

+++ ADAC +++ Allianz +++ Barmenia +++ Debeka +++ ERGO/ERV +++ Europ Assistance +++
HanseMerkur +++ LTA +++ TravelSecure +++ URV +++ ADAC +++ Allianz +++ Barmenia +++ Debeka +++ E

Studiensteckbrief

Marketing-Mix-Analyse Reiseversicherung 2019

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

Mai 2019

powered by:



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Marketing-Mix-Analyse
Reiseversicherung 2019

Informationen zur Studie

Ausgewählte Key Facts:

- Die zehn berücksichtigten Anbieter stellen zwischen zwei und 37 Reiseversicherungsprodukte zur Verfügung. Alle Anbieter offerieren Reisekrankenversicherungen sowie Reiserücktritts- und -abbruchversicherungen.
- Die Analyse nutzerprofilabhängiger Beiträge zeigt, dass sich fünf Anbieter mindestens in einem Kundenprofil als Versicherer mit dem günstigsten Beitrag präsentieren.
- Zwischen sechs und 14 unterschiedliche Kontaktwege stellen die Anbieter zur Verfügung. Im Durchschnitt stellen sich die Serviceteams der Versicherer an 57 Stunden pro Woche den Kundenanfragen. Sechs Anbieter stellen ihren Kunden Apps zur Verfügung.
- Die Antwortqualität des Kundendienstes liegt bei Telefonanfragen über alle Anbieter hinweg betrachtet deutlich höher als bei per E-Mail eingereichten Fragen.
- Innerhalb eines Jahres haben die zehn analysierten Versicherer knapp vier Millionen Euro für klassische mediale Werbung aufgewendet.
- Neun der zehn Versicherer unterhalten Profile auf Social Media-Kanälen und kommunizieren produktrelevante Inhalte. Insgesamt wurden 45 relevante Beiträge innerhalb von zwölf Monaten veröffentlicht.

Informationen zur Studie

Key Facts der Marketing-Mix-Bereiche:



Product

➤ **Ø 16,3**
Reiseversicherungen
pro Anbieter



Top-Service
Kundendienst:

➤ **URV**



Place

höchste Anzahl angebotener
Kontaktwege:

➤ **Barmenia**

Marketing-Mix Reiseversicherung



Price

günstigste Versicherer
in mindestens
drei von 10 Szenarien:

➤ **Barmenia
Debeka**

➤ **Ø 39,9** Pressemeldungen
pro Anbieter p.a.

➤ **Ø 4,5** Postings
in Social Media
pro Anbieter p.a.



Promotion

Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

Kern der Analyse ist das **Marketingverhalten** der zehn Anbieter

Analyseinhalte: **Product, Price, Place, Promotion**

ganzheitliche Wettbewerbsanalyse aus **Anbietersicht**

alle Information auf **437 PowerPoint-Seiten**

als **PDF- und Ppt-Datei** kurzfristig verfügbar

Die Studie ist **objektiv, unabhängig** und **neutral**

Nutzen: Basis für klare Positionierung und adäquate Reaktion auf Marketingmaßnahmen der Wettbewerber

zehn Anbieter von Reiseversicherungen:

- ADAC
- Allianz
- Barmenia
- Debeka
- ERGO/ERV
- Europ Assistance
- HanseMerkur
- LTA
- Travel Secure
- URV

Informationen zur Studie

Analysierte Anbieter:

