



Kundenurteil: Fairness von Unfallversicherern 2017

Wettbewerbsanalyse mit Detail-Auswertungen
für 33 Unfallversicherer

Eine Untersuchung in Kooperation mit



Studienflyer mit Bestellformular



Studiensteckbrief

Studienkonzept	FOCUS-MONEY und ServiceValue GmbH
Erhebungsmethode	Online-Befragung
Erhebungszeitraum	Mai / Juni 2017
Stichprobe	2.479 Kunden mit 2.685 Urteilen zu 33 Unfallversicherern (Bewertung von bis zu 2 Unfallversicherern, bei denen die Befragten in den letzten 24 Monaten Kunden waren)
Auswertung	<ul style="list-style-type: none"> • Umfassende Darstellung der Gesamtergebnisse <p>Detailergebnisse für 33 Unfallversicherer</p> <ul style="list-style-type: none"> • AachenMünchener • ADAC Unfallversicherung • Allianz • ARAG • AXA • Barmenia • Basler • Concordia • DBV • Debeka • DEVK • ERGO • ERGO Direkt • Generali • Gothaer • HanseMerkur • HDI • HUK-COBURG • InterRisk • LVM • Nürnberger • Provinzial Nord Brandkasse • Provinzial Rheinland • R+V • Signal Iduna • Stuttgarter • SV SparkassenVersicherung • Versicherungskammer Bayern • VGH • VHV • Westfälische Provinzial • Württembergische • Zurich
Gesamtumfang	346 Seiten Chart-Berichtsband (PDF)

Studiendesign (I)

Kundenbindung	<ul style="list-style-type: none"> • Emotionale Bindung • Treue • Loyalität • Weiterempfehlungsbereitschaft
Gesamtaussagen	<ul style="list-style-type: none"> • Gesamtzufriedenheit • Kundenorientierung • Ruf und Image
Faires Produktangebot	<ul style="list-style-type: none"> • Produktvielfalt • Flexibilität der Produktmerkmale • Produkte für verschiedene Personengruppen • Qualität der Versicherungsleistungen • Nachvollziehbarkeit der Versicherungsprämien • Gefühl der Sicherheit durch Produkte und Leistungen • Aufzeigen der Produktunterschiede • Angemessenheit der Gliedertaxe • Interessante Zusatzleistungen
Faire Versicherungsbedingungen	<ul style="list-style-type: none"> • Transparenz der Versicherungsbedingungen • Verständlichkeit der Vertragsunterlagen • Klare Hervorhebung der Leistungsausschlüsse • Deutlichkeit des Rücktrittsrechts / Kündigung

Studiendesign (II)

