



# Kundenurteil: Fairness von privaten Pflegeversicherern 2026

Wettbewerbsanalyse mit Detail-Auswertungen  
für 29 private Pflegeversicherer

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>	Oktober / November 2025
<b>Stichprobe</b>	2.405 Kunden mit 2.730 Urteilen zu 29 privaten Pflegeversicherern (Bewertung von bis zu zwei privaten Pflegeversicherern, bei denen die Befragten in den letzten 24 Monaten Kunden waren)
<b>Auswertung</b>	<p>Umfassende Darstellung der Gesamtergebnisse</p> <p>Detailergebnisse für 29 private Pflegeversicherer:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Allianz</li> <li>• ALTE OLDENBURGER</li> <li>• ARAG</li> <li>• AXA</li> <li>• Barmenia</li> <li>• Concordia</li> <li>• Debeka</li> <li>• DEVK</li> <li>• DFV</li> <li>• Die Continentale</li> <li>• DKV / ERGO</li> <li>• Generali</li> <li>• Gothaer</li> <li>• Hallesche</li> <li>• HanseMerkur</li> <li>• HUK-COBURG</li> <li>• IDEAL Versicherung</li> <li>• INTER</li> <li>• LVM Versicherung</li> <li>• Münchener Verein</li> <li>• NÜRNBERGER Versicherung</li> <li>• R+V</li> <li>• SDK</li> <li>• Signal Iduna</li> <li>• uniVersa</li> <li>• Versicherungskammer Bayern</li> <li>• VGH Versicherungen</li> <li>• vigo Krankenversicherung</li> <li>• Württembergische</li> </ul>
<b>Gesamtumfang</b>	179 Seiten Chart-Berichtsband (PDF)

## Studiendesign

<b>Kundenbindung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Emotionale Bindung</li> <li>• Wiederkaufbereitschaft</li> <li>• Loyalität</li> <li>• Weiterempfehlung</li> </ul>
<b>Faires Produktangebot</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Passgenauigkeit der Produkte</li> <li>• Verständliche Versicherungsbedingungen</li> <li>• Angemessene Gesundheitsprüfung</li> <li>• Flexibilität des Produkts vor Eintritt des Pflegefalles</li> <li>• Flexibilität des Produkts nach Eintritt des Pflegefalles</li> </ul>
<b>Faire Kundenberatung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kompetenz der Mitarbeiter</li> <li>• Beratungsqualität</li> <li>• Berücksichtigung der Lebenssituation</li> </ul>
<b>Faires Preis-Leistungs-Verhältnis</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Preis-Leistungs-Verhältnis</li> <li>• Kostentransparenz</li> <li>• Beitragsbefreiung bei Eintritt des Pflegefalles</li> </ul>

## Teildimensionen der Fairness von privaten Pflegeversicherern

Fairness		
Faires Produktangebot	Faire Kundenberatung	Faires Preis-Leistungs-Verhältnis
<ul style="list-style-type: none"><li>• Passgenauigkeit der Produkte</li><li>• Verständliche Versicherungsbedingungen</li><li>• Angemessene Gesundheitsprüfung</li><li>• Flexibilität des Produkts vor Eintritt des Pflegefalles</li><li>• Flexibilität des Produkts nach Eintritt des Pflegefalles</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Kompetenz der Mitarbeiter</li><li>• Beratungsqualität</li><li>• Berücksichtigung der Lebenssituation</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Preis-Leistungs-Verhältnis</li><li>• Kostentransparenz</li><li>• Beitragsbefreiung bei Eintritt des Pflegefalles</li></ul>

## FOCUS MONEY Kundenurteil: Fairer privater Pflegeversicherer

FAIRNESS	
sehr gut	Allianz
sehr gut	ARAG
sehr gut	Debeka
sehr gut	DKV / ERGO
sehr gut	Generali
sehr gut	HanseMerkur
sehr gut	HUK-COBURG
sehr gut	LVM Versicherung
sehr gut	R+V
sehr gut	vigo Krankenversicherung
gut	Barmenia
gut	DEVK
gut	Gothaer
gut	INTER
gut	SDK
gut	Signal Iduna
gut	uniVersa
gut	Württembergische
	ALTE OLDENBURGER
	AXA
	Concordia
	DFV
	Die Continentale
	Hallesche
	IDEAL Versicherung
	Münchener Verein
	NÜRNBERGER Versicherung
	Versicherungskammer Bayern
	VGH Versicherungen

