

Prüfbericht 2016

**»BEWERTUNG VON HAUSRATVERSICHERUNGEN
UNTER DER BERÜCKSICHTIGUNG VON SERVICEASPEKTEN
UND KUNDENMEINUNGEN«**

Unternehmen: Allianz Versicherungs AG

Untersuchungsobjekt: Hausratversicherung SicherheitPlus

Prüfbericht-Nr.: 16 TH 1281

 **Versicherungsforen Leipzig**

TÜV
SAARLAND

Prüfbericht 2016

Allianz Versicherungs AG
Hausratversicherung SicherheitPlus

Inhaltsverzeichnis

Methodik	3
1.) Bewertungsansatz	3
2.) Bewertungsmodell	4
3.) Gründe für den Bewertungsansatz	5
Gewichtung	7
1.) Basisdaten	7
2.) Fragebogen	8
3.) Gesamtergebnis	8
Auswertung	9
1.) Kernproduktelemente	9
2.) Erweiterte Leistungselemente	10
3.) Serviceelemente	11
4.) Verständlichkeit	12
5.) Unternehmenselemente	13
Summary	14
Haftungsausschluss	15
Kontaktdaten und Ansprechpartner	16

Versicherungsforen Leipzig GmbH

Hainstraße 16 | 04109 Leipzig

T +49 (0)341 / 98988 - 0 | F +49 (0)341 / 98988 - 9199

E kontakt@versicherungsforen.net | I www.versicherungsforen.net

Geschäftsführer: Dipl.-Kfm. Markus Rosenbaum, Dipl.-Winf. Jens Ringel

Amtsgericht Leipzig HRB 25803 | USt.-IdNr.: DE268226821

TÜV Saarland Holding GmbH

Am TÜV 1 | 66280 Sulzbach

T +49 6897 506 101 | F +49 6897 506 205

E info@tuev-saar.de | I http://www.tuev-saar.de

Vorstand: Dipl.-Wirtsch.-Ing. Christian Kockler, MBA

Handelsregister Saarbrücken: HRB 812 | USt.-IdNr.: DE 07014001535

Methodik

1.) Bewertungsansatz

Das Bewertungsmodell zur Beurteilung von Hausratversicherungen basiert auf einem mehrdimensionalen Ansatz, der neben den Produktelementen auch erweiterte Leistungs-, Service-, Verständlichkeits- und Unternehmenselemente berücksichtigt. Das Ziel dieser Betrachtungsweise ist die Abdeckung aller preisrelevanten und -bildenden sowie kaufentscheidungsrelevanten Komponenten einer Hausratversicherung.

Das Bewertungsmodell besteht aus fünf Ebenen:

» Kernproduktelemente

Unter dem Kernprodukt sind einerseits die vertraglichen Leistungsbestandteile nach Maßgabe der Allgemeinen Hausratversicherungs-Bedingungen zu verstehen, andererseits aber auch Leistungen die dem derzeitigen Marktstandard entsprechen, wie z.B. die Versicherung des Diebstahl von Gartenmöbeln oder der Verzicht auf Einrede grober Fahrlässigkeit. Bei der Bewertung der Kernelemente wird überprüft, welche Leistungen und versicherten Gefahren, Kosten und Sachen im Schadenfall eingeschlossen sind und welche nicht. Ein weiteres Element des Kernproduktes ist der Preis. Hierzu wird ein Preis-Leistungs-Verhältnis ermittelt, welches die fünf untersuchten Ebenen berücksichtigt: Kernproduktelemente, erweiterte Leistungselemente, Serviceelemente, Verständlichkeit und Unternehmenselemente.

» Erweiterte Leistungselemente

Erweiterte Leistungselemente sind Leistungsbestandteile, die nicht standardmäßig im Markt der Hausratversicherungen angeboten werden und somit keine Kernproduktelemente darstellen. Das umfasst zum einen die materiell-inhaltliche Ergänzung zu den Kernproduktelementen, wie beispielsweise Erweiterungen zum Versicherungsort oder die Absicherung von Elementarschäden, und zum anderen neue Leistungsbestandteile, wie die Absicherung von Schutzbriefleistungen.

» Serviceelemente

Unter den Serviceelementen sind alle Leistungen der Kundenbetreuung und des Kundendienstes bezogen auf die allgemeine Beratung und auf den Service im Schadenfall zu verstehen. Die Versicherungskunden werden hinsichtlich ihrer konkreten subjektiven Empfindungen, Meinungen und Erfahrungen zum Service des jeweiligen Versicherungsunternehmens befragt.

