

myLife – die Fünf-Sterne-Versicherung

Fünf Sterne sind ein Zeichen für Qualität und Exzellenz. Mit dieser Auszeichnung darf sich myLife jetzt auch ganz offiziell schmücken. Denn die auf Netto-Produkte spezialisierte Lebensversicherung konnte sich jetzt beim renommierten AMC-Award „Nachhaltige Kundenorientierung“ in der Assekuranz ganz vorn platzieren: Mit fünf Sternen gab es die höchste Bewertung.

Sie besagt in diesem Fall, dass myLife in so wichtigen Bereichen wie Vertrauen, Kundenbetreuung, Servicequalität und Verlässlichkeit von den Verbrauchern hoch geschätzt wird. Das sorgt für eine nachhaltige Kundenbindung.

„Partnerschaftliche und korrekte Kundenpflege sowie sozial und gesellschaftlich verantwortliches Handeln sind zwei Bewertungskategorien, in denen [myLife](#) besonders gut abgeschnitten hat“, erläutert der Geschäftsführer der AMC Finanzmarkt GmbH, Edmund Weißbarth. Was ihn nicht verwundert „bei einem Unternehmen, das sich für die Verbreitung von Honorarberatung/-vertrieb einsetzt“, so der Qualitätsexperte. In jedem Fall kann myLife nach seinen Worten die Fünf-Sterne-Bewertung als eine wichtige Bestätigung ansehen.

Holger Kreuzkamp, Vorstand der [myLife](#) Lebensversicherung, sieht in dem positiven Votum der Verbraucher auch eine Bestätigung des Konzepts der Honorarberatung mit provisionsfreien Netto-Produkten. „Die damit verbundene Transparenz und Nachhaltigkeit ist das, was Versicherungskunden wirklich wollen“, freut sich Kreuzkamp über die hervorragende Platzierung von myLife beim AMC-Award.

Als einziger Lebensversicherer in Deutschland bietet die [myLife](#) Lebensversicherung AG aus Göttingen ihren Kunden echte Netto-Tarife an, die keine einkalkulierten Provisionen und Vertriebskosten enthalten. Bei der Vermittlung solcher Produkte erfolgt die Vergütung des Beraters über ein separates, individuell mit dem Kunden vereinbartes Honorar.

Die AMC Finanzmarkt GmbH und das Analyseinstitut Servicevalue, beide aus Köln, untersuchten 2015 bereits zum fünften Mal in Folge die Beziehungen von Versicherern zu ihren Kunden. In diesem Jahr gaben knapp 8.000 Verbraucher ihre Stimme beim AMC-Award ab. Sie wurden zu Themen befragt, die für die Zufriedenheit der Kunden und somit ihre Bindung an ein Unternehmen ausschlaggebend sind. Dazu zählen über die bereits erwähnten hinaus unter anderem auch: Ruf und Image, partnerschaftliche und gerechte Kundenpflege, Erfüllung von Erwartungen, Interesse an langfristiger Kundenbeziehung oder Gesamtzufriedenheit. Wer als Versicherer bei diesen Aspekten die Verbraucher überzeugen kann, punktet im Hinblick auf „Nachhaltige Kundenorientierung“.

Pressekontakt:

Guido Pietsch
Telefon: 0551 9976 - 737
E-Mail: presse@mylife-leben.de

Unternehmen

myLife Lebensversicherung AG
Herzberger Landstraße 25
37085 Göttingen

Internet: www.mylife-leben.de