+++ 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:

AdVISION DIGITAL

©Michael Simons/123RF.COM

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 -abbruch-versicherungen.

- 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

Place

Top-Service
Kundendienst:
URV

höchste Anzahl angebotener
Kontaktwege:
Barmenia

Marketing-Mix Reiseversicherung

Price

günstigste Versicherer
in mindestens
drei von 10 Szenarien:
Barmenia
Debeka

Promotion

Ø 39,9 Pressemeldungen
pro Anbieter p.a.

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

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 Anbieterauswahl ist eine Vorrecherche zu Produktportfolio, Pricing, Distribution und Kommunikation.

Informationen zur Studie

Konzeption:

Detaillierte Analyse des Marketingverhaltens von zehn ausgewählten Anbietern von Reisekrankenversicherungen

Produkt

- Sortimentsbreite
- Sortimentstiefe
- Sortiment Optionen
- Sortiment Pakete
- Innovationen
- Produktfeatures
- Individualisierungen
- ...

Konditionen

- Preistransparenz
- Preisoptik
- Preissetzung
- Spanne der Ränge
- günstigster und teuerster Tarif
- Medianbeitrag
- ...

Distribution

- Direkter Vertrieb
- Indirekter Vertrieb
- Websitefeatures
- Vergleichsportale
- Kontaktwege
- Mystery Calls
- Mystery Mails
- …

Kommunikation

- Kundenmedien
- Werbespendings
- Präsenz in Suchmaschinen
- Präsenz in Social Media
- Pressemitteilungen
- USP- / Motivanalyse
- …

Stärken- / Schwächenanalyse | Marketingranking | Marketing-Positionierung

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 Reise-versicherungsprodukten
- 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** (Werbespendings, 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
    Auslandskrankenversicherungen, Reiserücktritts- und Abbruchversicherung, Reisegepäck-versicherung
  - Leistung Versicherungsumfang im Detail 74
    Versicherungssumme und Bedingung
  - Produktqualität 136
    Auszeichnungen, Testberichte, Gütesiegel
  - Individualisierungen 143

©Michael Simons/123RF.COM

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 Konditionenmaßnehmen
- 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

©Michael Simons/123RF.COM

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

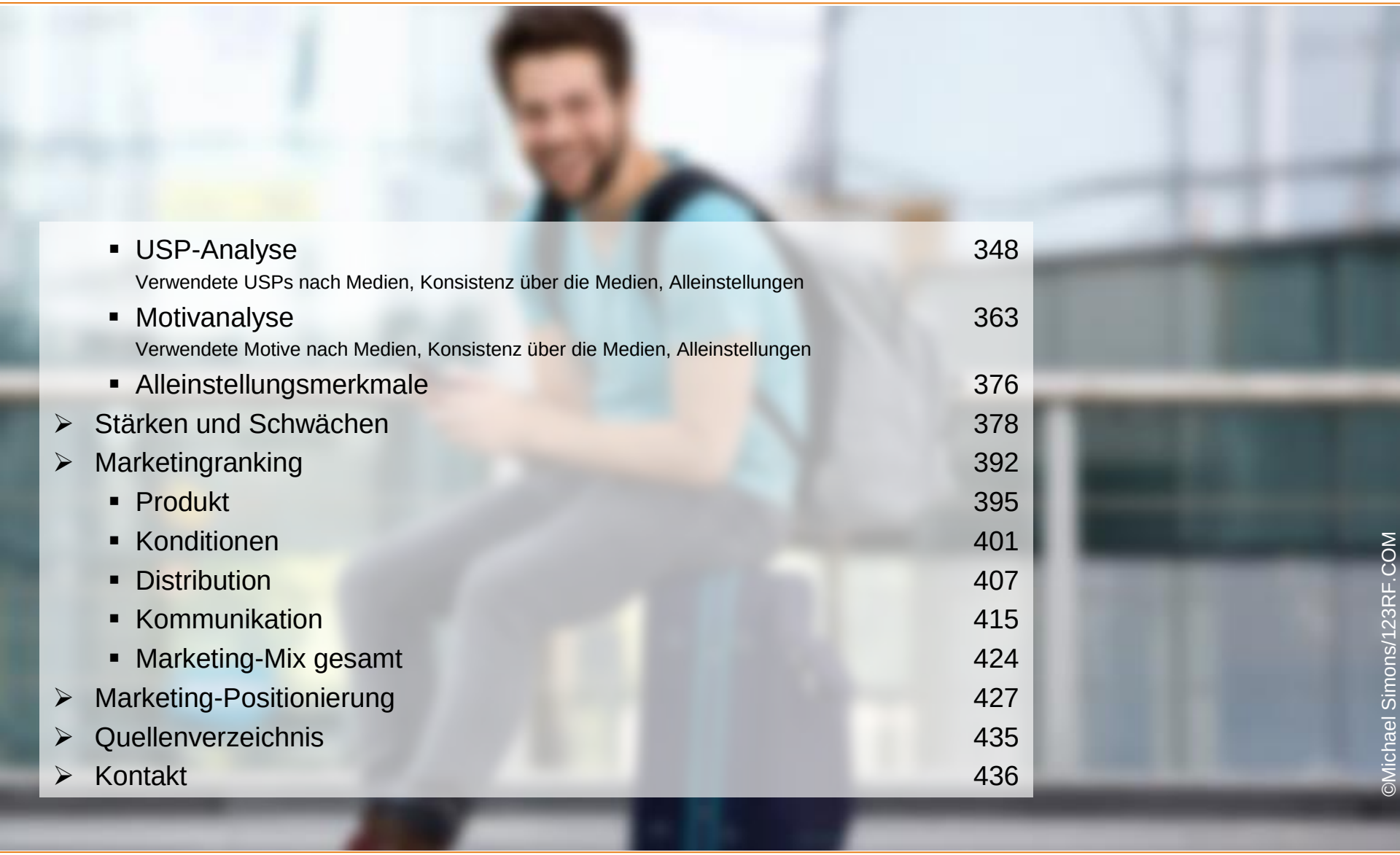
  Werbeausgaben, Werbemotive
- Suchmaschinen 288