» Verständlichkeit

Um die Verständlichkeit der Versicherungsdokumente zu messen, wird auf die Methodik des »Hohenheimer Verständlichkeitsindex« zurückgegriffen. Der Index bezieht verschiedene wissenschaftlich anerkannte Lesbarkeitsformeln und Merkmale der Textverständlichkeit in seine Analyse ein und ermöglicht eine objektive und vergleichende Bewertung der Verständlichkeit von Texten.

» **Unternehmenselemente**

Bei den Unternehmenselementen werden Kennzahlen der Sicherheit, der Wirtschaftlichkeit und des Vertrauens (gemessen an dem Hilfsindikator »Wachstum«) ermittelt.

2.) **Bewertungsmodell**

Das Bewertungsmodell basiert auf einem zweistufigen Konzept. In einer ersten Stufe werden mittels einer repräsentativen Marktbefragung auf neutralem Weg die Gewichtungsfaktoren ermittelt, die bei der zweiten Stufe – der Bewertung der Hausratversicherung – zur Anwendung kommen.

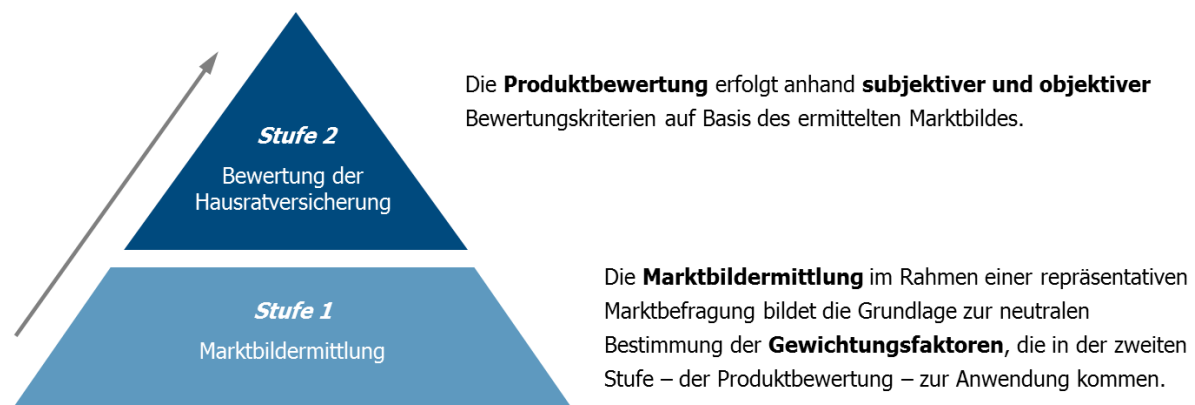


Abbildung 1: Bewertungs-Modell

» **Stufe 1: Marktbildermittlung**

Die Marktbildermittlung (Stufe 1), die der eigentlichen Bewertung der Hausratversicherung (Stufe 2) vorgelagert ist, dient der neutralen Ermittlung der Gewichtungsfaktoren. Die Vielzahl empirischer Studien belegt, dass für Kunden in der Regel nicht ausschließlich vertraglich fixierte Leistungen und Preise bedeutend sind, sondern auch die Sicherheitsaspekte sowie der Service im Beratungsdialo und im Schadenfall. Daher werden die kaufentscheidungsrelevanten Elemente (Ebene 1 bis 4) auf der Kundenseite anhand ihrer subjektiven Empfindungen hinsichtlich der Wichtigkeit bewertet. Aus diesen Informationen lassen sich die Gewichtungsfaktoren ableiten.

Durch die Befragung einer Anzahl an Personen, die einen repräsentativen Bevölkerungsschnitt in Deutschland darstellen, wird eine allgemeingültige Aussage über die Wichtigkeit der Kundenbedürfnis-

se und -wünsche hinsichtlich der fünf Ebenen (Kernprodukt, erweiterte Leistungen, Service, Verständlichkeit, Unternehmen) geschaffen.

» **Stufe 2: Bewertung der Versicherungsleistungen**

Die Bewertung der Hausratversicherung wird im Hinblick auf die Serviceelemente (Ebene 3) durch den Versicherungskunden vorgenommen. Die Bewertung der Kernproduktelemente (Ebene 1), der erweiterten Leistungselemente (Ebene 2), der Verständlichkeit (Ebene 4) und der Unternehmenselemente (Ebene 5) wird neutral und objektiv durchgeführt.

» **Ergebnis**

Jede der fünf Ebenen des Kriterien-Modells erhält nach Abschluss der subjektiven und objektiven Bewertung eine Note. Die Einzelnoten werden mit den jeweils ermittelten Gewichtungsfaktoren aus Stufe 1 gewichtet, so dass eine Gesamtnote berechnet werden kann.

Bei einer Gesamtnote von 1 bis 1,7 (»sehr gut«) bzw. von 1,8 bis 2,25 (»gut«) besteht für die teilnehmende Gesellschaft die Möglichkeit, sich das Ergebnis mit dem TÜV-Siegel zertifizieren zu lassen.