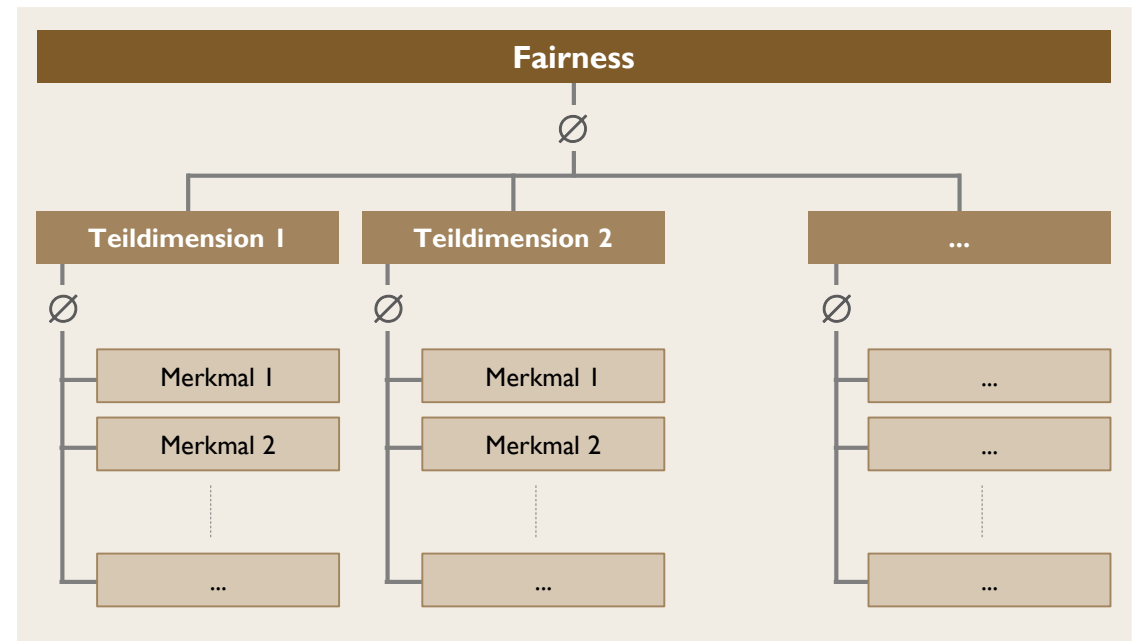
Faire Kundenberatung	<ul style="list-style-type: none"> • Fachkompetenz der Mitarbeiter • Beratungsqualität • Beantwortung aller Kundenfragen • Beratung zur Rentenhöhe und Vertragslaufzeit • Aufklärung über Einflussfaktoren auf Kapitalzahlung
Fairer Kundenservice	<ul style="list-style-type: none"> • Leichte Kontaktmöglichkeit der Mitarbeiter • Freundlichkeit der Mitarbeiter • Eigeninitiative der Mitarbeiter • Qualität der Anliegenbearbeitung • Kulanz bei Beschwerden / Problemen • Verlässlichkeit der Aussagen
Faire Schadenregulierung	<ul style="list-style-type: none"> • Unbürokratische Vorgehensweise im Schadenfall • Unkompliziertheit der Schadenabwicklung • Einhalten von Leistungszusagen im Schadenfall • Reaktionszeit bei Schadenfall-Anfragen
Faires Preis-Leistungs-Verhältnis	<ul style="list-style-type: none"> • Angemessenes Preis-Leistungs-Verhältnis • Vorhersehbarkeit der Beiträge • Angemessene Beitragshöhe

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 Unfallversicherern

Fairness		
<p>Faires Produktangebot</p> <ul style="list-style-type: none"> • Produktvielfalt • Flexibilität der Produktmerkmale • Produkte für verschiedene Personengruppen • Qualität der Versicherungsleistungen • Nachvollziehbarkeit der Versicherungsprämien • Gefühl der Sicherheit durch Produkte und Leistungen • Aufzeigen der Produktunterschiede • Angemessenheit der Gliedertaxe • Interessante Zusatzleistungen 	<p>Faire Versicherungsbedingungen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Transparenz der Versicherungsbedingungen • Verständlichkeit der Vertragsunterlagen • Klare Hervorhebung der Leistungsausschlüsse • Deutlichkeit des Rücktrittsrechts / Kündigung 	<p>Faire Kundenberatung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fachkompetenz der Mitarbeiter • Beratungsqualität • Beantwortung aller Kundenfragen • Beratung zur Rentenhöhe und Vertragslaufzeit • Aufklärung über Einflussfaktoren auf Kapitalzahlung
<p>Fairer Kundenservice</p> <ul style="list-style-type: none"> • Leichte Kontaktmöglichkeit der Mitarbeiter • Freundlichkeit der Mitarbeiter • Eigeninitiative der Mitarbeiter • Qualität der Anliegenbearbeitung • Kulanz bei Beschwerden / Problemen • Verlässlichkeit der Aussagen 	<p>Faire Schadenregulierung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Unbürokratische Vorgehensweise im Schadenfall • Unkompliziertheit der Schadenabwicklung • Einhalten von Leistungszusagen im Schadenfall • Reaktionszeit bei Schadenfall-Anfragen 	<p>Faires Preis-Leistungs-Verhältnis</p> <ul style="list-style-type: none"> • Angemessenes Preis-Leistungs-Verhältnis • Vorhersehbarkeit der Beiträge • Angemessene Beitragshöhe