ADAC

zahlreiche relevante
Pressemeldungen

Allianz

große Beitragsspanne

Barmenia

gute Vergleichs-
portalpräsenz

Debeka

häufig günstiger
Anbieter in Profilen

ERGO/ERV

stärkste Präsenz in
YouTube

Europ Assistance

schnellste Reaktion bei
Onlineanfragen

HanseMerkur

starke Präsenz in
Suchmaschinen

LTA

höchste Konsistenz
bei USPs

TravelSecure

kürzeste Wartezeiten
beim Telefonkontakt

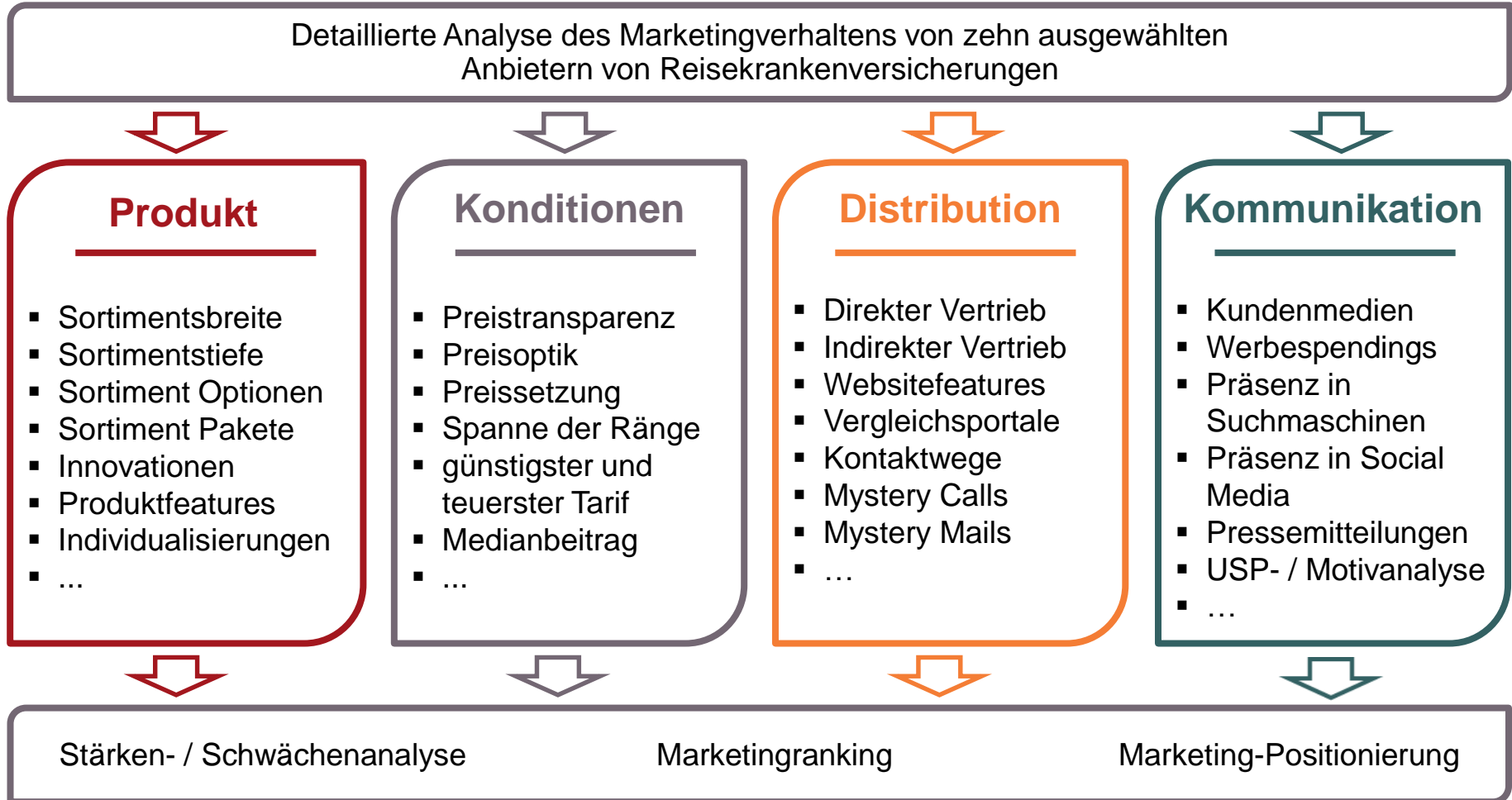
URV

beste Antwortqualität
bei Onlineanfragen

Diese Studie analysiert besonders marketing-aktive Anbieter der Branche. Basis der Auswahlen ist eine Vorrecherche zu Produktportfolio, Pricing, Distribution und Kommunikation.