3.) Gründe für den Bewertungsansatz

Durch das Bewertungsmodell als zwei-Stufen-Konzept wird eine differenzierte Betrachtung ermöglicht. Zunächst werden durch die Marktbefragung Präferenzen hinsichtlich der Versicherungsprodukte und -leistungen ermittelt und transparent dargestellt. Diese haben Einfluss auf den gesamten Bewertungsprozess und damit auf das Endergebnis. Anschließend fließen in die Bewertung die Kundenerfahrungen und -meinungen sowie die objektive Sichtweise auf die Leistungsmerkmale des Produktes ein.

Nachstehend werden die Vorteile der Bewertung der Hausratversicherung kurz beschrieben:

» **Ganzheitlichkeit**

Dieser Ansatz der Produktbewertung umfasst die Betrachtung von Unternehmens-, Leistungs- und Serviceelementen. Damit werden alle Parameter, die auf den Erfolg einer Versicherungsleistung Einfluss haben, berücksichtigt. Zu welchen Teilen die Aspekte in die Gesamtnote einfließen, wird anhand der ermittelten Gewichtungsfaktoren durch den Markt bestimmt.

» **Wissenschaftliche Fundierung**

Durch das Einbinden der Versicherungsforen Leipzig wird die neutrale und wissenschaftliche Fundierung sichergestellt. Das galt für die Entwicklung des Bewertungskonzeptes und wirkt sich auch auf die Bewertung der Kernproduktelemente (Ebene 1), der erweiterten Leistungselemente (Ebene 2) und der Unternehmenselemente (Ebene 5) im Rahmen des Bewertungsprozesses aus. Damit basiert das Mo-

Prüfbericht 2016

Allianz Versicherungs AG
Hausratversicherung SicherheitPlus

dell auf einem wissenschaftlichen Ansatz, der einerseits fachlich fundiert und andererseits marktorientiert ausgestaltet ist.

» **Neutralität**

Die Ermittlung der Gewichtungsfaktoren erfolgt im Rahmen der Marktbildermittlung. Mit welcher prozentualen Gewichtung die fünf Hauptkategorien in die Gesamtbewertung einfließen, wird demnach durch den Markt bestimmt. Durch den Einfluss subjektiver Kundenmeinungen und der objektiven Bewertung der Leistungsmerkmale ist die Neutralität der Produktbewertung sichergestellt.

» **Transparenz**

Die Bewertungskriterien und der Bewertungsmaßstab wurden im Vorfeld bestimmt und offengelegt. Eine kurzfristige Änderung der Parameter wurde nicht vorgenommen und ist zunächst nicht vorgesehen. So haben die teilnehmenden Versicherungsgesellschaften Einblick in die Kriterien und die Bewertungssystematik. Damit wird größtmögliche Transparenz geschaffen.

» **Bekanntheit**

Die Vielzahl bestehender Anbieter von Produktbewertungen ist bei den Endkunden weitestgehend unbekannt. Bei der Erreichung der definierten Endnote (1,0 bis 2,25) besteht die Möglichkeit, sich das Testergebnis mit dem TÜV-Siegel zertifizieren zu lassen. Der Versicherer kann somit ein Siegel nutzen, welches Vertrauen schafft und eine Markenbekanntheit von 98 Prozent aufweist.

Versicherungsforen Leipzig GmbH

Hainstraße 16 | 04109 Leipzig

T +49 (0)341 / 98988 - 0 | **F** +49 (0)341 / 98988 - 9199

E kontakt@versicherungsforen.net | **I** www.versicherungsforen.net

Geschäftsführer: Dipl.-Kfm. Markus Rosenbaum, Dipl.-Winf. Jens Ringel

Amtsgericht Leipzig HRB 25803 | USt.-IdNr.: DE268226821

TÜV Saarland Holding GmbH

Am TÜV 1 | 66280 Sulzbach

T +49 6897 506 101 | **F** +49 6897 506 205

E info@tuev-saar.de | **I** http://www.tuev-saar.de

Vorstand: Dipl.-Wirtsch.-Ing. Christian Kockler, MBA

Handelsregister Saarbrücken: HRB 812 | USt.-IdNr.: DE 07014001535

Gewichtung

Auf Basis des Bewertungsmodells wurde in einem ersten Schritt eine Marktforschung (Stufe 1: Marktbildermittlung) über die Prioritäten in der Hausratversicherung durchgeführt. Dies dient der neutralen Ermittlung der Gewichtungsfaktoren, indem mittels einer repräsentativen Online-Befragung eine Anzahl an Personen nach ihren persönlichen Erwartungen hinsichtlich Produkt, Service, Verständlichkeit und Unternehmen (Ebenen 1 bis 5) befragt wurden. Das genaue Vorgehen ist im Folgenden dargestellt.

