



Kundenurteil: Fairness von betrieblichen Altersvorsorgern 2026

Wettbewerbsanalyse mit Detail-Auswertungen
für 33 Versicherer

Eine Untersuchung in Kooperation mit



Studienflyer mit Bestellformular

Studiensteckbrief

Studienkonzept	FOCUS MONEY und ServiceValue GmbH
Erhebungsmethode	Online-Befragung
Erhebungszeitraum	Juni 2026
Stichprobe	2.656 Kunden mit 3.242 Urteilen zu 33 Versicherern (Bewertung von bis zu zwei Versicherern, bei denen die Befragten in den letzten 24 Monaten Kunden waren)
Auswertung	Umfassende Darstellung der Gesamtergebnisse Detaillierergebnisse für 33 Versicherer: • Allianz • Alte Leipziger • AXA • BarmeniaGothaer • Canada Life • Condor Versicherungen • Debeka • DEVK • Die Continentale • Die Stuttgarter • ERGO • Generali • HANNOVERSCHE • HanseMerkur • HDI • Helvetia Baloise • HUK-COBURG • LV 1871 • LVM Versicherung • neue leben • NÜRNBERGER Versicherung • Provinzial • R+V • SAARLAND Versicherungen • SIGNAL IDUNA • SV SparkassenVersicherung • Swiss Life • Versicherungskammer Bayern • VGH Versicherungen • VOLKSWOHL BUND • Württembergische • WWK • ZURICH
Gesamtumfang	210 Seiten Chart-Berichtsband (PDF)

Studiendesign

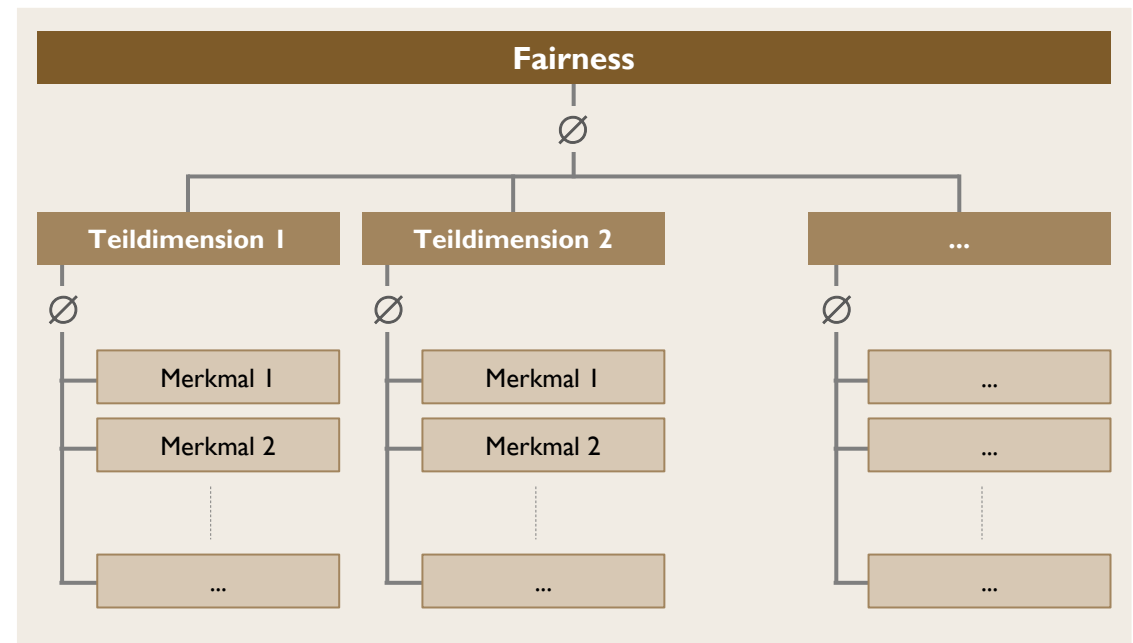
Kundenbindung	• Emotionale Bindung • Treue • Loyalität • Weiterempfehlung
Faire Produktleistung	• Kombinationsmöglichkeiten • Attraktivität der Produkte • Zusatzversicherungen • Problemlose Weiterführung
Faire Kundenberatung	• Hinweise zur Minderung der Sozialversicherungsleistungen • Hinweise zur Krankenversicherungspflichtgrenze • Hinweise zur Haftung bei Beitragsrückständen • Hinweise auf Sozialversicherungspflicht
Fairer Kundenservice	• Kontaktmöglichkeiten • Fachkompetenz • Beantwortung aller Fragen • Attraktive Einzel- oder Gruppenvereinbarungen
Faire Kundenkommunikation	• Vollständigkeit der Informationen • Verbindlichkeit von Aussagen • Verständlichkeit der Unterlagen • Regelmäßige Informationen
Faires Preis-Leistungs-Verhältnis	• Preis-Leistungs-Verhältnis • Transparenz der Kosten

