



Kundenurteil: Fairness von Privaten Krankenversicherern

Wettbewerbsanalyse mit Detail-Auswertungen
für 17 Private Krankenversicherer

Studienflyer und
Bestellformular



Eine Untersuchung in Kooperation mit



ISBN 978-3-939226-66-6 (PDF)

Studiensteckbrief

Studienkonzept	FOCUS-MONEY und ServiceValue GmbH
Stichprobe	1.268 Kunden mit 1.888 Urteilen zu 17 Privaten Krankenversicherern
Erhebungsmethode	Online-Befragung, Bewertung von bis zu 3 Privaten Krankenversicherern, bei denen die Befragten in den letzten 6 Monaten Kunden waren (Random Selection), Erfassung von 23 Fairness- und Leistungsmerkmalen (geschlossen)
Erhebungszeitraum	Oktober/November 2011
Auswertung	Umfassende Darstellung der Gesamtergebnisse für 17 Private Krankenversicherer: Allianz, AXA, Barmenia, Bayerische Beamtenkrankenkasse, Central, Continentale, Debeka, Deutscher Ring, DKV, ERGO, Gothaer, Hallesche, HanseMerkur, HUK-Coburg, Signal Iduna, Süddeutsche Krankenversicherung, Union Krankenversicherung
Gesamtumfang	126 Seiten Chart-Berichtsband (PDF)

Struktur und Umfang der Studie

„Kundenurteil: Fairness von Privaten Krankenversicherern“

Inhalt	Seite
1. Kernergebnisse: Fairness von Privaten Krankenversicherern	4
2. Anlage der Untersuchung Welche Anbieter wurden beurteilt? Wer wurde befragt? Was wurde untersucht?	6
3. FOCUS-MONEY Kundenurteil: Fairness-Rankings Fairness als Mess-, Steuerungs- und Kommunikationsinstrument Welcher Private Krankenversicherer ist fair?	9
4. Gesamtzufriedenheit, Kundenorientierung und Nachhaltigkeit Gesamtzufriedenheit mit Anbietern im Vergleich; Kundenorientierung der Anbieter im Vergleich	16
5. Fairness-Profile – Gesamt und Übersicht Einzelattribute Service- und Leistungsmerkmale nach Relevanz für die Kundenbindung; Beurteilung der einzelnen Service- und Leistungsmerkmale	21
6. Fairness-Profile der untersuchten Privaten Krankenversicherer – anbieterspezifisch Beurteilung der einzelnen Services und Leistungsmerkmale; Serviceprofile im Marktvergleich;	49
7. Anhang: Erläuterung der Stichprobe	119
8. Kurzportrait ServiceValue	123

Thematische Inhalte / Fragestellungen

Gesamtaussagen	Gesamtzufriedenheit, Kundenorientierung
Beurteilung einzelner Fairness-Attribute	<p>Faire Kundenberatung: Fachkompetenz, Soziale Kompetenz, Beratungsqualität, Leistungserweiterungsangebote oder Wechselangebote zu günstigeren Tarifen während der Vertragslauf, Regelmäßige Überprüfung von Versicherungsumfang und -beiträgen, Eigeninitiative der Mitarbeiter</p> <p>Faire Leistungsabwicklung: Umgang mit Beschwerden / Reklamationen, Reaktionsgeschwindigkeit, Qualität der Anliegenbearbeitung, Einhalten von Zusagen, Unkompliziertheit der Leistungsabwicklung, Nachvollziehbarkeit</p> <p>Faire Kundenkommunikation: Verbindlichkeit von Aussagen, Verständlichkeit der Kommunikation (z.B. Beitragsrechnungen, Leistungsanträge etc.), Erreichbarkeit von Mitarbeitern (örtlich, telefonisch, Öffnungszeiten)</p> <p>Faires Produktangebot: Qualität der Produkte, Transparenz der Tarife und Angebote, Sicherheit der Produkte, Flexibilität der Produkte</p> <p>Faires Preis-Leistungs-Verhältnis: Preis-Leistungs-Verhältnis, Kostentransparenz, Beitragsstabilität, Beitragsrückerstattung</p>

