

+++ Allianz +++ CosmosDirekt +++ DEVK +++ Europa +++ Gothaer +++ GVO +++ Haftpflichtkasse Darmstadt  
+++ INTER +++ NV +++ VHV +++ Allianz +++ CosmosDirekt +++ DEVK +++ Europa +++ Gothaer +++ GVO +++

Studiensteckbrief

# Marketing-Mix-Analyse Haftpflichtversicherung 2017

erarbeitet von:  
research tools, Esslingen am Neckar

Juli 2017

powered by:



**research tools**

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Marketing-Mix-Analyse  
Haftpflichtversicherung 2017

## Ausgewählte Ergebnisse:

- Die berücksichtigten Anbieter von Haftpflichtversicherungen stellen zwischen drei und 18 Produkte zur Verfügung. Positionierung erfolgt dabei im Wesentlichen über Versicherungssummen und abgedeckte Risiken.
- Die Analyse nutzerprofilabhängiger Beiträge weist zwei Anbieter mit Hochpreisstrategie aus. Ein anderer Versicherer profiliert sich bei der Hälfte der Nutzerprofile als günstigster Anbieter.
- Zwischen zehn und 14 unterschiedliche Kontaktwege stellen die Versicherungen zu Verfügung. Die Serviceteams von zwei Anbietern stehen täglich für Anfragen rund um die Uhr zu Verfügung.
- Die Antwortqualität des Kundendienstes liegt bei Telefonanfragen deutlich höher als bei per E-Mail eingereichten Fragen. Ein Versicherer punktet mit Bestwerten bei Calls und Mails.
- Innerhalb eines Jahres haben die zehn analysierten Anbieter mehr als 50 Millionen Euro für klassische mediale Werbung im Thema Haftpflichtversicherung aufgewendet. Ein Großteil der Werbeausgaben verteilt sich auf vier Versicherungen.
- Nur drei Versicherungen schalten kostenpflichtige Suchanzeigen in Bing und/oder Google.
- Neun Anbieter unterhalten Profile auf Social Media Kanälen, sieben davon nutzen ihre Kanäle zur Kommunikation produktrelevanter Inhalte. Innerhalb von zwölf Monaten wurden im Mittel 5,2 relevante Beiträge pro Anbieter veröffentlicht.

# Informationen zur Studie



➤ Ø 6,4  
Haftpflichtprodukte für  
Privatkunden pro Anbieter



Top-Präsenz in  
Vergleichsportalen:

➤ **NV**

Top-Servicehotline  
Calls & Mails

➤ **DEVK**



Höchste Anzahl an  
Erstplatzierungen in zehn  
Nutzerprofilen:

➤ **CosmosDirekt**

**Promotion**



Ø 5 Mio. Euro  
Werbeausgaben  
pro Anbieter p.a.

Ø 5,2 Postings  
in Social Media  
pro Anbieter p.a.



# Informationen zur Studie

## Wichtigste USPs:

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

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

ganzheitliche Wettbewerbsanalyse aus **Anbietersicht**

alle Information auf **335 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 Haftpflichtversicherungen:

- Allianz
- CosmosDirekt
- DEVK
- Europa
- Gothaer
- GVO
- HK Darmstadt
- INTER
- NV
- VHV

# Informationen zur Studie

## Analysierte Anbieter:

**Allianz**

Produktvielfalt Privat- und Geschäftskunden

**CosmosDirekt**

Preisgünstigkeit

**DEVK**

gute Performance des Servicecenters

**Europa**

Preisgünstigkeit

**Gothaer**

starke Nutzung von Social Media und PR

**GVO**

Produktvielfalt Privatkunden

**HK Darmstadt**

Produktvielfalt Privat- und Geschäftskunden

**INTER**

gute Website-Usability

**NV**

starke Performance in Vergleichsportalen

**VHV**

hohe Werbeaufwendungen

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

# Informationen zur Studie

Detaillierte Analyse des Marketingverhaltens von zehn ausgewählten Anbietern von Haftpflichtversicherungen

## Produkt

- Portfolio
- Versicherungssummen
- Produktfeatures
- Zielgruppen
- Individualisierungen
- Innovationen
- Auszeichnungen
- ...

## Konditionen

- Beitragsrelevante Angaben
- Preissetzung
- Nutzerprofile
- Preispositionierung
- Preisgünstigkeit
- Preisoptik
- Nebenkonditionen
- ...

## Distribution

- Vertriebskanäle
- Apps
- Hotline
- 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

## Analysen:

- Produktportfolio-Vergleich, Zielgruppen, Produktfeatures
- Preiswahrnehmung, Nutzerprofile, Preisniveau, Preispositionierung
- Positionierung in Suchmaschinen
- Auswertung von Telefonanfragen bei den untersuchten Anbietern
- Auswertung von Onlineanfragen bei den untersuchten Anbietern
- Werbeausgaben / Motive in Internet, Print, Radio, TV
- Präsenz in Social Media (Facebook, Google+, 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:

- detaillierte Analyse von 100 Haftpflichtversicherungen
- 30 Leistungsinhalte
- 10 Nutzerprofile
- 50 Mystery Calls, 50 Mystery Mails
- Werbeausgaben und Werbemotive in 5 Mediengattungen
- 4 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 Juli 2017 erschienen.