FOCUS-MONEY Kundenurteil: Fairer Unfallversicherer (I)

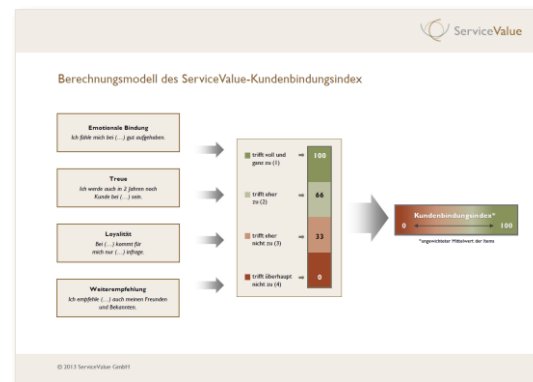
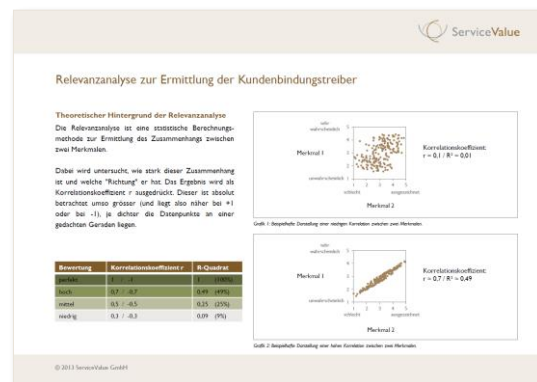
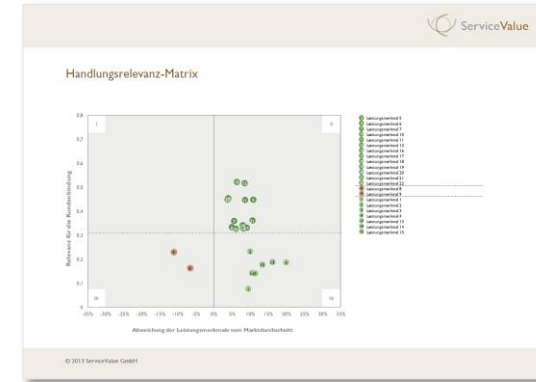
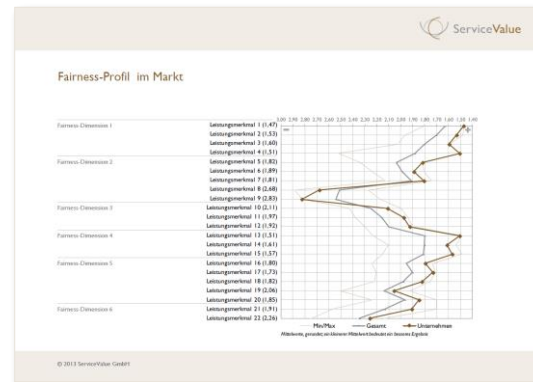
FAIRNESS		Faires Produktangebot		Faire Versicherungsbedingungen		Faire Kundenberatung	
sehr gut	AachenMünchener	sehr gut	AachenMünchener	sehr gut	AachenMünchener	sehr gut	AachenMünchener
sehr gut	Allianz	sehr gut	Allianz	sehr gut	Allianz	sehr gut	Allianz
sehr gut	DEVK	sehr gut	DEVK	sehr gut	ERGO Direkt	sehr gut	DEVK
sehr gut	Gothaer	sehr gut	Gothaer	sehr gut	Gothaer	sehr gut	Gothaer
sehr gut	HUK-COBURG	sehr gut	HUK-COBURG	sehr gut	HUK-COBURG	sehr gut	LVM
sehr gut	InterRisk	sehr gut	Provinzial Rheinland	sehr gut	Stuttgarter	sehr gut	Provinzial Rheinland
sehr gut	LVM	sehr gut	R+V	gut	ADAC Unfallversicherung	sehr gut	R+V
sehr gut	Zurich	sehr gut	Stuttgarter	gut	Basler	sehr gut	Westfälische Provinzial
gut	ADAC Unfallversicherung	sehr gut	Zurich	gut	Debeka	gut	ADAC Unfallversicherung
gut	ERGO Direkt	gut	Debeka	gut	DEVK	gut	ERGO Direkt
gut	Provinzial Nord Brandkasse	gut	ERGO Direkt	gut	HDI	gut	Generali
gut	Provinzial Rheinland	gut	Generali	gut	InterRisk	gut	HUK-COBURG
gut	R+V	gut	InterRisk	gut	LVM	gut	Signal Iduna
gut	Stuttgarter	gut	LVM	gut	Signal Iduna	gut	Stuttgarter
gut	SV SparkassenVersicherung	gut	Signal Iduna	gut	VGH	gut	Zurich
gut	VHV	gut	SV SparkassenVersicherung	gut	VHV		ARAG
	ARAG	gut	VGH	gut	Zurich		AXA
	AXA	gut	VHV		ARAG		Barmenia
	Barmenia		ADAC Unfallversicherung		AXA		Basler
	Basler		ARAG		Barmenia		Concordia
	Concordia		AXA		Concordia		DBV
	DBV		Barmenia		DBV		Debeka
	Debeka		Basler		ERGO		ERGO
	ERGO		Concordia		Generali		HanseMerkur
	Generali		DBV		HanseMerkur		HDI
	HanseMerkur		ERGO		Nürnbergger		InterRisk
	HDI		HanseMerkur		Provinzial Nord Brandkasse		Nürnbergger
	Nürnbergger		HDI		Provinzial Rheinland		Provinzial Nord Brandkasse
	Signal Iduna		Nürnbergger		R+V		SV SparkassenVersicherung
	Versicherungskammer Bayern		Provinzial Nord Brandkasse		SV SparkassenVersicherung		Versicherungskammer Bayern
	VGH		Versicherungskammer Bayern		Versicherungskammer Bayern		VGH
	Westfälische Provinzial		Westfälische Provinzial		Westfälische Provinzial		VHV
	Württembergische		Württembergische		Württembergische		Württembergische

