

Nachhaltige Kundenorientierung: Fünf Sterne für die myLife

Göttingen, 11. Dezember 2018

Der myLife Lebensversicherung AG wurde bereits zum vierten Mal in Folge der AMC-Award „Nachhaltige Kundenorientierung in der Assekuranz“ verliehen. AMC Finanzmarkt und ServiceValue vergeben die Auszeichnung gemeinsam. Nicht nur die befragten Kunden des Göttinger Netto-Versicherers loben das Unternehmen und seine Produkte.

Die alljährliche Benchmarkstudie basiert auf Interviews mit Privatkunden von 13 Versicherungsunternehmen. Kunden der myLife Lebensversicherung AG zeigten sich erneut hochzufrieden. Für die „Nachhaltige Kundenorientierung“ des Netto-Versicherers gab es zum vierten Mal in Folge die Höchstwertung von fünf Sternen.

„Der AMC-Award ist für uns eine besondere Auszeichnung, weil er auf dem unmittelbaren Feedback unserer Kunden beruht“, sagt Michael Dreibrodt, Vorstandsvorsitzender von myLife. „Vier Jahre Bestnoten in Folge: Das zeugt von einer wirklich nachhaltigen Kundenbindung, auf die wir sehr stolz sind.“

Der AMC-Award kombiniert in seiner Beurteilung Kundenorientierung mit dem Thema Nachhaltigkeit. Bewertungsgrundlage sind sechs Teilaspekte, darunter „sozial und gesellschaftlich verantwortliches Handeln“, „Interesse an langfristiger Kundenbeziehung“ und „partnerschaftliche und gerechte Kundenpflege“. Der Award wurde 2018 zum achten Mal vergeben. Die Ergebnisse basieren auf einer Befragung von 1.135 Kunden.

Über myLife Lebensversicherung AG

Die myLife Lebensversicherung AG konzentriert sich als einziger Lebensversicherer in Deutschland ausschließlich auf echte Netto-Produkte. Das sind Tarife ohne Abschluss- und laufende Provisionen. Bei ansonsten gleichen Konditionen sind diese für den Kunden deutlich günstiger. Die Vergütung des Beraters erfolgt nicht durch das Versicherungsunternehmen, sondern durch ein separates, individuell mit dem Kunden vereinbartes Honorar.

Neben führenden Ratingagenturen bescheinigt u.a. Assekurata dem Marktführer im Netto-Bereich mit dem A-Bonitätsrating in 2018 erneut eine starke Finanzkraft und gute Zukunftsaussichten. Zudem erhielt die myLife zum wiederholten Mal den renommierten AMC-Award „Nachhaltige Kundenorientierung in der Assekuranz“ sowie im Juni 2018 den „German Brand Award“.