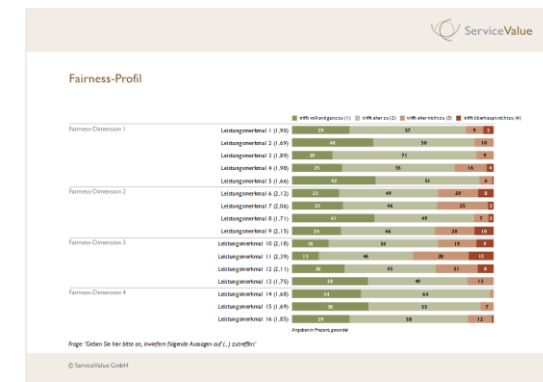
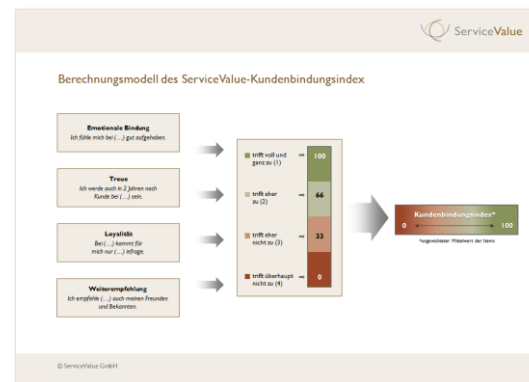
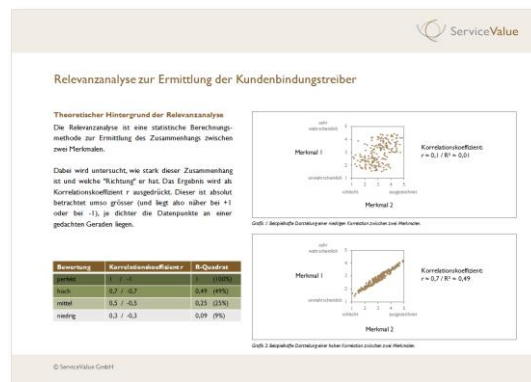
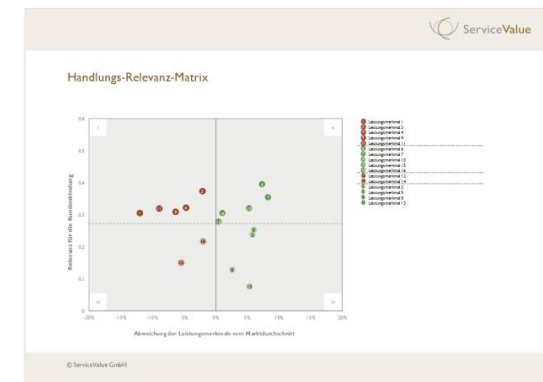
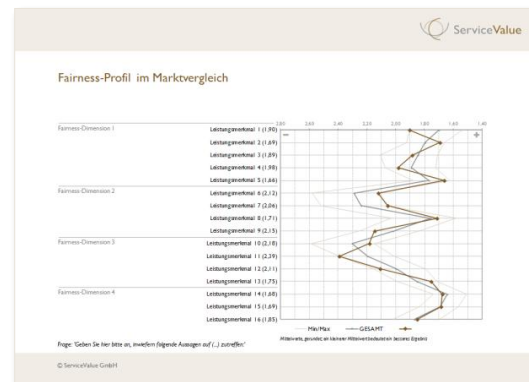
Faires Produktangebot	
sehr gut	Allianz
sehr gut	ARAG
sehr gut	Debeka
sehr gut	DKV / ERGO
sehr gut	HanseMerkur
sehr gut	HUK-COBURG
sehr gut	LVM Versicherung
sehr gut	R+V
sehr gut	uniVersa
sehr gut	vigo Krankenversicherung
gut	Barmenia
gut	DEVK
gut	Generali
gut	INTER
gut	SDK
gut	Signal Iduna
gut	VGH Versicherungen
gut	Württembergische
	ALTE OLDENBURGER
	AXA
	Concordia
	DFV
	Die Continentale
	Gothaer
	Hallesche
	IDEAL Versicherung
	Münchener Verein
	NÜRNBERGER Versicherung
	Versicherungskammer Bayern

Faire Kundenberatung	
sehr gut	Allianz
sehr gut	Debeka
sehr gut	DKV / ERGO
sehr gut	Generali
sehr gut	HanseMerkur
sehr gut	HUK-COBURG
sehr gut	LVM Versicherung
sehr gut	R+V
sehr gut	Württembergische
gut	ARAG
gut	Barmenia
gut	DEVK
gut	Gothaer
gut	INTER
gut	SDK
gut	Signal Iduna
gut	VGH Versicherungen
gut	vigo Krankenversicherung
	ALTE OLDENBURGER
	AXA
	Concordia
	DFV
	Die Continentale
	Hallesche
	IDEAL Versicherung
	Münchener Verein
	NÜRNBERGER Versicherung
	uniVersa
	Versicherungskammer Bayern