  Organische Suchergebnisse und Paid Search
- Social Media & PR 309

  Social Media: Facebook, YouTube; PR: Pressemitteilungen, Presseresonanz, Presseeffizienz, Kommunikationstiming

©Michael Simons/123RF.COM

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

©Michael Simons/123RF.COM

Beispielseiten (1)

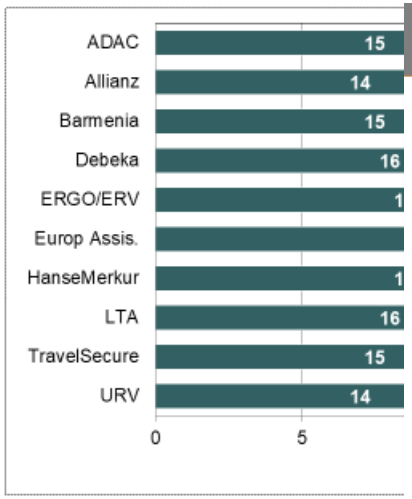
Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Welche Einzelleistungen beinhalten die Produkte?

Welches Produktportfolio offerieren die Anbieter?

Produkt
Sortimentsbreite

Anzahl der Reiseversicherungs-Produkte der untersuchten Versicherungsgesellschaften



Quelle: Website der Anbieter

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Produkt
Leistung Produktfeatures

Versicherte Gründe bei Reiserücktritt/-abbruch

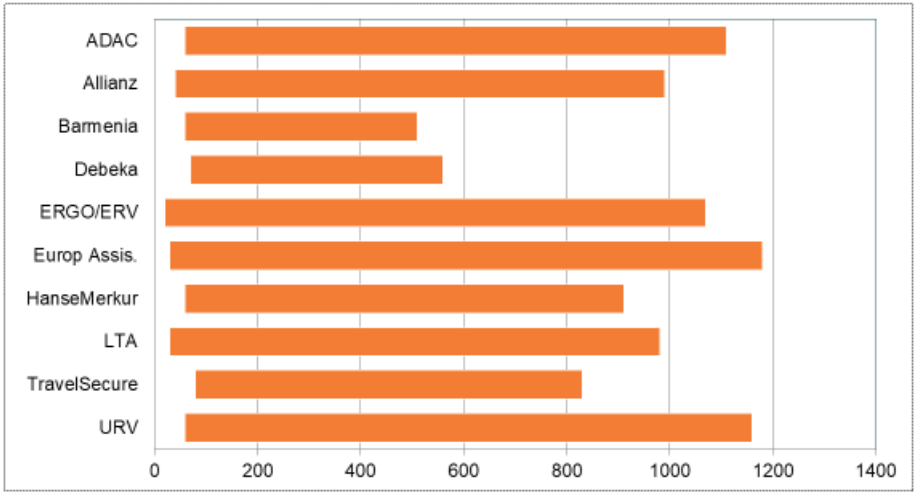
Anbieter	15	16	17	18	19
ADAC			x		x
Allianz	x	x	x		x
Barmenia	x		x	x	
Debeka	x	x	x		x
ERGO/ERV			x	x	x
Europ Assis.	x				x
HanseMerkur	x			x	
LTA		x		x	
TravelSecure	x				x
URV		x		x	