Fairness als Mess-, Steuerungs- und Kommunikationsinstrument

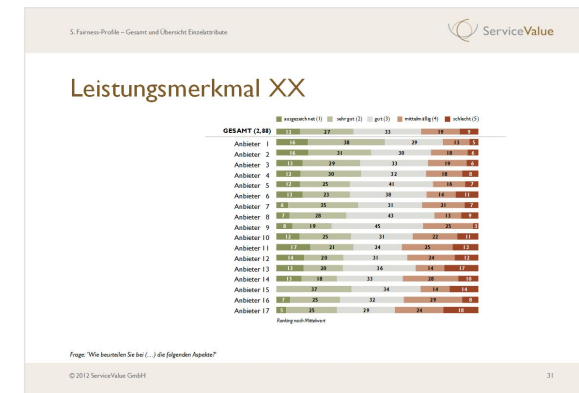
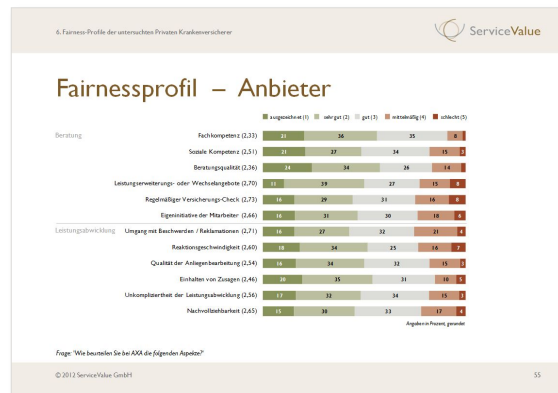
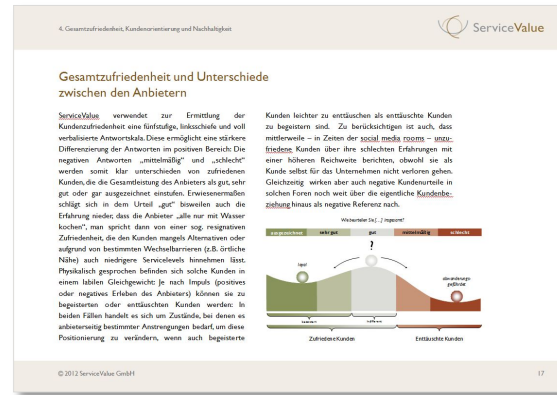
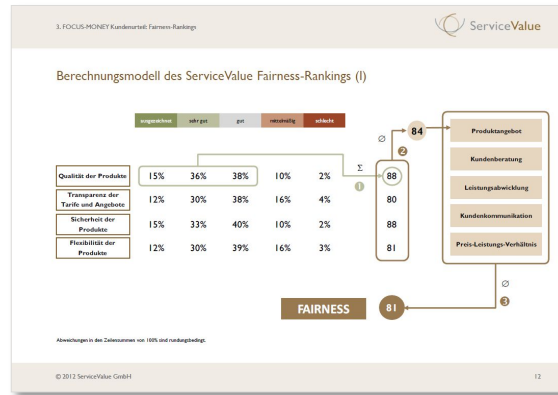
Fairness als zentrales Thema bei Privaten Krankenversicherern

Der Wechsel in eine Private Krankenversicherung erfolgt meist in jüngeren Jahren der Versicherten und ist – da gegenwärtig bei einem Anbieterwechsel die Beitragsrückstellungen nicht mitgenommen werden können – meist eine Entscheidung für das ganze Leben. In der Regel sind zum Vertragsbeginn die Beiträge moderat und der Versicherte erfreut sich einer guten Gesundheit und die Zahl der Kontaktpunkte mit dem Krankenversicherer ist daher überschaubar. Ob ein Versicherer mit seinen Krankenversicherungs-Kunden fair umgeht, zeigt sich daher meist erst nach vielen Jahren. Durch die auf Langfristigkeit angelegte Kundenbeziehung ist Fairness aber für die Kunden umso wichtiger.

Um das virtuelle Konstrukt „Fairness“ mess- und damit steuerbar zu machen, wird die von den Kunden als Metabegriff empfundene Fairness von Privaten Krankenversicherern in der vorliegenden Untersuchung durch fünf Teildimensionen parametrisiert:

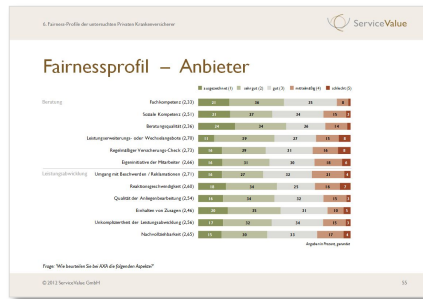


Informationen werden anschaulich aufbereitet ...