Faires Preis-Leistungs-Verhältnis	
sehr gut	Allianz
sehr gut	ARAG
sehr gut	Debeka
sehr gut	DKV / ERGO
sehr gut	HanseMerkur
sehr gut	HUK-COBURG
sehr gut	LVM Versicherung
sehr gut	R+V
sehr gut	vigo Krankenversicherung
gut	Barmenia
gut	DEVK
gut	Generali
gut	IDEAL Versicherung
gut	INTER
gut	SDK
gut	Signal Iduna
gut	uniVersa
	ALTE OLDENBURGER
	AXA
	Concordia
	DFV
	Die Continentale
	Gothaer
	Hallesche
	Münchener Verein
	NÜRNBERGER Versicherung
	Versicherungskammer Bayern
	VGH Versicherungen
	Württembergische

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

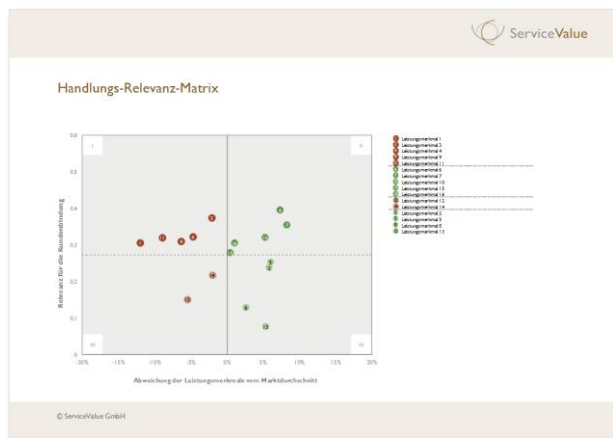
## Informationen werden anschaulich aufbereitet ...



Anonymisierte Musterfolien

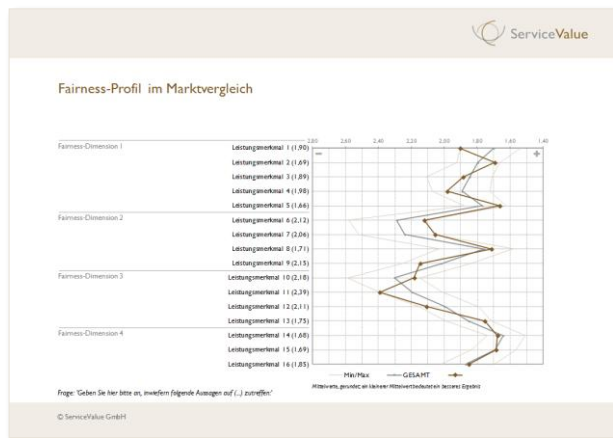
... und liefern Antworten auf Ihre Fragen. Im Folgenden finden Sie einige Beispiele.

## 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?

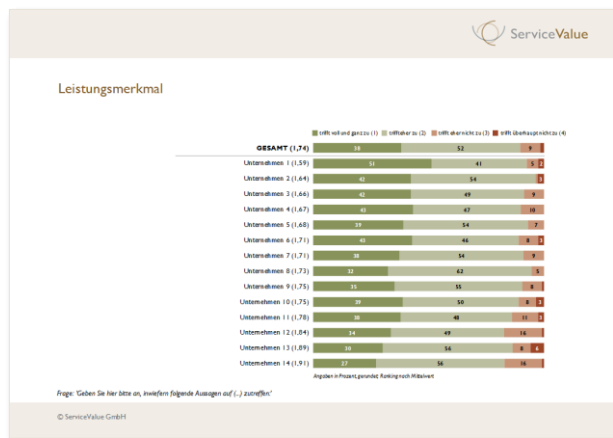
⇒ Klare Handlungsorientierung durch Handlungs-Relevanz-Matrix für jeden Anbieter



- 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, Wiederkaufsbereitschaft, Loyalität und Weiterempfehlung

⇒ Relevanzanalytische Berechnung und Darstellung für jeden Anbieter



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

### Bestellung

- ☐ **Benchmarkstudie** „Kundenurteil: Fairness von privaten Pflegeversicherern 2026“ (Einzelexemplar, 179 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 privaten Pflegeversicherern 2026“ (Einzelexemplar, 179 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
<hr/>		
E-Mail (wichtig für den Versand der Dateien)	Telefon	Telefax
<hr/>		
Adresse (Str. / PLZ / Ort)		
<hr/>		
Rechnungsanschrift (wenn abweichend von Adresse)		Ihre Auftragsnummer, Kostenstelle (zur Rechnungs-Ergänzung)
<hr/>		
Ort, Datum	Unterschrift	Stempel
<hr/>		

# Impressum

Herausgeber

**ServiceValue GmbH**

Dürener Str. 34 I

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 / VRD – 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)