

Göttingen, 25. Juni 2021

myLife ist Kundenliebling 2021

Im Rahmen einer Studie von DEUTSCHLAND TEST und des IMWF Institut für Management- und Wirtschaftsforschung wurden deutschlandweit 15.000 Marken bzw. Unternehmen hinsichtlich Ihrer Kundenbeliebtheit untersucht. Gemäß der Untersuchung, die im Auftrag von FOCUS MONEY erfolgte, gehört die myLife Lebensversicherung zu Deutschlands Kundenlieblingen 2021.

„Unsere fondsbasierten Vorsorge- und Investmentlösungen, die viel Flexibilität und Transparenz bieten und gleichzeitig sehr kostengünstig sind, sind sehr stark an den heutigen und zukünftigen Bedürfnissen der Kunden ausgerichtet. Das Ergebnis zur - laut FOCUS MONEY - größten Untersuchung zur Markenstärke aus Verbrauchersicht freut uns sehr“, sagt Jens Arndt, Vorstandsvorsitzender der myLife Lebensversicherung AG.

Die Studie von DEUTSCHLAND TEST und des IMWF Institut für Management- und Wirtschaftsforschung erfolgte im Rahmen einer onlinebasierten Datenerhebung und -auswertung. Hierbei wurden u.a. zehntausende Onlinenachrichten und mehrere Millionen Social-Media-Einträge analysiert und positive Nennungen sowie die Reichweite ermittelt.

Über myLife Lebensversicherung AG

Die myLife Lebensversicherung AG bietet als deutsches Lebensversicherungsunternehmen ausschließlich Vorsorgelösungen an, bei denen Kunden und Finanzberater die Vergütung für die Beratungs- und Vermittlungsleistung unabhängig, individuell und direkt vereinbaren können. Geringe Produkt- und Verwaltungskosten sorgen zusätzlich dafür, dass mehr Geld für die Altersvorsorge und den Versicherungsschutz übrig bleibt. Maximale Transparenz und innovative Gestaltungsmöglichkeiten beim Abschluss sowie unzählige Anpassungsmöglichkeiten während der Laufzeit schaffen darüber hinaus größtmöglichen Freiraum für die persönliche Vorsorge und Absicherung. Die myLife und ihre Vorsorgelösungen werden regelmäßig von führenden Ratingagenturen ausgezeichnet.