1.) Basisdaten

- » **Grundgesamtheit:** Personen, die sich im Haushalt um Versicherungsangelegenheiten kümmern und die grundsätzlich Interesse an Hausratversicherungen haben und damit zur Bewertung der einzelnen Ebenen in der Lage sind.
- » **Stichprobe:** Repräsentative Aussendung gemäß Bundesländern, Geschlecht und Altersgruppen; keine Quotierung
- » **Erhebungsmethode:** Online-Befragung
- » **Stichprobengröße:** Größe N = 879
- » **Erhebungszeitraum:** März 2016
- » **Split-Variablen:**
 - > Verfügen Sie derzeit über eine Hausratversicherung?
 - > Wenn ja, wie lange verfügen Sie bereits über diese Hausratversicherung?
- » **Erhobene Variablen:**
 - > Geschlecht
 - > Altersgruppe
 - > Bundesland
 - > Monatliches Haushaltsnettoeinkommen

2.) Fragebogen

Durch die Befragung einer Anzahl an Personen, die einen repräsentativen Bevölkerungsschnitt der Bundesrepublik Deutschland darstellen, wurde eine allgemeingültige Aussage über die Wichtigkeit der Kundenbedürfnisse und -wünsche hinsichtlich der vier Ebenen (Kernprodukt, erweiterte Leistungen, Service, Verständlichkeit, Unternehmen) geschaffen.

Im Rahmen der Marktforschung geht es um die Einstufung der Einzelaspekte hinsichtlich ihrer Wichtigkeit. In diesem Zusammenhang waren 100 Punkte bzw. Prozent gemäß ihrer Wichtigkeit, die die einzelnen Ebenen aus Sicht der Befragten haben, zu verteilen. Die höchste Prozent- bzw. Punktzahl stellt den wichtigsten Aspekt und die niedrigste Prozent- bzw. Punktzahl den unwichtigsten Aspekt dar. Die Bestandteile der einzelnen Ebenen wurden den Befragten erläutert.

3.) Gesamtergebnis

Das nachstehende Diagramm zeigt die Ergebnisse aus der Marktforschung (Stufe 1). Die Punkte entsprechen der prozentualen Wichtigkeit und bilden die Gewichtungsfaktoren zur Ermittlung der Gesamtnote.

