



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Reiseversicherer: nur ein Spezialist in den Top 3



Bei zehn analysierten Reiseversicherern zeigen sich große Preisunterschiede. Laut der ‚Marketing-Mix-Analyse Reiseversicherung 2016‘ findet sich unter den Top 3 Versicherern nur einer der vier analysierten Spezialisten.

Esslingen am Neckar, 24. Februar 2016 – Die zehn analysierten Reiseversicherer bieten in ihrem Portfolio zwischen sechs und 41 Reiseversicherungsprodukte. Die Unterschiede liegen dabei in mitunter bedeutsamen Details. So sind beispielsweise bei der Reisekrankenversicherung nur bei der Hälfte der Versicherer Krankenhaustagegeld oder Such-, Rettungs- und Bergungskosten eingeschlossen.

Der Markt ist geprägt durch große Konditionenunterschiede. In allen vier untersuchten Versicherungstypen für Krankheit, Rücktritt, Gepäck sowie beim Paket ist der teuerste Anbieter zwei- bis dreimal so teuer wie der preiswerteste. Im Falle einer 14-tägigen Urlaubsreise eines 67-jährigen Ehepaars liegen die Kosten einer Reisekrankenversicherung gar zwischen knapp 20 Euro und 89 Euro. Insgesamt positioniert sich kein Anbieter durchgehend als günstigster oder teuerster Anbieter, weshalb für den Kunden ein Blick auf den Beitragsrechner lohnt, den neun der zehn Versicherer auf ihren Websites bereit stellen.

Die klassischen Werbeaktivitäten der Reiseversicherer gestalten sich recht überschaubar. Lediglich der ADAC wirbt mit einem nennenswerten Budget und wählt dafür hauptsächlich das Medium Radio. Beliebt sind Suchanzeigen in Suchmaschinen, die acht Versicherer platzieren. Bei der Produktsuche in Suchmaschinen positionieren sich zudem Allianz, ERV und HanseMerkur auf vorderen Plätzen. Social Media-Kanäle nutzten sechs Versicherer für reiseversicherungsrelevante Postings. ERV hebt sich dabei ab durch Videos auf YouTube.

Im abschließenden Marketingranking mischen sich bunt Reiseversicherungsspezialisten und Allrounder. Unter den Top 3 Versicherern, die etwas Abstand zum Mittelfeld aufweisen, findet sich nur ein Spezialist, der zugleich das Ranking anführt.



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Über die Studie:

Die "Marketing-Mix-Analyse Reiseversicherung 2016" von *research tools* gibt auf 416 Seiten Einblick in das Marketingverhalten der zehn berücksichtigten Anbieter ADAC, Allianz, Asano, Barmenia, ERV, Europ Assistance, HanseMerkur, Signal Iduna, TravelSecure, Union Reiseversicherung. Analysiert wurden die vier Marketing-Ps Product, Price, Place, Promotion. Stärken-Schwächen-Analyse und Marketing-Ranking führen sämtliche Ergebnisse zusammen und eine statistische Marketing-Positionierung visualisiert die Ergebnisse.

Über research tools:

Die Marktforschungsberatungsgesellschaft *research tools* mit Sitz in Esslingen am Neckar bei Stuttgart bietet umsetzungsstarke, marketingorientierte Marktforschung. Ein Fokus liegt auf der Analyse unternehmerischer Marketingmaßnahmen.

Weitere Informationen: www.research-tools.net

Pressekontakt:

Uwe Matzner
research tools
Kesselwasen 10
73728 Esslingen am Neckar
Tel. +49 (0)711 - 55090381
Fax +49 (0)711 - 55090384
uwe.matzner@research-tools.net