



ServiceAtlas Private Krankenzusatz- versicherer 2016

Wettbewerbsanalyse zur
Kundenorientierung

Mit Detail-Auswertungen für 15 private
Krankenzusatzversicherer in Deutschland

Studienflyer und Bestellformular

Studiensteckbrief

Studienkonzept	ServiceValue GmbH
Erhebungsmethode	Online-Befragung
Erhebungszeitraum	März / April 2016
Stichprobe	n = 1.239 Kundenurteile zu 15 Privaten Krankenzusatzversicherern in Deutschland
Auswertung	<ul style="list-style-type: none"> • Umfassende Darstellung der Gesamtergebnisse <p>Detailergebnisse für 15 Private Krankenzusatzversicherer</p> <ul style="list-style-type: none"> • Allianz • ARAG • AXA • Barmenia • Central • Continentale • Debeka • DEVK • DKV • ERGO Direkt • Hanse Merkur • HUK – COBURG • R + V • SIGNAL • UKV
Gesamtumfang	149 Seiten Chart-Berichtsband (PDF)

Studiendesign (I)

Kundenbindung	<ul style="list-style-type: none"> • Emotionale Bindung • Treue • Loyalität • Weiterempfehlungsbereitschaft • Analyse der Kundenbindungstreiber
Gesamtaussagen	<ul style="list-style-type: none"> • Gesamtzufriedenheit • Kundenorientierung • Kümmert sich im Krankheitsfall
Image und Nachhaltigkeit	<ul style="list-style-type: none"> • Ruf und Image • Innovationsfähigkeit • Übernahme sozialer Verantwortung • Kümmert sich im Todesfall

Studiendesign (II)

Kundenservice	<ul style="list-style-type: none"> • Eigeninitiative der Mitarbeiter • Freundlichkeit und Höflichkeit der Mitarbeiter • Hilfsbereitschaft der Mitarbeiter • Qualität der Anliegenbearbeitung • Schnelligkeit bei der Abwicklung von Anliegen • Kulanz bei Beschwerden/Reklamationen
Erreichbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> • Örtliche Erreichbarkeit, günstige Ortslage • Telefonische Erreichbarkeit • Internetauftritt/-portal
Leistung	<ul style="list-style-type: none"> • Transparenz der Leistungen • Qualität der Produkte • Leistungsabwicklung • Leistungserstattung
Kundenberatung	<ul style="list-style-type: none"> • Umsetzung von Kundenbedürfnissen • Auskunftsfähigkeit und -bereitschaft • Verbindlichkeit von Aussagen • Beratungsqualität • Proaktiv bessere Angebote
Preis-Leistungs-Verhältnis	<ul style="list-style-type: none"> • Preis-Leistungs-Verhältnis • Kostentransparenz • Stabilität der Beiträge • Beitragsrückerstattungen
Kundenkommunikation	<ul style="list-style-type: none"> • Verständlichkeit der Kommunikation • Verständlichkeit der Angebots- und Vertragsunterlagen • Angemessener Informationsumfang • Orientierung auf der Website

Auszeichnung Private Krankenzusatzversicherer (I)

GESAMTURTEIL	
sehr gut	Debeka
sehr gut	HUK – COBURG
sehr gut	UKV
sehr gut	ERGO Direkt
gut	R + V
gut	DKV
gut	Allianz
gut	Continentale
	Hanse Merkur
	DEVK
	AXA
	Central
	ARAG
	Barmenia
	SIGNAL

Erreichbarkeit	
sehr gut	HUK – COBURG
sehr gut	Debeka
sehr gut	R + V
sehr gut	Allianz
gut	ERGO Direkt
gut	UKV
gut	Continentale
	DKV
	DEVK
	ARAG
	AXA
	Barmenia
	Hanse Merkur
	Central
	SIGNAL