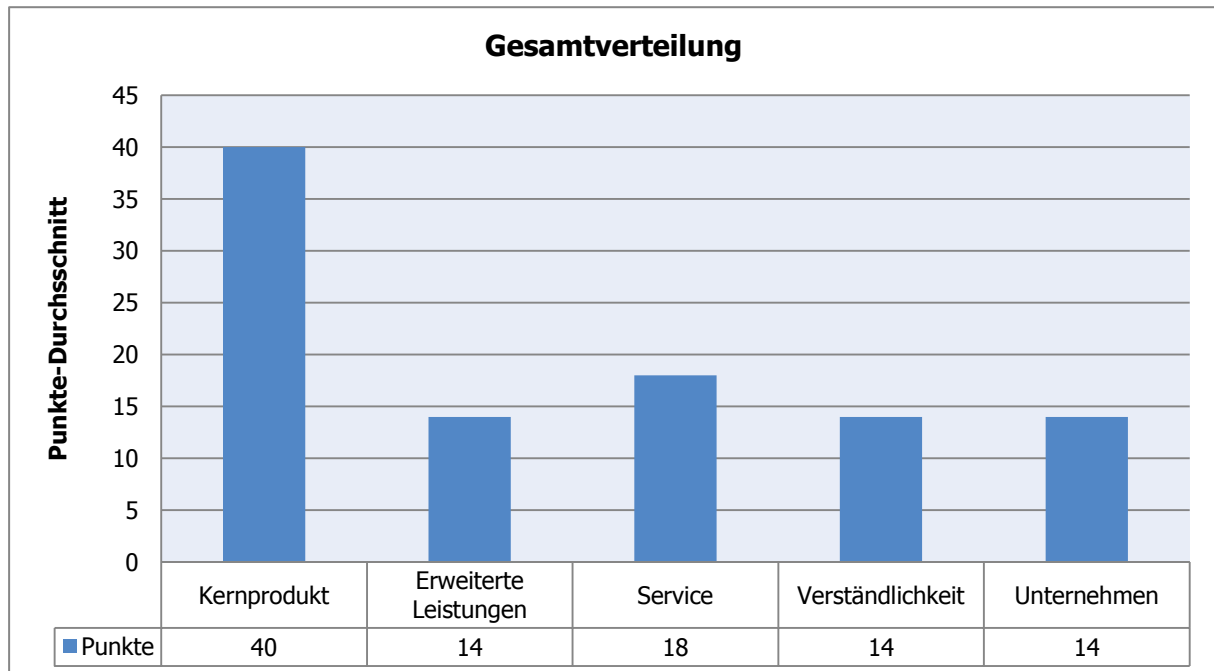


Abbildung 2: Ergebnisse der Marktbildermittlung vom März 2016

Auswertung

1.) Kernproduktelemente

Für die Ermittlung einer Note für die Ebene »Kernprodukt« wurden alle relevanten Versicherungsleistungen untersucht. Für jedes Einzelkriterium wurde eine separate »Note« bestimmt. Als Maßstab wurde der GDV-Standard Allgemeine Hausrat Versicherungsbedingungen (VHB 2010) in der Version vom 01.01.2013 herangezogen. Auf der Ebene »Kernprodukt« wurden zusätzlich Kriterien bewertet, die nicht in den GDV-Musterbedingungen enthalten sind, jedoch dem derzeitigen Marktstandard entsprechen. Die als Standard definierten Elemente und die aus diesem abgeleitete Note bildeten das Benchmark für die Bewertung der einzelnen Kriterien der Ebene »Kernprodukt«.

Die einzelnen Kernproduktelemente wurden für die Auswertung zu insgesamt sechs Kategorien gruppiert:

- » **Versicherte Gefahren:** Diese Kategorie beinhaltet die versicherten Gefahren und Schäden, für die eine Hausratversicherung standardmäßig aufkommt.
- » **Versicherte Kosten:** Hierunter fallen alle Kosten, die das Versicherungsunternehmen im Schadenfall übernimmt, z.B. Aufräumkosten und Hotelkosten.
- » **Versicherte Sachen und Versicherungsort:** In dieser Kategorie werden die versicherten Sachen und der Versicherungsort bewertet, also der Versicherungsumfang, was zum Hausrat gehört und an welchen Versicherungsorten der Hausrat versichert ist.
- » **Außenversicherung:** Hier wird untersucht ob und wenn ja wie lange der Hausrat versichert ist, der sich vorübergehend außerhalb der versicherten Räume befindet.
- » **Sonstiger Deckungsumfang:** In dieser Kategorie werden alle sonstigen Leistungsbestandteile (z.B. Unterversicherungsverzicht und Verzicht auf Einrede der groben Fahrlässigkeit) berücksichtigt.
- » **Laufzeit & Kündigung:** Diese Kategorie beinhaltet wesentliche Merkmale zu Sonderkündigungsrechten und den allgemeinen Vertragslaufzeiten des Hausratversicherungsvertrages.

Für die Bewertung der Prämienhöhe wurde ein lineares Regressionsmodell herangezogen. Mittels dieses Modells wurde bestimmt, welchen Einfluss die einzelnen Bewertungsebenen auf den Preis haben. Im Ergebnis ist auf Basis dieses Modells für jedes Produkt ein »marktüblicher« Preis ermittelt worden, der als »Benchmark« für das Untersuchungsobjekt dient. Anschließend wurde der für das Produkt aufgerufene Preis dem ermittelten »marktüblichen« Preis gegenübergestellt, so dass eine Bewertung ermöglicht wurde. Abhängig von der Abweichung zwischen diesen beiden Werten erfolgt eine Beno-

Prüfbericht 2016

Allianz Versicherungs AG
Hausratversicherung SicherheitPlus

tung der Preiskomponente. Durch dieses Vorgehen wird die Berücksichtigung des konkreten Preis-Leistungsverhältnis (inkl. Service und Unternehmensbewertungen) des Produktes in der Bewertung sichergestellt. Abschließend erfolgt die Gewichtung zwischen den Bereichen Preis und Versicherungsleistungen auf Basis von Gewichtungsfaktoren, die im Rahmen der Marktbildermittlung erhoben wurden.

Die Allianz Versicherungs AG erhält in der **Gesamtbewertung der Kernproduktelemente** für die enthaltenen Versicherungsleistungen im Produkt »Hausratversicherung SicherheitPlus« und die dafür fälligen Prämienzahlungen die Note »GUT«.

2.) Erweiterte Leistungselemente

Bei der Bewertung der erweiterten Leistungen wurde ein Katalog an einzelnen Kriterien herangezogen. In Abhängigkeit des (Zusatz-)Angebotes seitens des Versicherungsunternehmens bestand die Möglichkeit zusätzlich Bewertungspunkte zu erreichen.

Die einzelnen Kriterien wurden für die Auswertung in fünf Kategorien zusammengefasst.