Informationen zur Studie

Konzeption:



Informationen zur Studie

Studieninhalte:

Analysen:

- Produktportfolio-Vergleich, Produktfeatures, Versicherungsumfang
- Beiträge, Nutzungsprofile
- Positionierung im Vergleichsportalen
- Auswertung von Telefonanfragen bei den untersuchten Anbietern
- Auswertung von Onlineanfragen bei den untersuchten Anbietern
- Werbeausgaben / Motive in Internet, Print, Radio, TV
- Positionierung in Suchmaschinen
- Präsenz in Social Media (Facebook, Twitter, YouTube)
- Analyse von Konsistenz und Alleinstellung bei Vorteilsargumenten und Werbemotiven
- Marketing-Mix-Ranking auf Basis aller erfassten Marketingmaßnahmen
- statistische Analyse der Marketing-Positionierung

Die Studie in Zahlen:

- 10 Anbieter im Vergleich
- Analyse von 163 Reiseversicherungsprodukten
- Ergebnisse für 10 Nutzungsprofile
- 20 analysierte Vergleichsportale
- 50 Mystery Calls, 50 Mystery Mails
- Werbeausgaben und -motive in 4 Mediengattung.
- 3 Social Media Kanäle

Forschungsdesign:

Die Studie basiert auf Marktinformationen aus eigenen Erhebungen, Online-Datenbanken, Mystery Research und verschiedensten Sekundärquellen. Hier sind insbesondere die kostenpflichtigen Daten von **AdVision digital** (Werbependings, Werbemotive) zu nennen. Die Studie ist im Mai 2019 erschienen.

Preis: Die 437 Seiten umfassende Studie kostet **3.600 EUR** zuzüglich Mehrwertsteuer.

Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	6
➤ Forschungsdesign	15
➤ Produkt	19
▪ Sortimentsbreite	24
Anzahl Produkte, Produktkategorie	
▪ Sortimentstiefe	35
Zielgruppen: Einzel, Paare, Familien, Studenten, Work & Travel, Gruppe, Senior, Gäste, Dienstreise	
▪ Sortiment Optionen	40
Ergänzungsbausteine und Optionen	
▪ Sortiment Pakete	47
▪ Sortiment weitere Produkte	49
▪ Innovationen	51
Naming, Alleinstellungen	
▪ Leistung Produktfeatures	54
Auslandsrankenversicherungen, Reiserücktritts- und Abbruchversicherung, Reisegepäckversicherung	
▪ Leistung Versicherungsumfang im Detail	74
Versicherungssumme und Bedingung	
▪ Produktqualität	136
Auszeichnungen, Testberichte, Gütesiegel	
▪ Individualisierungen	143



Inhaltsverzeichnis

➤	Konditionen	149
	▪ Preistransparenz	154
	Kanäle mit Preisinformationen, Beitragsrechner	
	▪ Preisoptik	159
	Designfeatures, Beiträge, Preisattribute, Usability	
	▪ Preissetzung	165
	Nutzungsprofile, Preisniveau, Preisgünstigkeit	
	▪ Preispositionierung	174
	Spanne der Ränge, Häufigkeit eines Rangplatzes im Bereich 1-5, Mittlere Abweichung vom durchschnittlichen Rang, günstigster und teuerster Tarif, Arithmetisches Mittel, Medianbeitrag	
	▪ Nebenkonditionen	180
	Hotlinekosten, weitere Konditionenmaßnahmen	
➤	Distribution	183
	▪ Vertriebswege direkter Vertrieb	189
	Agenturen, Internet, Mobiler Vertrieb, Telefon, Software	
	▪ Vertriebswege indirekter Vertrieb	193
	Freundschaftswerbung und Vertriebspartner	
	▪ Website Usability	195
	▪ Website Features	196
	▪ Vergleichsportal-Marketing	199
	Platzierungen, Listung, Portalpräsenz	



