteckbrief (III)

Auswertung	Je Anbieter und Sparte wird der ungewichtete Mittelwert / Score über alle Antworten / Bewertungen (Antwortskala 1-5) gebildet
Auszeichnung Versicherungsprodukte	Die Auszeichnung „TOP [Versicherer]“ erhalten alle Versicherer, die innerhalb ihrer Sparte/Produktkategorie besser als der Gesamtmittelwert aller ausgewerteten Stimmen abschneiden. Die Auszeichnung „BESTER [Versicherer]“ erhält der Versicherer, der innerhalb seiner Sparte/Produktkategorie den niedrigsten (=besten) Mittelwert erreicht.

Über das F.A.Z. Institut INTELLIGENCE IN MARKETING AND COMMUNICATIONS

F.A.Z. INSTITUT

Das F.A.Z. Institut ist ein Unternehmen der renommierten Verlagsgruppe Frankfurter Allgemeine Zeitung. Als Dienstleister für Kommunikations- und Marketingentscheider steht es für relevante, glaubwürdige und hochwertige Informationen. Seit mittlerweile 30 Jahren zeichnet sich die Arbeit des F.A.Z. Instituts durch fachliche Anerkennung, ein hohes Renommee und langjähriges Kundenvertrauen aus.

Unternehmen profitieren hierbei von:

- Marketing- und Kommunikationslösungen
- Studien zur Unternehmensreputation
- KI-gestützte Reputationsanalysen
- Netzwerken, Events und Magazinen
- Zertifikatsstudien



Über ServiceValue

Marktforschung

Wir liefern umsetzungsorientierte Ergebnisse aus Kunden- und Mitarbeiterbefragungen sowie aus Marktanalysen und Marktpotenzialschätzungen. Auf Ihr Anliegen passgenau zugeschnittene Erhebungsverfahren sowie optimale Stichprobenumfänge erhöhen die Effizienz und schaffen zugleich ökonomische Entlastung für ansetzende Follow-Up-Prozesse.

Beratung

Erklärtes Ziel unserer Beratungstätigkeit ist die nachhaltige Steigerung des Unternehmenswertes durch optimale Gestaltung von Stakeholderbeziehungen. Wir unterstützen Sie in der Findung und Umsetzung ganzheitlicher Servicestrategien.

Personal- und Organisationsentwicklung

Der Erfolg eines Unternehmens ist im großen Maß abhängig von seiner Führungskultur und dem Engagement und der Bindung der Mitarbeiter. ServiceValue unterstützt Sie bei der Analyse von Potenzialen und Handlungsfeldern. Darüber hinaus begleiten wir Sie bei Veränderungsprozessen und der Entwicklung einer mitarbeiter- und serviceorientierten Führungskultur.



Impressum

Herausgeber der Studie

F.A.Z. Institut für Management-, Markt- und Medieninformationen GmbH

Pariser Straße 1
60486 Frankfurt am Main

Fon: +49 69 75 91 11 33
Fax: +49 69 75 91 80 11 33

E-Mail: info@faz-institut.de
www.faz-institut.de

Untersuchungs- und Vermarktungspartner

ServiceValue GmbH

Dürener Straße 34I
50935 Köln

Fon: +49 221 67 78 67 0
Fax: +49 221 67 78 67 99

info@servicevalue.de

www.servicevalue.de

Disclaimer: Die ServiceValue GmbH macht darauf aufmerksam, dass die Ergebnisse der Studie mit höchster Sorgfalt auf der Basis von Makleräußerungen 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, 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 sowie die elektronische Speicherung und elektronische Verarbeitung.

“Our business is value development
by service excellence.”

ServiceValue GmbH

Dürener Straße 34 I
50935 Köln
www.ServiceValue.de