- » **Zusätzliche Kostenübernahmen:** Hierunter fällt der Umfang aller zusätzlich erstatteter Kosten. Hierzu gehören beispielsweise Kosten für Haustierbetreuung nach einem Versicherungsfall oder Kosten für einen Umzug nach einem Versicherungsfall.
- » **Erweiterungen zum Versicherungsort:** Diese Kategorie umfasst den die Erweiterung des Versicherungsortes auf Diebstähle aus Bankschließfächern, Wassersportfahrzeugen, Schiffskabinen, Schlafwagenabteilen und verschlossenen Kraftfahrzeugen.
- » **Elementarschäden:** Hierunter fallen alle versicherten Elementarrisiken (Überschwemmung, Rückstau, Erdbeben, Erdbeben, Erdrutsch, Schneedruck, Lawinen und Vulkanausbruch).
- » **Zusätzlich versicherte Gefahren und Schäden:** Neben dem marktüblichen Standardumfang werden oftmals weitere Gefahren versichert, beispielsweise Fahrraddiebstahl, Trickdiebstahl oder Pishingschäden. Der Umfang aller zusätzlich versicherten Gefahren wird in dieser Kategorie bewertet.
- » **Sonstige Leistungen:** Darunter fällt das gesamte restliche Leistungsspektrum, welches keiner gesonderten Kategorie zugeordnet werden kann, beispielsweise Scheckkartenmissbrauch und die Innovationsgarantie.

Die Beurteilung des erweiterten Leistungsumfanges erfolgte unter Berücksichtigung des Leistungsspektrums im Hausratversicherungsmarkt. Jede Zusatzleistung wurde hinsichtlich ihrer Ausgestaltung

Prüfbericht 2016

Allianz Versicherungs AG
Hausratversicherung SicherheitPlus

bzw. ihres Umfangs betrachtet und in Abgleich mit dem Marktbild, welches wir mit 50 % bewertet haben, bewertet. Demnach wurde festgelegt, dass für das Erreichen der Höchstnote insgesamt 65 % ausreichend sind.

Für das Angebot von erweiterten Leistungen erhält die Allianz Versicherungs AG für das Produkt »Hausratversicherung SicherheitPlus« die Note »**SEHR GUT**«.

3.) Serviceelemente

Im Rahmen der Servicebefragung wurde die Kundenzufriedenheit mit den Service-Leistungen der Allianz Versicherungs AG gemessen. Die Befragung fand im Zeitraum Juni 2016 statt. Insgesamt wurden 4.000 Fragebögen postalisch versandt. Es antworteten insgesamt 439 Personen, was einer Rücklaufquote von 11 % entspricht.

Die Kunden der Allianz Versicherungs AG wurden aufgefordert, ihre Zufriedenheit mit ihrer Hausratversicherung hinsichtlich einzelner Kriterien auf einer Skala von 1 (sehr zufrieden) bis 5 (völlig unzufrieden) zu bewerten sowie die fünf für sie persönlich wichtigsten Kriterien zu benennen.

Die grundsätzliche subjektive Erwartung der Kunden kann über diese Befragung ermittelt werden. Allerdings handelt es sich dabei nicht um die Aspekte, die im tatsächlichen Kontakt zum Unternehmen die Meinung entscheidend bilden. Das können ganz andere Faktoren sein, welcher sich der Kunde bei der Selbsteinschätzung nicht zwingend bewusst ist. Man spricht in diesem Zusammenhang auch von „Moments of Truth“, also Momenten der Wahrheit, die die Meinung des Kunden ins Positive oder Negative wenden. In diesem Zusammenhang finden Korrelationen Anwendung, die über mathematische Zusammenhänge ermittelt werden. Dabei spielen Bewertungsunterschiede zwischen der Gesamtzufriedenheit und den Einzelkriterien eine bedeutende Rolle. Der Korrelationskoeffizient bewegt sich zwischen 0 und 1. Je größer er ist, umso stärker beeinflusst das Einzelkriterium die Gesamtzufriedenheit.

Die Befragung setzte sich insgesamt aus folgenden Bestandteilen zusammen:

- » Gesamturteil
- » Beurteilung der Einzelkriterien
- » Wichtigkeitseinstufung der Einzelkriterien
- » Zusatzfragen der Allianz Versicherungs AG
- » Statistischen Merkmalen

Im Gesamtergebnis erhält die Allianz Versicherungs AG für die Ebene »Serviceleistungen« die Note »**SEHR GUT**«.