Inhaltsverzeichnis

▪ Kontaktwege	211
▪ Servicecenter-Performance bei Telefonanfragen	215
Telefonanfragen: Hotlinezeiten, Mystery Calls zu Wartezeiten, Antwortqualität, Besonderheiten	
Servicecenter-Performance bei Onlineanfragen	224
Onlineanfragen: Formulareigenschaften, Mystery Mails zu Reaktionszeiten, Antwortqualität, Besonderheiten	
▪ Servicecenter-Performance insgesamt	233
▪ Alleinstellungsmerkmale	236
➤ Kommunikation	238
▪ Website	246
Slogans, Nutzenargumente	
▪ Flyer und Prospekte	256
Formate, Inhalte, Motive	
▪ Kundenmedien	269
Kundenmagazin, Newsletter, Blog, Forum	
▪ Werbung	270
Werbeausgaben, Werbemotive	
▪ Suchmaschinen	288
Organische Suchergebnisse und Paid Search	
▪ Social Media & PR	309
Social Media: Facebook, YouTube; PR: Pressemitteilungen, Presseresonanz, Presseeffizienz, Kommunikationstiming	



Inhaltsverzeichnis

▪ USP-Analyse	348
Verwendete USPs nach Medien, Konsistenz über die Medien, Alleinstellungen	
▪ Motivanalyse	363
Verwendete Motive nach Medien, Konsistenz über die Medien, Alleinstellungen	
▪ Alleinstellungsmerkmale	376
➤ Stärken und Schwächen	378
➤ Marketingranking	392
▪ Produkt	395
▪ Konditionen	401
▪ Distribution	407
▪ Kommunikation	415
▪ Marketing-Mix gesamt	424
➤ Marketing-Positionierung	427
➤ Quellenverzeichnis	435
➤ Kontakt	436



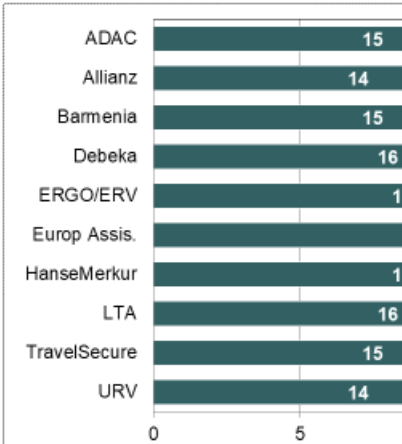
Beispielseiten (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Welche Einzelleistungen beinhalten die Produkte?

Produkt Sortimentsbreite

Anzahl der Reiseversicherungs-Produkte der untersuchten Versicherungsgesellschaften



Quelle: Website der Anbieter



Produkt

Leistung Produktfeatures

Versicherte Gründe bei Reiserücktritt/-abbruch

Anbieter	15	16	17	18	19
ADAC			x		x
Allianz	x	x	x		x
Barmenia	x		x	x	
Debeka	x	x	x		x
ERGO/ERV			x	x	x
Europ Assis.	x				x
HanseMerkur	x			x	
LTA		x		x	
TravelSecure	x				x
URV		x		x	