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 betrieblichen Altersvorsorgern

Fairness		
Faire Produktleistung	Faire Kundenberatung	Fairer Kundenservice
• Kombinationsmöglichkeiten • Attraktivität der Produkte • Zusatzversicherungen • Problemlose Weiterführung	• Hinweise zur Minderung der Sozialversicherungsleistungen • Hinweise zur Krankenversicherungspflichtgrenze • Hinweise zur Haftung bei Beitragsrückständen • Hinweise auf Sozialversicherungspflicht	• Kontaktmöglichkeiten • Fachkompetenz • Beantwortung aller Fragen • Attraktive Einzel- oder Gruppenvereinbarungen
Faire Kundenkommunikation	Faires Preis-Leistungs-Verhältnis	
• Vollständigkeit der Informationen • Verbindlichkeit von Aussagen • Verständlichkeit der Unterlagen • Regelmäßige Informationen	• Preis-Leistungs-Verhältnis • Transparenz der Kosten	

FOCUS MONEY Kundenurteil: Faire betriebliche Altersvorsorger (I)

FAIRNESS	
sehr gut	Allianz
sehr gut	Generali
sehr gut	HUK-COBURG
sehr gut	LV 1871
sehr gut	LVM Versicherung
sehr gut	Provinzial
sehr gut	R+V
sehr gut	SV SparkassenVersicherung
sehr gut	Swiss Life
sehr gut	Württembergische
sehr gut	WWK
gut	Alte Leipziger
gut	BarmeniaGothaer
gut	Canada Life
gut	Debeka
gut	DEVK
gut	ERGO
gut	HanseMerkur
gut	Helvetia Baloise
gut	SIGNAL IDUNA
gut	VGH Versicherungen
gut	ZURICH
	AXA
	Condor Versicherungen
	Die Continentale
	Die Stuttgarter
	HANNOVERSCHE
	HDI
	Helvetia Baloise
	neue leben
	NÜRNBERGER Versicherung
	SAARLAND Versicherungen
	Versicherungskammer Bayern
	VOLKSWOHL BUND

Faire Produktleistung	
sehr gut	Allianz
sehr gut	Alte Leipziger
sehr gut	Canada Life
sehr gut	Debeka
sehr gut	HUK-COBURG
sehr gut	LVM Versicherung
sehr gut	Provinzial
sehr gut	R+V
sehr gut	SV SparkassenVersicherung
sehr gut	Swiss Life
sehr gut	Württembergische
sehr gut	WWK
sehr gut	ZURICH
gut	AXA
gut	BarmeniaGothaer
gut	DEVK
gut	ERGO
gut	Generali
gut	HanseMerkur
gut	LV 1871
gut	SIGNAL IDUNA
gut	VGH Versicherungen
	Condor Versicherungen
	Die Continentale
	Die Stuttgarter
	HANNOVERSCHE
	HDI
	Helvetia Baloise
	neue leben
	NÜRNBERGER Versicherung
	SAARLAND Versicherungen
	Versicherungskammer Bayern
	VOLKSWOHL BUND

Faire Kundenberatung	
sehr gut	Allianz
sehr gut	Canada Life
sehr gut	HanseMerkur
sehr gut	HUK-COBURG
sehr gut	LV 1871
sehr gut	LVM Versicherung
sehr gut	Provinzial
sehr gut	R+V
sehr gut	Swiss Life
sehr gut	VGH Versicherungen
sehr gut	Württembergische
sehr gut	WWK
gut	Alte Leipziger
gut	BarmeniaGothaer
gut	Debeka
gut	DEVK
gut	ERGO
gut	Generali
gut	Helvetia Baloise
gut	SIGNAL IDUNA
gut	SV SparkassenVersicherung
gut	ZURICH
	AXA
	Condor Versicherungen
	Die Continentale
	Die Stuttgarter
	HANNOVERSCHE
	HDI
	neue leben
	NÜRNBERGER Versicherung
	SAARLAND Versicherungen
	Versicherungskammer Bayern
	VOLKSWOHL BUND

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

FOCUS MONEY Kundenurteil: Faire betriebliche Altersvorsorger (II)