Produktleistung	
sehr gut	Debeka
sehr gut	ERGO Direkt
sehr gut	DKV
sehr gut	UKV
gut	Hanse Merkur
gut	Continentale
gut	R + V
	Central
	HUK – COBURG
	Barmenia
	ARAG
	Allianz
	AXA
	DEVK
	SIGNAL

Kundenberatung	
sehr gut	UKV
sehr gut	Debeka
gut	ERGO Direkt
gut	DEVK
gut	R + V
gut	HUK – COBURG
gut	Continentale
	Allianz
	DKV
	Hanse Merkur
	Central
	AXA
	Barmenia
	ARAG
	SIGNAL

Das Gesamtergebnis berechnet sich als ungewichteter Mittelwert aller Teildimensionen. Die Teildimensionen ergeben sich als ungewichteter Mittelwert aus den jeweiligen Bewertungskriterien. Die Auszeichnung „gut“ erhalten alle Unternehmen, die über dem Mittelwert liegen. Unternehmen, die wiederum über dem Durchschnitt der mit „gut“ bewerteten Unternehmen liegen, erhalten ein „sehr gut“.

Auszeichnung Private Krankenzusatzversicherer (II)

Kundenservice	
sehr gut	Debeka
sehr gut	HUK – COBURG
sehr gut	ERGO Direkt
sehr gut	R + V
gut	Allianz
gut	DKV
gut	Continentale
gut	Hanse Merkur
	UKV
	DEVK
	Central
	Barmenia
	AXA
	SIGNAL
	ARAG

Kundenkommunikation	
sehr gut	UKV
sehr gut	HUK – COBURG
sehr gut	Debeka
gut	ERGO Direkt
gut	Allianz
gut	Hanse Merkur
	AXA
	R + V
	DKV
	Continentale
	Central
	DEVK
	Barmenia
	ARAG
	SIGNAL

Preis-Leistungs-Verhältnis	
sehr gut	Debeka
sehr gut	HUK – COBURG
gut	UKV
gut	ERGO Direkt
gut	R + V
	AXA
	DKV
	DEVK
	ARAG
	Continentale
	Hanse Merkur
	Central
	SIGNAL
	Allianz
	Barmenia

Das Gesamtergebnis berechnet sich als ungewichteter Mittelwert aller Teildimensionen. Die Teildimensionen ergeben sich als ungewichteter Mittelwert aus den jeweiligen Bewertungskriterien. Die Auszeichnung „gut“ erhalten alle Unternehmen, die über dem Mittelwert liegen. Unternehmen, die wiederum über dem Durchschnitt der mit „gut“ bewerteten Unternehmen liegen, erhalten ein „sehr gut“.

Informationen werden anschaulich aufbereitet ...

The collage displays several key reports from the ServiceAtlas study:

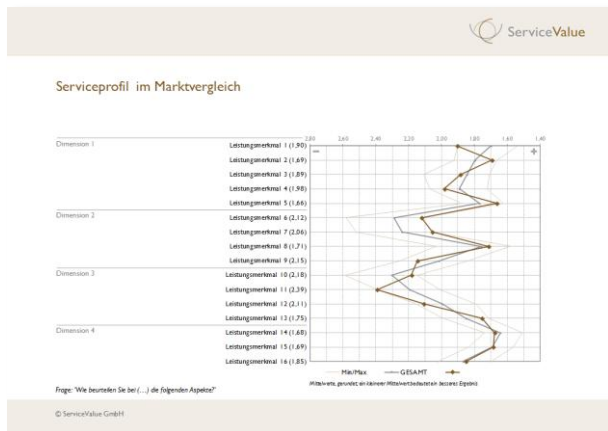
- Kundenbindungstreiber (I):** A horizontal bar chart showing drivers of customer loyalty such as 'Eigennutze der Marke' (0.31) and 'Freundlichkeit und Höflichkeit der Mitarbeiter' (0.29).
- Serviceprofil (III):** A line graph showing performance metrics across different service areas like 'Eigennutze der Marke' and 'Freundlichkeit und Höflichkeit der Mitarbeiter'.
- Qualität der Anliegenbearbeitung:** A table comparing service quality across various providers, with 'GESAMT (2.49)' as the overall average.
- Relevanzanalyse zur Ermittlung der Kundenbindungstreiber (II):** A scatter plot showing the relationship between different service attributes and their impact on customer loyalty.
- Importance-Performance-Matrix (IPM):** A scatter plot plotting 'Wichtigkeit' (Importance) against 'Leistung' (Performance) for various service attributes.
- Gesamtfriedenheit:** A table showing overall satisfaction levels, with 'Gesamt' at 0.7 and 'Wichtig' at 0.3.
- Customer Journey Map:** A diagram showing the customer's experience from 'Wachstums- / junger Kunde' to 'Reife Kunde' to 'Wiederholungs- / langjähriger Kunde'.
- Customer Loyalty Metrics:** A table showing metrics like 'Loyalität' and 'Weiterempfehlung'.
- Customer Satisfaction Survey:** A form with questions like 'Ich bin mit mir zufrieden' and 'Ich werde auch in 2 Jahren noch Kunde bei ... sein'.