FOCUS-MONEY Kundenurteil: Fairer Unfallversicherer (II)

Fairer Kundenservice		Faire Schadenregulierung		Faires Preis-Leistungs-Verhältnis	
sehr gut	Allianz	sehr gut	AachenMünchener	sehr gut	DEVK
sehr gut	DEVK	sehr gut	Gothaer	sehr gut	Gothaer
sehr gut	HUK-COBURG	sehr gut	InterRisk	sehr gut	HUK-COBURG
sehr gut	LVM	sehr gut	LVM	sehr gut	Stuttgarter
sehr gut	Provinzial Rheinland	sehr gut	Provinzial Nord Brandkasse	sehr gut	VHV
sehr gut	R+V	sehr gut	Zurich	gut	AachenMünchener
sehr gut	SV SparkassenVersicherung	gut	ADAC Unfallversicherung	gut	ADAC Unfallversicherung
sehr gut	Zurich	gut	Allianz	gut	Allianz
gut	AachenMünchener	gut	Provinzial Rheinland	gut	DBV
gut	Generali	gut	R+V	gut	Debeka
gut	Gothaer	gut	SV SparkassenVersicherung	gut	ERGO Direkt
gut	InterRisk		ARAG	gut	HanseMercur
gut	Provinzial Nord Brandkasse		AXA	gut	HDI
gut	Signal Iduna		Barmenia	gut	LVM
gut	VGH		Basler	gut	Provinzial Nord Brandkasse
gut	VHV		Concordia	gut	R+V
gut	Westfälische Provinzial		DBV	gut	SV SparkassenVersicherung
gut	Württembergische		Debeka	gut	Zurich
	ADAC Unfallversicherung		DEVK		ARAG
	ARAG		ERGO		AXA
	AXA		ERGO Direkt		Barmenia
	Barmenia		Generali		Basler
	Basler		HanseMercur		Concordia
	Concordia		HDI		ERGO
	DBV		HUK-COBURG		Generali
	Debeka		Nürnbergger		InterRisk
	ERGO		Signal Iduna		Nürnbergger
	ERGO Direkt		Stuttgarter		Provinzial Rheinland
	HanseMercur		Versicherungskammer Bayern		Signal Iduna
	HDI		VGH		Versicherungskammer Bayern
	Nürnbergger		VHV		VGH
	Stuttgarter		Westfälische Provinzial		Westfälische Provinzial
	Versicherungskammer Bayern		Württembergische		Württembergische