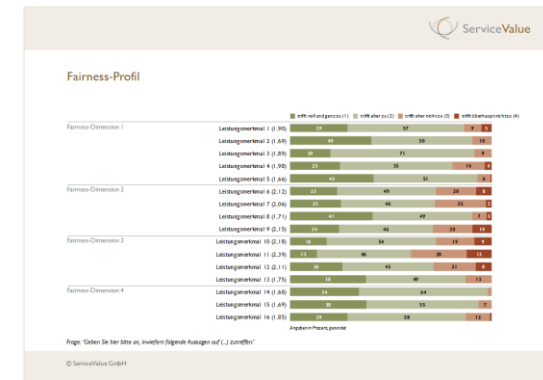
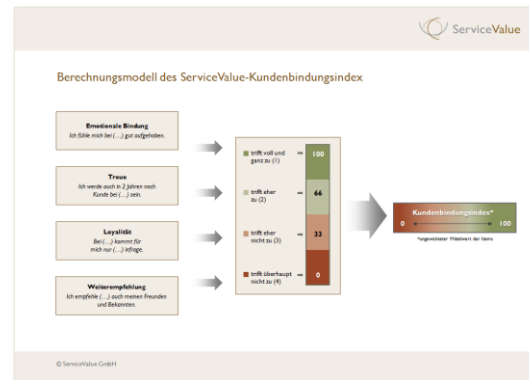
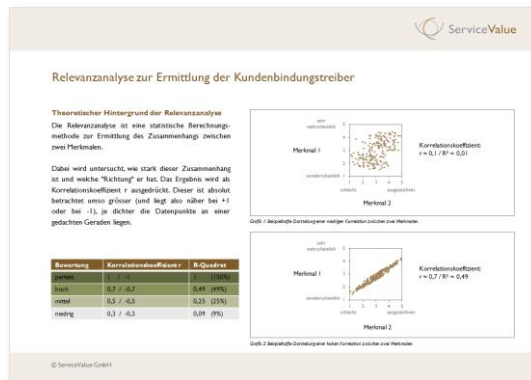
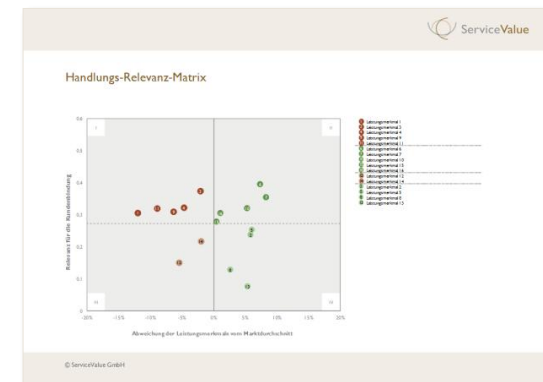
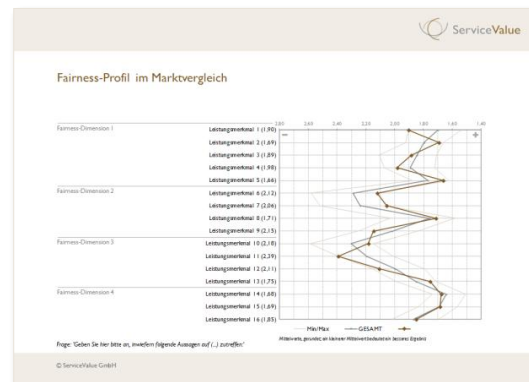
Fairer Kundenservice	
sehr gut	Allianz
sehr gut	ERGO
sehr gut	Generali
sehr gut	HUK-COBURG
sehr gut	LVM Versicherung
sehr gut	Provinzial
sehr gut	R+V
sehr gut	SV SparkassenVersicherung
sehr gut	Swiss Life
sehr gut	Württembergische
sehr gut	WWK
gut	Alte Leipziger
gut	BarmeniaGothaer
gut	Canada Life
gut	Debeka
gut	DEVK
gut	HanseMerkur
gut	Helvetia Baloise
gut	LV 1871
gut	VGH Versicherungen
gut	ZURICH
	AXA
	Condor Versicherungen
	Die Continentale
	Die Stuttgarter
	HANNOVERSCHE
	HDI
	neue leben
	NÜRNBERGER Versicherung
	SAARLAND Versicherungen
	SIGNAL IDUNA
	Versicherungskammer Bayern
	VOLKSWOHL BUND

Faire Kundenkommunikation	
sehr gut	Allianz
sehr gut	Generali
sehr gut	HUK-COBURG
sehr gut	LVM Versicherung
sehr gut	Provinzial
sehr gut	R+V
sehr gut	SV SparkassenVersicherung
sehr gut	Swiss Life
sehr gut	Württembergische
sehr gut	WWK
sehr gut	ZURICH
gut	BarmeniaGothaer
gut	Canada Life
gut	Debeka
gut	DEVK
gut	ERGO
gut	HanseMerkur
gut	LV 1871
gut	SIGNAL IDUNA
gut	Versicherungskammer Bayern
gut	VGH Versicherungen
	Alte Leipziger
	AXA
	Condor Versicherungen
	Die Continentale
	Die Stuttgarter
	HANNOVERSCHE
	HDI
	Helvetia Baloise
	neue leben
	NÜRNBERGER Versicherung
	SAARLAND Versicherungen
	VOLKSWOHL BUND