4.) Verständlichkeit

Um die Verständlichkeit der Allgemeinen Versicherungsbedingungen (AVB) objektiv zu erfassen, werden vier, für die deutsche Sprache validierte, Lesbarkeitsformeln berechnet. Zusammengefasst im »Hohenheimer Verständlichkeitsindex« werden dabei folgende Formeln verwendet: Amstad-Formel, Wiener Sachtext-Formeln, SMOG-Index (Deutsch) und Lix Lesbarkeitsindex. Zusätzlich zu den Formeln werden weitere, für die Verständlichkeit relevante, Textparameter ermittelt und in den Index einbezogen:

- » Durchschnittliche Satzteil- bzw. Satzlänge
- » Anteil an langen Wörter, Satzteilen bzw. Sätzen
- » Anteil an den verschiedenen Wortarten
- » Anteil an Füllwörtern, Fremdwörtern bzw. Anglizismen
- » Anteil an Sätzen im Passiv- bzw. Nominalstil

Die Bestnote wird bei einem Hohenheimer Verständlichkeitsindex von über 10 vergeben. Ab diesem Wert besitzt ein Dokument einen Verständlichkeitsgrad auf dem Niveau »allgemein verständlich«.

Im Gesamtergebnis erhält die Allianz Versicherungs AG für die AVB des Produktes »Hausratversicherung SicherheitPlus« auf Ebene »Verständlichkeit« die Note **»SEHR GUT«**.

5.) Unternehmenselemente

Für die Bewertung der einzelnen Unternehmenselemente wurden die Geschäftsberichte der vergangenen fünf Jahre analysiert. Alle Informationen wurden ausschließlich aus dem frei zugänglichen Datenpool ermittelt. Hauptfokus der Untersuchung lag auf den folgenden Kennzahlen, die sich wiederum aus einzelnen Kriterien zusammensetzen:

- » **Wachstum:** Das Wachstum ist ein Indikator für das einem Unternehmen entgegengebrachte Vertrauen. Aus diesem Grund war es erforderlich, diese Kennzahl in die Bewertung einfließen zu lassen. Die Kennzahl wurde aus der »Zuwachsrates an Versicherungsverträgen«, der »Zuwachsrates an Versicherungsprämien« und dem »Marktanteil« gebildet.
- » **Wirtschaftlichkeit:** Aus den Wirtschaftlichkeitskennzahlen »Nettoverzinsung« und »Marktwertverzinsung« wurde eine Kennzahl ermittelt, die gemeinsam mit der Combined Ratio die Teilnote »Wirtschaftlichkeit« ergibt.
- » **Sicherheit:** Die Kennzahl Sicherheit setzt sich aus der »Spätschadenquote« und der »Solvabilitätsquote« zusammen.

Gemessen an den Marktdaten und -zahlen der Branche, wurde die Gesamtnote für die Ebene »Unternehmen« ermittelt. Im Marktvergleich erreicht die Allianz Versicherungs AG in der Kategorie Unternehmenselemente die Note »**GUT**«.

Prüfbericht 2016

Allianz Versicherungs AG
Hausratversicherung SicherheitPlus

Summary

» Unternehmen:

Allianz Versicherungs AG
Postfach 1130
85765 Unterföhring

T +49 (0) 3800 / 11436
F +49 (0) 3800 / 811436
I www.allianz.de

» Bewertung:

Die Bewertung für das Produkt »Hausratversicherung SicherheitPlus« der Allianz Versicherungs AG wurde im Zeitraum Mai bis Juli 2016 durchgeführt. In diesem Zeitraum wurden Produkt-, Leistungs- und Unternehmenskriterien geprüft sowie eine Kundenzufriedenheitsbefragung durchgeführt.

» Ergebnis:

Die Versicherungsforen Leipzig und der TÜV Saarland vergeben der Allianz Versicherungs AG für das Produkt »Hausratversicherung SicherheitPlus« mit 1,7 die Gesamtnote »**SEHR GUT**«.

Mit diesem Ergebnis besteht die Möglichkeit die Lizenz für die Nutzung des nachstehenden Siegels zu erwerben.



Die Gesamtnote setzt sich aus den beschriebenen Einzelergebnissen zusammen, die mit neutral ermittelten Gewichtungsfaktoren bewertet wurden:

Untersuchungsebenen	Ergebnis	Gewichtung in %
Kernprodukt	»gut«	40
Erweiterte Leistungen	»sehr gut«	14
Service	»sehr gut«	18
Verständlichkeit	»sehr gut«	14
Unternehmen	»gut«	14

-14-

Versicherungsforen Leipzig GmbH

Hainstraße 16 | 04109 Leipzig
T +49 (0)341 / 98988 - 0 | **F** +49 (0)341 / 98988 - 9199
E kontakt@versicherungsforen.net | **I** www.versicherungsforen.net
Geschäftsführer: Dipl.-Kfm. Markus Rosenbaum, Dipl.-Winf. Jens Ringel
Amtsgericht Leipzig HRB 25803 | USt.-IdNr.: DE268226821