Quelle: Website der Anbieter

research tools

Konditionen
Preispositionierung

Spanne der Beiträge für eine Reiseversicherung (Angaben in Euro)



Quelle: research tools

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Marketing-Mix-Analyse
Reiseversicherung 2019

Beispielseiten (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Welche Anbieter punkten durch ihre Vergleichsportalpräsenz?

Welche Versicherer profilieren sich durch günstige Beiträge?

Konditionen
Preissetzung

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

Anbieter	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

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Distribution
Vergleichsportal-Marketing

Platzierungen in Vergleichsportalen (Angabe: Rang) **- Reisekrankenversicherung**

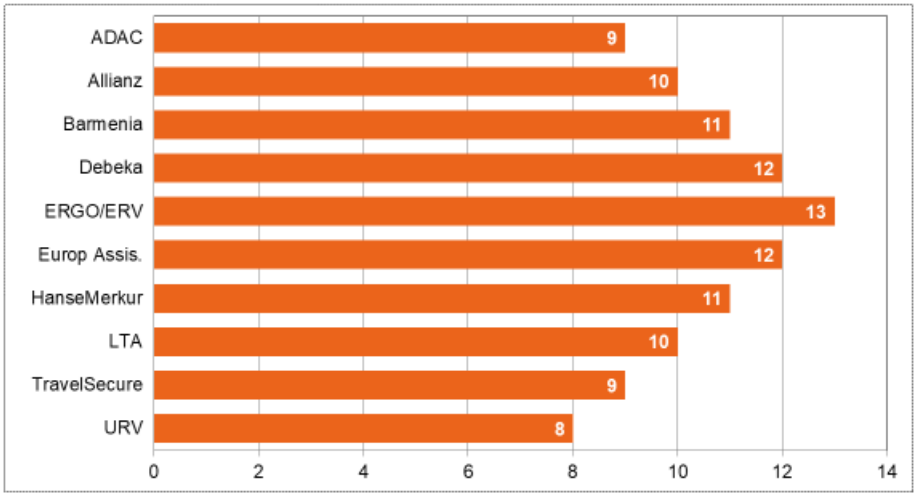
Anbieter	1	2	3	4	5	6
ADAC	1		5			
Allianz	3			5		5
Barmenia		3	1		5	
Debeka	7					
ERGO/ERV				3		
Europ Assis.			7		3	
HanseMerkur			10		2	
LTA	10				7	
TravelSecure		2				10
URV				10		

Quelle: research tools

research tools

Distribution
Kontaktwege

Anzahl der angebotenen Kontaktwege



Quelle: Website der Anbieter

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Marketing-Mix-Analyse
Reiseversicherung 2019

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

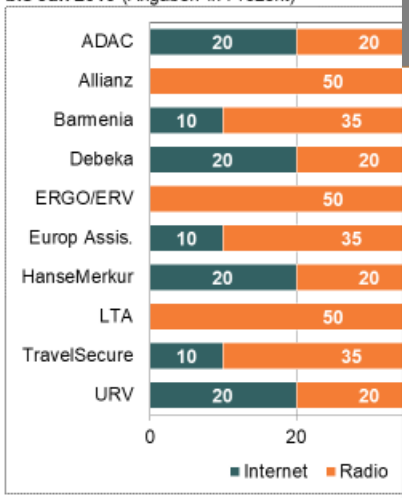
Quelle: research tools

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Welche Präsenz zeigen die Anbieter in Suchmaschinen?