Faires Preis-Leistungs-Verhältnis	
sehr gut	Allianz
sehr gut	Generali
sehr gut	Helvetia Baloise
sehr gut	HUK-COBURG
sehr gut	LV 1871
sehr gut	LVM Versicherung
sehr gut	R+V
sehr gut	SV SparkassenVersicherung
sehr gut	Swiss Life
sehr gut	Württembergische
sehr gut	WWK
gut	Alte Leipziger
gut	BarmeniaGothaer
gut	Debeka
gut	DEVK
gut	ERGO
gut	HanseMerkur
gut	Provinzial
gut	SIGNAL IDUNA
gut	ZURICH
	AXA
	Canada Life
	Condor Versicherungen
	Die Continentale
	Die Stuttgarter
	HANNOVERSCHE
	HDI
	neue leben
	NÜRNBERGER Versicherung
	SAARLAND Versicherungen
	Versicherungskammer Bayern
	VGH Versicherungen
	VOLKSWOHL BUND

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

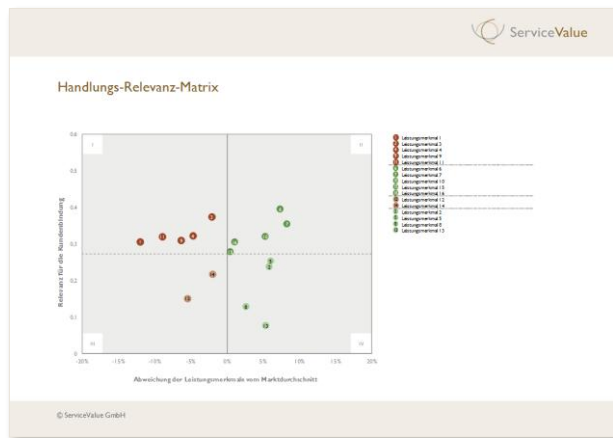
Informationen werden anschaulich aufbereitet ...



Anonymisierte Musterfolien

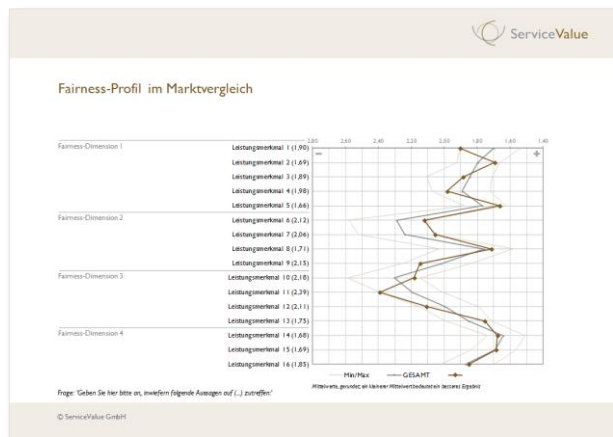
... und liefern Antworten auf Ihre Fragen. Im Folgenden finden Sie einige Beispiele.

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?

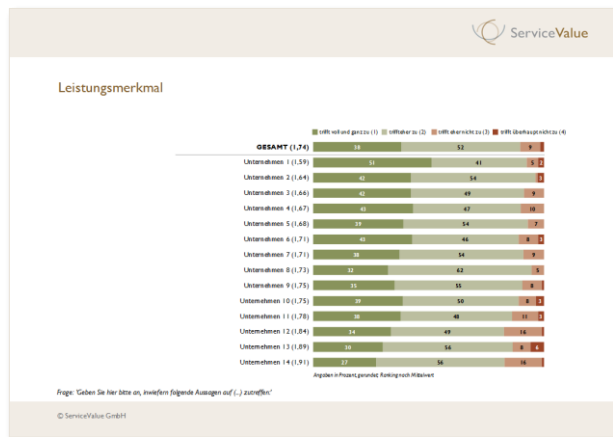
⇒ Klare Handlungsorientierung durch Handlungs-Relevanz-Matrix für jeden Anbieter



- 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 betrieblichen Altersvorsorgern 2026“ (Einzelexemplar, 210 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 betrieblichen Altersvorsorgern 2026 “ (Einzelexemplar, 210 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. 34 I

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 / pfpgroup – Fotolia.com

“Our business is value development
by service excellence.”

ServiceValue GmbH

Dürener Straße 34 I
50935 Köln
www.ServiceValue.de