TÜV Saarland Holding GmbH

Am TÜV 1 | 66280 Sulzbach
T +49 6897 506 101 | **F** +49 6897 506 205
E info@tuev-saar.de | **I** http://www.tuev-saar.de
Vorstand: Dipl.-Wirtsch.-Ing. Christian Kockler, MBA
Handelsregister Saarbrücken: HRB 812 | USt.-IdNr.: DE 07014001535

Prüfbericht 2016

Allianz Versicherungs AG
Hausratversicherung SicherheitPlus

Haftungsausschluss

Die vorliegende Produktbewertung wurde im Auftrag der Allianz Versicherungs AG durch die Versicherungsforen Leipzig GmbH und die TÜV Saarland Holding GmbH durchgeführt. Die in der Bewertung verarbeiteten Informationen beruhen auf öffentlich zugänglichen Quellen, Angaben durch die Allianz Versicherungs AG sowie Servicebewertungen von Kunden der Allianz Versicherungs AG. Alle Bewertungsergebnisse basieren auf einer Beurteilung der für den Untersuchungszeitraum geltenden Unternehmens-, Produkt- und Marktsituation. Aus diesem Grund sind alle enthaltenen Angaben unverbindlich.

Die Versicherungsforen Leipzig GmbH und die TÜV Saarland Holding GmbH übernehmen keine Garantie für die Richtigkeit, Verlässlichkeit und Vollständigkeit der in dieser Produktbewertung enthaltenen Daten und Informationen.

Dieser Bericht ist ausschließlich für interne Zwecke der Allianz Versicherungs AG vorgesehen und stellt keine Handlungsempfehlung zu einem Vertragsabschluss oder einer Vertragsbeendigung mit der Allianz Versicherungs AG dar.

-15-

Versicherungsforen Leipzig GmbH

Hainstraße 16 | 04109 Leipzig

T +49 (0)341 / 98988 - 0 | **F** +49 (0)341 / 98988 - 9199

E kontakt@versicherungsforen.net | **I** www.versicherungsforen.net

Geschäftsführer: Dipl.-Kfm. Markus Rosenbaum, Dipl.-Winf. Jens Ringel

Amtsgericht Leipzig HRB 25803 | USt.-IdNr.: DE268226821

TÜV Saarland Holding GmbH

Am TÜV 1 | 66280 Sulzbach

T +49 6897 506 101 | **F** +49 6897 506 205

E info@tuev-saar.de | **I** http://www.tuev-saar.de

Vorstand: Dipl.-Wirtsch.-Ing. Christian Kockler, MBA

Handelsregister Saarbrücken: HRB 812 | USt.-IdNr.: DE 07014001535

Prüfbericht 2016

Allianz Versicherungs AG
Hausratversicherung SicherheitPlus

Kontakt Daten und Ansprechpartner

Gesamtmodell, Kernprodukt-, Preis- und Unternehmensbewertung:

Dipl.-Math. Justus Lücke
Aktuar DAV e.V.
Leiter Kompetenzteam „Aktuariat, Produkt- und Risikomanagement“
Versicherungsforen Leipzig GmbH
Hainstraße 16 | 04109 Leipzig
T +49 (0) 341 / 98988-251
E justus.luecke@versicherungsforen.net
I www.versicherungsforen.net

Service- und Verständlichkeitsbewertung:

Dipl.-Kfm. Thomas Fischmann
Leiter TÜV Service Zertifizierung
TÜV Saarland Holding GmbH
Am TÜV 1 | 66280 Sulzbach
T +49 (0) 6897 / 50 65 71
E thomas.fischmann@tuev-saar.de
I www.tuev-saarland.de

Karsten Düh
Vertriebsleiter
TÜV Saarland Holding GmbH
Thierschstraße 25 | 80538 München
T +49 (0) 6897 / 50 65 71
E karsten.dueh@tuev-saar.de
I www.tuev-saarland.de

Versicherungsforen Leipzig GmbH

Hainstraße 16 | 04109 Leipzig
T +49 (0)341 / 98988 - 0 | **F** +49 (0)341 / 98988 - 9199
E kontakt@versicherungsforen.net | **I** www.versicherungsforen.net
Geschäftsführer: Dipl.-Kfm. Markus Rosenbaum, Dipl.-Winf. Jens Ringel
Amtsgericht Leipzig HRB 25803 | USt.-IdNr.: DE268226821

TÜV Saarland Holding GmbH

Am TÜV 1 | 66280 Sulzbach
T +49 6897 506 101 | **F** +49 6897 506 205
E info@tuev-saar.de | **I** http://www.tuev-saar.de
Vorstand: Dipl.-Wirtsch.-Ing. Christian Kockler, MBA
Handelsregister Saarbrücken: HRB 812 | USt.-IdNr.: DE 07014001535