Kommunikation
Werbung

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



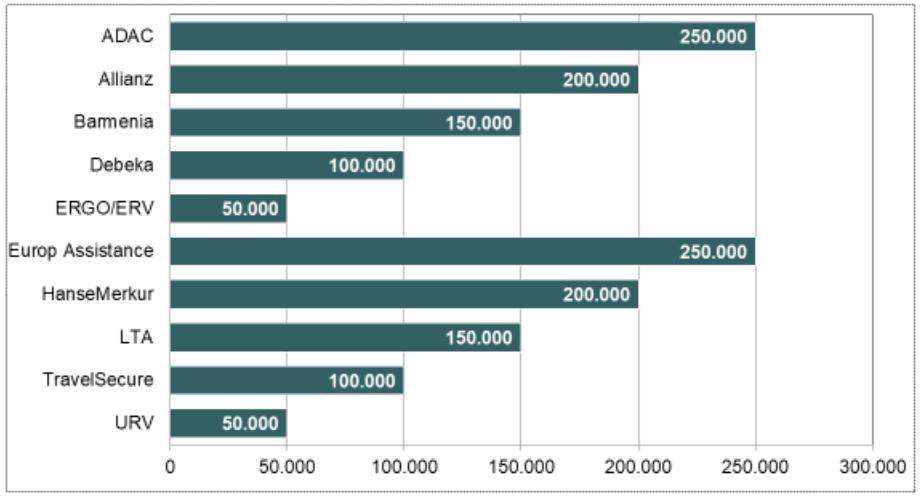
Quelle: AdVision digital, Berechnung durch research tools

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

275

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Marketing-Mix-Analyse
Reiseversicherung 2019

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)

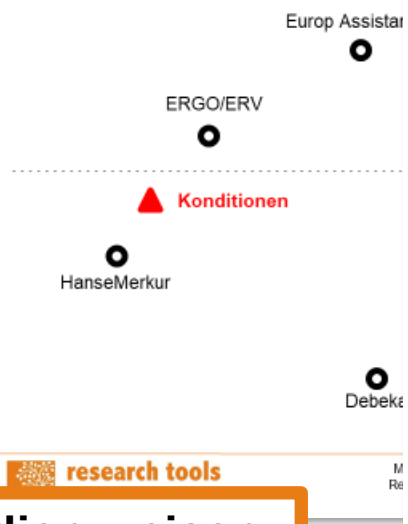
Anbieter	Facebook	Twitter
ADAC	20,0	20,0
Allianz	40,0	20,0
Barmenia	-	20,0
Debeka	-	-
ERGO/ERV	-	-
Europ Assis.	20,0	20,0
HanseMerkur	40,0	20,0
LTA	-	20,0
TravelSecure	-	-
URV	-	-

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

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Marketing-Positionierung

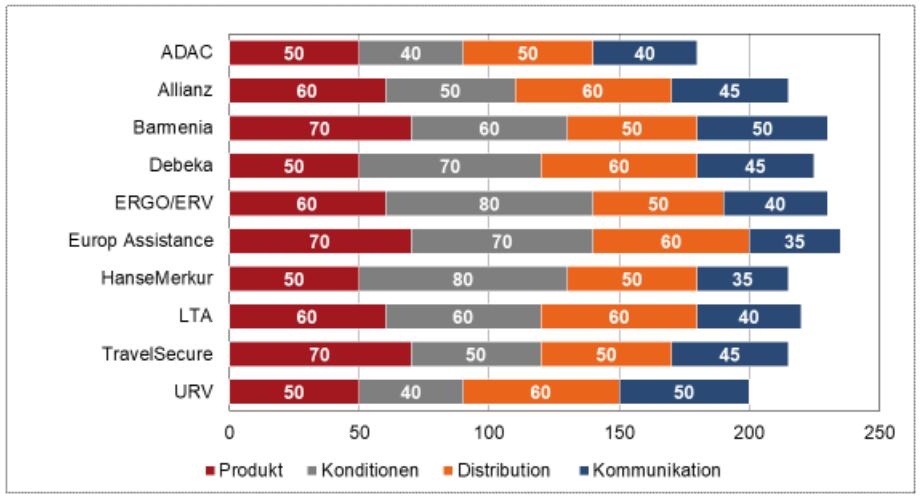
Positionierung/Ähnlichkeit der Anbieter



research tools

Welche Anbieter betreiben im Marketing-Mix hohen Aufwand?

Marketingranking
Marketing-Mix gesamt



Marketing-Mix-Efforts (Angaben in Prozent)

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

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: uwe.matzner@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:

Uwe Matzner

Geschäftsführer
Diplom-Kaufmann, Marktforscher BVM
Tel. +49 (0)711 - 55090381, Fax +49 (0)711 - 55090384
E-Mail: uwe.matzner@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.