



# research tools

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

## Pressemitteilung

### Reiseversicherer: Potenzial bei Vergleichsportalen



**Ein Vergleich von Reiseversicherungen zeigt, dass teure Tarife häufig das Zwei- bis Dreifache des günstigsten Tarifs kosten. In 20 Vergleichsportalen sind die Anbieter im Schnitt nur in weniger als einem Drittel der Vergleiche präsent.**

*Esslingen am Neckar, 13. Juni 2019* – Reiseversicherungen sind im großen Versicherungsgeschäft eine eher kleine Produktgruppe.

Umso überraschender ist die kaum überschaubare Angebotsvielfalt. Die analysierten Versicherer offerieren im Durchschnitt 16,3 Reiseversicherungsprodukte, darunter Kranken-, Rücktritts- und Gepäckversicherungen, häufig auch Pakete. Aufgrund dieser Fülle an Angeboten ermöglichen erst Nutzerprofile einen transparenten Beitragsvergleich. So zahlt beispielweise eine Einzelperson für ein zwölfmonatiges Paket mit Kranken-, Rücktritt- und Gepäckversicherung beim teuersten Versicherer rund das Doppelte des günstigsten Tarifs. Besonders bei der reinen Krankenversicherung klaffen die Unter- und Obergrenzen der Beiträge noch weit stärker auseinander. Teilweise beträgt die Differenz mehr als das Dreifache. Dabei positioniert sich kein Anbieter als durchgehend teuer oder günstig. Die Hälfte der Anbieter können im Preisvergleich mindestens einmal einen ersten Platz für sich verbuchen. Barmenia und Debeka schneiden über zehn Nutzerprofile hinweg am besten ab.

Neben dem breiten Produktangebot zeigen viele Versicherer Stärke in der Distribution. Für einen ersten Angebotsüberblick helfen dem Interessenten Vergleichsportale. Hier heben sich Barmenia, ERGO/ERV, HanseMerkur und TravelSecure ab mittels einer Kombination aus einer Vielzahl genutzter Portale und vorderen Platzierungsrängen. Über alle Versicherer hinweg zeigt sich in diesem Bereich dennoch weiteres Potenzial. Bei der Analyse der drei untersuchten Reiseprodukte Kranken, Rücktritt sowie Gepäck in 20 relevanten Portalen sind die Anbieter im Schnitt nur in weniger als einem Drittel der Vergleiche präsent.

Bevorzugt der Kunde das Produkt eines speziellen Versicherers, so erleichtern durchgehend vorhandene Angebotsrechner und durchschnittlich 9,9 mögliche Kontaktwege dem Interessenten den konkreten Einstieg ins Thema. Alle Versicherer punkten zudem mit einer hohen Antwortqualität bei Telefonanfragen. Die dabei durchschnittlich erreichten 90 Prozent vollumfänglich beantworteter Kundenanfragen sind ein erfreuliches Ergebnis. Davon heben sich Mailanfragen ab, wo ein Großteil der Versicherer unterhalb der 60 Prozentmarke bleibt.

Begleitende Services können mitunter, gerade in Notsituationen, eine deutliche Erleichterung schaffen. So zeigen sich ADAC, Debeka und ERGO/ERV kundenorientiert mittels relevanter Apps zu Reisewarnungen beziehungsweise Notsituationen während der Reise.

#### **Über die Studie:**

Die ‚Marketing-Mix-Analyse Reiseversicherung 2019‘ von *research tools* gibt auf 437 Seiten Einblick in das Marketingverhalten der zehn berücksichtigten Anbieter ADAC, Allianz, Barmenia, Debeka, ERGO/ERV, Europ Assistance, HanseMerkur, LTA, Travel Secure, URV. 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.

Weitere Informationen zur Studie:

<https://research-tools.net/marketing-mix-analyse-reiseversicherung-2019>

**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](http://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](mailto:uwe.matzner@research-tools.net)