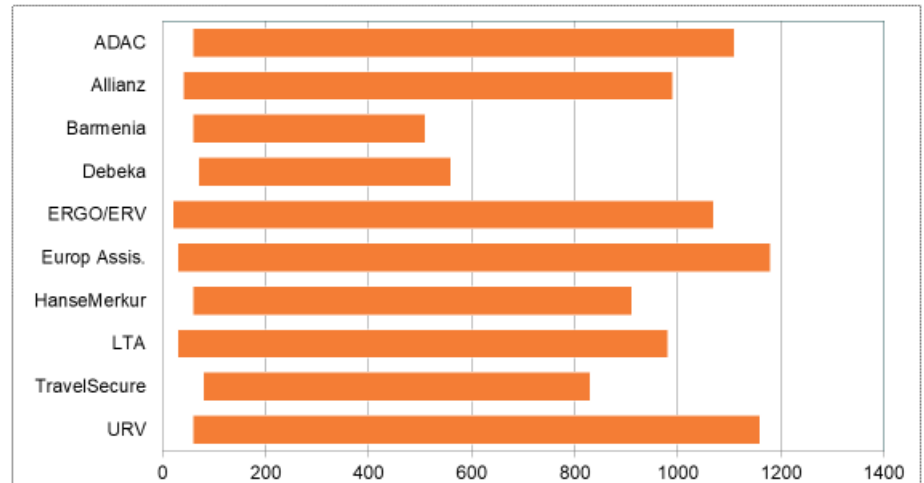
Quelle: Website der Anbieter



Konditionen

Preispositionierung

Spanne der Beiträge für eine Reiseversicherung (Angaben in Euro)



Quelle: research tools



Marketing-Mix-Analyse
Reiseversicherung 2019

Welches Produktportfolio offerieren die Anbieter?

Beispielseiten (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Konditionen Preissetzung

Jährliche Beiträge für eine Reiseversicherung nach Nutzungsprofilen (Angaben in Euro)

Anbieter	Distribution	
	1	2
ADAC	220,00	70,90
Allianz	210,00	90,90
Barmenia	180,00	70,90
Debeka	180,00	90,90
ERGO/ERV	220,00	70,90
Europ Assis.	220,00	90,90
HanseMerkur	190,00	70,90
LTA	220,00	90,90
TravelSecure	160,00	80,90
URV	190,00	70,90

Quelle: Website der Anbieter



Distribution Vergleichsportal-Marketing

Platzierungen in Vergleichsportalen (Angabe: Rang) - Reisekrankenversicherung

Anbieter	1	2	3	4	5	6	7
ADAC	1		5				
Allianz	3			5	5		
Barmenia		3	1		5		
Debeka	7						
ERGO/ERV				3			
Europ Assis.			7		3		
HanseMerkur			10		2		
LTA	10				7		
TravelSecure		2				10	
URV				10			

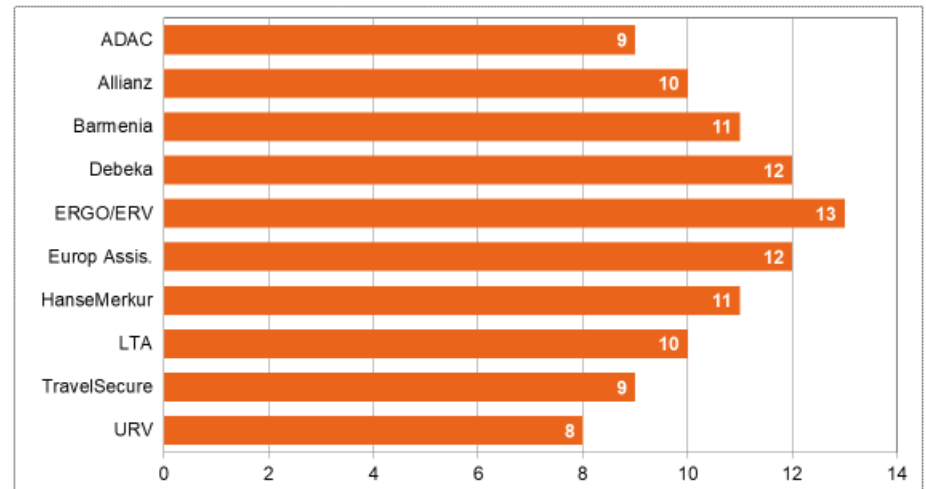
Quelle: research tools



Welche Anbieter punkten durch ihre Vergleichsportalspräsenz?

Distribution Kontaktwege

Anzahl der angebotenen Kontaktwege



Quelle: Website der Anbieter



Marketing-Mix-Analyse
Reiseversicherung 2019

Welche Versicherer profilieren sich durch günstige Beiträge?