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

Ihre Fragen – unsere Antworten



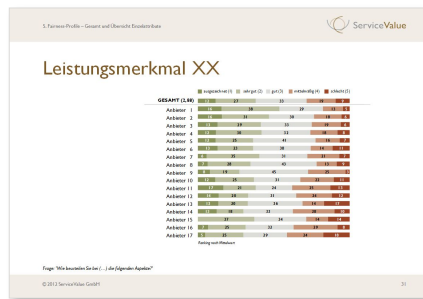
- Wie ist die eigene Performance bei allen Leistungsattributen?

⇒ Fairnessprofil über alle Leistungsmerkmale für jeden Anbieter



- Bei welchen Leistungsattributen ist ein Anbieter besser / schlechter als der Gesamtmarkt?

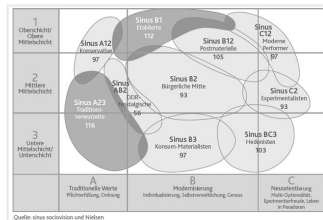
⇒ Fairnessprofil im Marktvergleich für jeden Anbieter



- Welcher Wettbewerber schneidet bei welchem Leistungsmerkmal besser oder schlechter ab?

⇒ Darstellung aller Leistungsmerkmale mit Ranking der Anbieter

Optionale Leistungen



- Ergebnispräsentation und Dialog mit dem Management vor Ort
 - ⇒ Gemeinsame Vertiefung der Ergebnisinterpretation
 - ⇒ Beantwortung von aufgekommenen Fragen sowie Erläuterung von Methodik
 - ⇒ Diskussion von ableitbaren Handlungsoptionen

- Sonderanalysen nach Haushaltsnetto-EK, Lebenszyklus-Phasen (nach ACNielsen) etc.
 - ⇒ Analyse von Teilzielgruppen
 - ⇒ Erkennen von Potenzialen bei Leistungserstellung und Kommunikation/Vertrieb

- Service-Landkarte Deutschland (in Abhängigkeit der Stichprobengröße)
 - ⇒ Erkennen geografischer Disparitäten „auf einen Blick“
 - ⇒ Erkennen von Potenzialen bei Leistungserstellung und Kommunikation/Vertrieb

- Zusatzleistungen, z.B. Benchmarking mit Unternehmen anderer Branchen
 - ⇒ Branchenübergreifender Vergleich mit den Besten
 - ⇒ Impulse für das strategische Management

- Jährliche Messung liefert Zeitreihen für Veränderungsanalysen

Studienbestellung per FAX an ServiceValue via AMC: +49 (0)221. 99786820

Bestellung

- Ergebnispräsentation vor Ort** inkl. Überlassung der Präsentations-Datei (PPT)
zum Preis von 1.900,-€ abzgl. 10% AMC-Rabatt = 1.710 € netto, zzgl. anfallender Reisekosten
- Benchmarkstudie** „Kundenurteil: Fairness von Privaten Krankenversicherern“ (Einzelexemplar, 126 Seiten, PDF)
zum Preis von 2.850,- € abzgl. 10% AMC-Rabatt = 2.565 € netto
- Vorteilsangebot:** Benchmarkstudie „Kundenurteil: Fairness von Privaten Krankenversicherern “ (126 Seiten, PDF) und Ergebnispräsentation vor Ort zum Preis von 3.900,- € abzgl. 10% AMC-Rabatt = 3.510 € netto, zzgl. anfallender Reisekosten

Kontaktdaten (Versand- sowie Rechnungsadresse)

Unternehmen

Name, Vorname

E-Mail

Telefon

Telefax

Versandanschrift

Rechnungsanschrift

Auftragsnummer,
Kostenstelle etc.

Ort, Datum

Unterschrift

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

Autor

Stefan Heinisch

Tel +49.(0)221.67 78 67 – 20

S.Heinisch@ServiceValue.de

ISBN 978-3-939226-66-6 (PDF)

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 / El Gaucho - Fotolia.com

“Our business is value development
by service excellence.”

ServiceValue GmbH

Dürener Straße 34I
50935 Köln
www.ServiceValue.de