research tools
Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Marketing-Mix Risikolebensversicherung: CosmosDirekt ist der aktivste Versicherer

Durchschnittlich 3,6 Risikolebensversicherungsprodukte halten die zehn analysierten Versicherer in ihrem Portfolio. Im Kaleidoskop möglicher Marketingmaßnahmen spielen die Anbieter ihre Stärken in ganz unterschiedlichen Bereichen aus. CosmosDirekt ist der marketingaktivste Versicherer.

Esslingen am Neckar, 28. September 2023 – Im Schnitt offerieren die zehn analysierten Versicherer 3,6 Produkte über die drei RLV-Kategorien Klassisch, Restschuld, Verbunden. Ein detaillierter Produktvergleich zeigt insgesamt 40 verschiedene Features. Am häufigsten, nämlich in 97 Prozent der Produkte kommunizieren die Versicherer einen weltweiten Versicherungsschutz. In jeweils weniger als zehn Prozent werden Inflationsschutz, Partnerschutz oder eine Sofortleistung bei Pflegefall genannt. Mit durchschnittlich 4,4 Auszeichnungen, Testberichten oder Gütesiegeln unterstreichen die Unternehmen ihre Fachkompetenz. Am häufigsten werden in dieser Reihe Ergebnisse von Focus Money oder M&M Rating angeführt.

Fast alle Versicherer stellen einen Beitragsrechner auf ihrer Website zu Verfügung. Vor der Preisermittlung sind mit zwischen sechs und 34 Items teilweise umfangreiche Angaben zu leisten. Bei der Ermittlung der Versicherungsbeiträge in zehn Nutzerprofilen treten klare Unterschiede hervor: Kunden zahlen beim jeweils teuersten Beitrag im Schnitt das 2,4-fache des günstigsten. Die durchschnittlichen prozentualen Abweichungen vom mittleren Preisniveau liegen zwischen minus 25 und plus 35 Prozent. CosmosDirekt und WGV erweisen sich über alle Beispiele hinweg am günstigsten.

In der Kommunikation stehen den Versicherern zahlreiche, direkt steuerbare Marketingmaßnahmen zu Verfügung. Im Bereich der medialen Kommunikation beläuft sich ein Großteil der klassischen Werbeaktivitäten auf niedrige fünf- oder sechsstellige Beträge, die sich in Internetbanner- oder Printwerbung niederschlagen. Hier hebt sich Ergo im Analysejahr ab mit einer groß angelegten TV-Kampagne. In Suchmaschinen ergibt sich bei der organischen Suchergebnislistung ein heterogenes Muster. So sind in Bing und Google zum Suchbegriff Risikolebensversicherung vier Versicherer auf der ersten Suchergebnisseite gelistet, vergleichsweise präsent ist hier Allianz. Mittels Paid Search erhöhen sechs Anbieter ihre Chancen zur Auffindbarkeit, fünf davon mit First-Page-Listungen, darunter Europa und Hannoversche.

In den Social Media ist das Thema mit durchschnittlich 8,9 Beiträgen pro Anbieter auf Facebook, Instagram, X oder YouTube innerhalb von zwölf Monaten eher ein Randthema. Dabei entfallen auf zwei Versicherer 57 Prozent aller relevanten Beiträge, Spezialist Dela ist hier am aktivsten. In der Gesamtschau der vier Marketing-Mix-Bereiche spielen die zehn analysierten Anbieter ihre Stärken in ganz unterschiedlichen Bereichen aus. Insgesamt verzeichnet CosmosDirekt das höchste Aktivitätsniveau. Besonders zeichnen sie sich durch eine gute Performance in Suchmaschinen und Social Media sowie günstige Konditionen aus.

Über die Studie:
Die ‚Marketing-Mix-Analyse Risikolebensversicherung 2023' von *research tools* gibt auf 369 Seiten Einblick in das Marketingverhalten der zehn berücksichtigten Anbieter Allianz, Baloise, CosmosDirekt, Dela, Dialog, Ergo, Europa, Hannoversche, WGV, Zurich. 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-risikolebensversicherung-2023
https://www.youtube.com/watch?v=uhGFIyz8mRU

Der Studienherausgeber:
Der Spezialist für Marketinganalyse **research tools** mit Sitz in Esslingen am Neckar bei Stuttgart bietet umsetzungsstarke, wettbewerbsorientierte Marktforschung.
www.research-tools.net
www.linkedin.com/company/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