Beispielseiten (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Kommunikation Suchmaschinen

Anzahl kostenpflichtige Anzeigen in Suchmaschinen

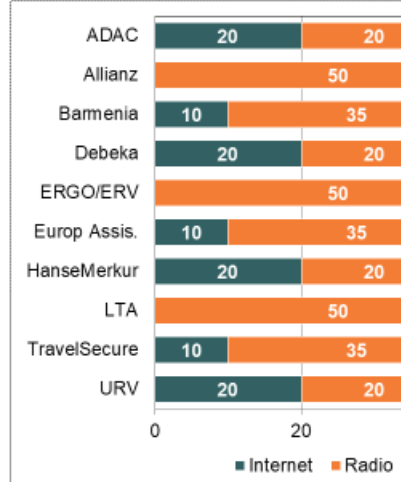
Anbieter	bing.de			
	1	2	3	4
ADAC	3	2		
Allianz		3		
Barmenia	2		2	
Debeka	2			4
ERGO/ERV		3		
Europ Assis.	2		2	
HanseMerkur				4
LTA		2		
TravelSecure	2		2	
URV		3		3

Quelle: research tools



Kommunikation Werbung

Verteilung der Werbeausgaben für Reiseversicherungen auf die Medien nach Anbieter von Feb 2018 bis Jan 2019 (Angaben in Prozent)



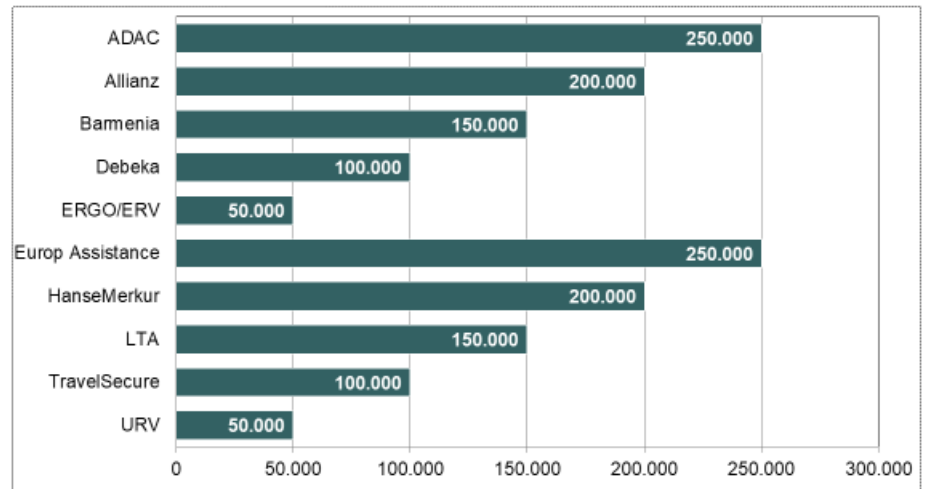
Quelle: AdVision digital, Berechnung durch research tools



Welche Ausgaben für mediale Werbung tätigen die Unternehmen?

Kommunikation Werbung

Werbeausgaben der Anbieter für Reiseversicherungen im Zeitraum Feb 2018 bis Jan 2019



Quelle: AdVision digital, Berechnung durch research tools



Marketing-Mix-Analyse
Reiseversicherung 2019

Welche Präsenz zeigen die Anbieter in Suchmaschinen?

Beispielseiten (4)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Kommunikation Social Media & PR

Aktive und passive Medienpräsenz: Verteilung des Impacts betreffend Facebook, Twitter und YouTube sowie Anteile bei Pressemitteilungen und Presseresonanz (Angaben in Prozent)

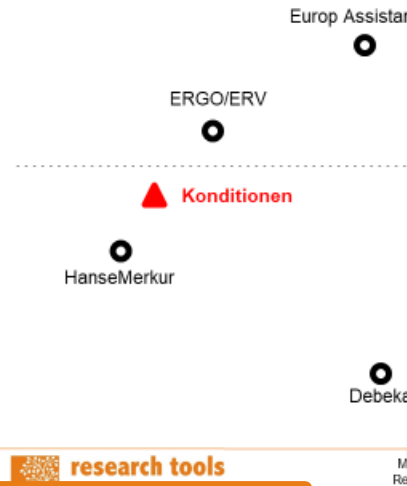
Anbieter	Marketing-Positionierung	
	Facebook	Twitter
ADAC	20,0	20,0
Allianz	40,0	20,0
Barmenia	-	20,0
Debeka	-	-
ERGO/ERV	-	-
Europ Assis.	20,0	20,0
HanseMerkur	40,0	20,0
LTA	-	20,0
TravelSecure	-	-
URV	-	-