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

Informationen werden anschaulich aufbereitet ...



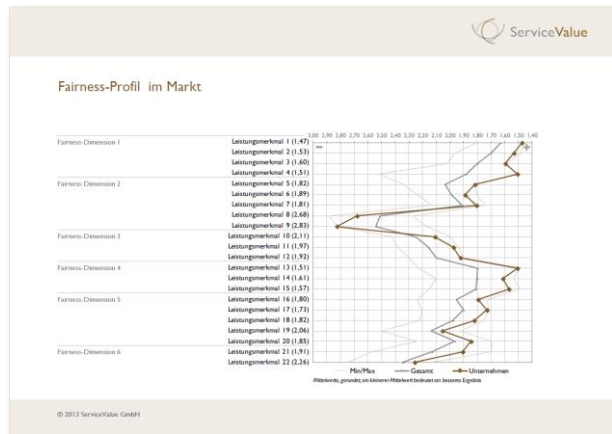
Anonymisierte Musterfolien

... 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 Handlungsrelevanz-Matrix für jeden Anbieter



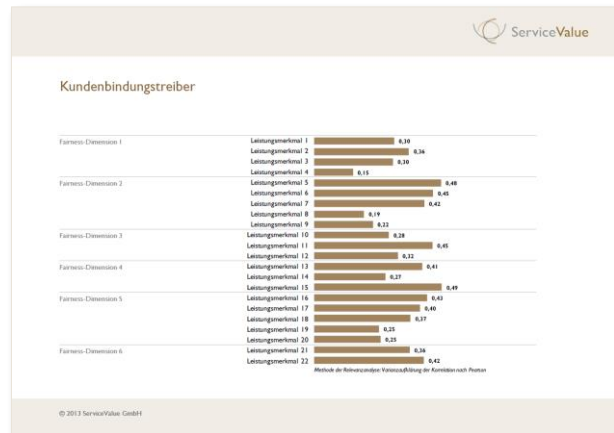
- Bei welchen Service- und Leistungsattributen ist ein Anbieter besser / schlechter als der Gesamtmarkt?
- ⇒ Serviceprofil im Marktvergleich für jeden Anbieter

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
 oder per FAX an +49 (0)221. 67 78 67 – 19

Bestellung

- Benchmarkstudie** „Kundenurteil: Fairness von Unfallversicherern 2017“ (Einzelexemplar, 346 Seiten, PDF)
zum Preis von 4.900,- € netto
- Ergebnispräsentation vor Ort** inkl. Überlassung der Präsentations-Datei (PPT)
zum Preis von 2.900,-€ netto, zzgl. anfallender Reisekosten
- Vorteilsangebot**
Benchmarkstudie „Kundenurteil: Fairness von Unfallversicherern 2017“ (Einzelexemplar, 346 Seiten, PDF)
und Ergebnispräsentation vor Ort zum Preis von 6.800,- € netto, 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, © Ralf85 - Fotolia.com

“Our business is value development
by service excellence.”

ServiceValue GmbH

Dürener Straße 341

50935 Köln

Tel +49.(0)221.67 78 67 - 0

Fax +49.(0)221.67 78 67 – 99

Info@ServiceValue.de

www.ServiceValue.de