... 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

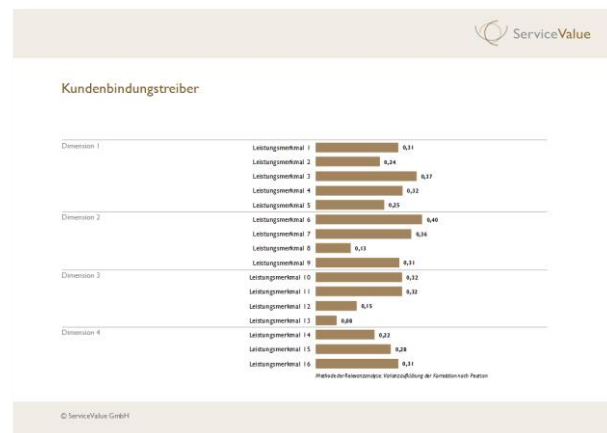


- Bei welchen Service- und Leistungsattributen ist ein Anbieter besser / schlechter als der Gesamtmarkt?
- ⇒ Serviceprofil im Marktvergleich für jeden Anbieter

Ihre Fragen – unsere Antworten (II)



- Wie gebunden sind die Kunden bei ihren Anbietern?
- ⇒ Kundenbindung als Key Performance Indicator der Dimensionen Emotionale Bindung, Treue, Loyalität und Weiterempfehlung für jeden Anbieter



- Welche Leistungen haben die höchste Bedeutung für die Kundenbindung?
- ⇒ Relevanzanalytische Berechnung und Darstellung

Studienbestellung per E-Mail an Bestellung@ServiceValue.de oder per FAX an +49 (0)221. 67 78 67 – 19

Bestellung

- Gütesiegel für Marketingzwecke**
(Basis für die auf dem Siegel aufzuführenden Kriterien ist der ServiceAtlas Private Krankenzusatzversicherer 2016. Die Bezugsberechtigung und Lizenzgebühr werden individuell geprüft und das Gütesiegel entsprechend angefertigt.)
- Ergebnispräsentation vor Ort** inkl. Überlassung der Präsentations-Datei zum Preis von 1.900,-€ netto, zzgl. anfallender Reisekosten
- ServiceAtlas Private Krankenzusatzversicherer 2016 - Wettbewerbsanalyse zur Kundenorientierung** (149 Seiten, PDF) zum Preis von 3.300,- € netto
- Vorteilsangebot** ServiceAtlas Private Krankenzusatzversicherer 2016 (149 Seiten, PDF) und Ergebnispräsentation vor Ort zum Preis von 4.300,- € netto, zzgl. anfallender Reisekosten



Kontaktdaten (Versand- und 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 / Kontakt

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: © wittayayut- Fotolia.com

“Our business is value development
by service excellence.”

ServiceValue GmbH

Dürener Straße 34 I
50935 Köln
www.ServiceValue.de