Quelle: research tools; * Pressemitteilungen; ** Presseartikel *** Ant



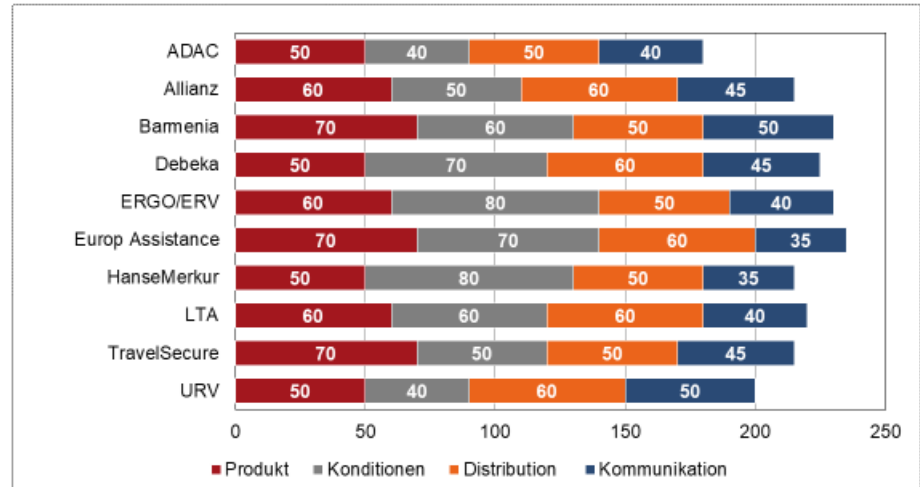
Marketing-Positionierung

Positionierung/Ähnlichkeit der Anbieter



Welche Anbieter betreiben im Marketing-Mix hohen Aufwand?

Marketingranking Marketing-Mix gesamt



Marketing-Mix-Efforts (Angaben in Prozent)



Marketing-Mix-Analyse
Reiseversicherung 2019

In welchen PR-Medien weisen die Unternehmen Stärken auf?

Bestellformular

Ihre Bestellung nehmen wir gerne per formloser E-Mail oder mit ausgefülltem Bestellformular entgegen.

E-Mail: matijas.kocijan@research-tools.net

FAX: +49 (0)711 – 55090384

Auftragnehmer: research tools, Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar

Hiermit bestellen wir zum Preis in Höhe von 3.600 EUR zzgl. MwSt. die
Marketing-Mix-Analyse Reiseversicherung 2019.

Auftraggeber:

Firma: _____

Ansprechpartner: _____

E-Mail: _____

Position/Funktion: _____

Datum, Ort, Unterschrift: _____

Kontakt / Branchenerfahrung

Ihr Ansprechpartner für diese Studie ist:

Matijas Kocijan



Marketinganalytiker

M.Sc. Economics

Tel. +49 (0)711 - 55090382, Fax +49 (0)711 - 55090384

E-Mail: matijas.kocijan@research-tools.net

research tools

Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar

www.research-tools.net

research tools: Marketingmaßnahmen erfassen – verstehen – bewerten

Zuletzt zur Versicherungsbranche erschienen:

- Studie eVisibility Krankenkassen 2019
- Marketing-Mix-Analyse Altersvorsorge 2019
- Studie Versicherungs-Zielgruppe Rechtsschutz 2019
- Studie Unternehmensprofile Versicherungen 2019
- Reputation Analysis Insurance 2018
- Werbemarktanalyse Gesetzliche Krankenversicherung 2018

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. Zur Versicherungsbranche erschienen seit 2015 über 30 Studien. In der Studienreihe Marketing-Mix-Analysen erschienen seit 2015 über 40 Studien.