**Preis:** Die 335 Seiten umfassende Studie kostet **3.600 EUR** zuzüglich MwSt.

# Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	6
➤ Forschungsdesign	13
➤ Produkt	16
▪ Sortiment – Sortimentsbreite	21
Anzahl Produkte, Portfolio Privat- und Geschäftskunden	
▪ Sortiment - Sortimentstiefe	30
Zielgruppen	
▪ Leistung Privathaftpflicht	31
Produktfeatures: Schadenssummen und versicherte Risiken, Anzahl Features	
▪ Leistung Tierhaftpflicht	50
Produktfeatures: Schadenssummen und versicherte Risiken	
▪ Leistung – Optionen	54
▪ Leistung – Auszeichnungen	56
▪ Individualisierung	59
▪ Innovationen	64
Naming, Alleinstellungen	
➤ Konditionen	67
▪ Preiswahrnehmung	72
Preistransparenz: Kanäle mit Preisinformationen, Beitragsrechner	



# Inhaltsverzeichnis

▪ Preissetzung	77
Nutzerprofile, Preisniveau	
▪ Preispositionierung	81
Ranking, Median, Preisdifferenzierung, Preisgünstigkeit	
▪ Nebenkonditionen	93
Hotlinekosten	
▪ Preisoptik	94
Designfeatures, Beträge, Preisattribute, Usability	
▪ Weitere Konditionenmaßnahmen	100
▪ Alleinstellungsmerkmale	105
➤ Distribution	107
▪ Vertriebswege	113
Direkter Vertrieb: Filiale, Internet, mobiler Vertrieb, Telefon, App; indirekter Vertrieb: Freundschaftswerbung, Vertriebspartner	
▪ Website	119
Usability, Features, mobile Seite	
▪ Vergleichsportal-Marketing	123
Genutzte Portale, Platzierungen, Scoring	
▪ Servicecenter	128
Kontaktwege, Telefonanfragen: Hotlinezeiten, Mystery Calls zu Wartezeiten, Antwortqualität, Besonderheiten; Onlineanfragen: Formulareigenschaften, Mystery Mails zu Reaktionszeiten, Antwortqualität, Besonderheiten	



# Inhaltsverzeichnis

➤ Alleinstellungsmerkmale	151
➤ Kommunikation	153
▪ Eigenmedien	161
Website: Slogans, Nutzenargumente; Flyer und Prospekte: Formate, Inhalte, Motive; Kundenmedien: Kundenmagazin, Newsletter, Blog, Forum	
▪ Werbung	182
Werbeausgaben: nach Mediengattungen, im Zeitverlauf; Werbemotive	
▪ Suchmaschinen	199
Organische Suchergebnisse und Paid Search	
▪ Social Media & PR	211
Social Media: Facebook, Google+, YouTube, Scoring; PR: Pressemitteilungen, Presseresonanz, Presseeffizienz	
▪ Kommunikationsstrategie	244
USP-Analyse: Verwendete USPs nach Medien, Konsistenz über die Medien, Alleinstellungen; Motivanalyse: Verwendete Motive nach Medien, Konsistenz über die Medien, Alleinstellungen; Kommunikationstiming	
▪ Alleinstellungsmerkmale	273
➤ Stärken und Schwächen	275
➤ Marketingranking	289
▪ Produkt	292
▪ Konditionen	299



# Inhaltsverzeichnis

▪ Distribution	305
▪ Kommunikation	313
▪ Marketing-Mix gesamt	321
➤ Marketing-Positionierung	324
➤ Quellenverzeichnis	332
➤ Kontakt	334

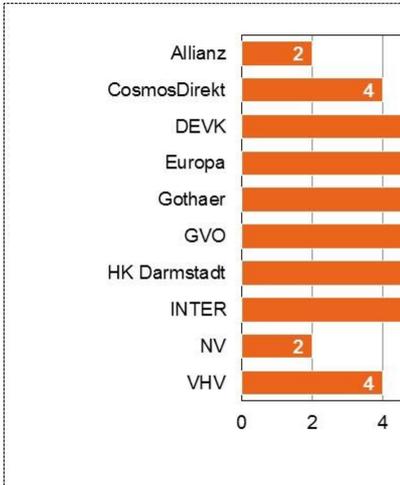


# Beispielseiten (1)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Produkt Portfolio

Anzahl der verfügbaren Haftpflichtversicherungen nach Anbieter



Quelle: research tools



M  
Haft

### Produkt

Leistung – Produktfeatures

Beworbene Produktfeatures der Versicherungsgesellschaften

Anbieter	Produktname	1
Allianz	Basis	x
Allianz	Privat-Haftpflicht	x
Allianz	SicherheitPlus	x
Allianz	SicherheitBest	x
CosmosDirekt	Basis-Schutz	x
CosmosDirekt	Comfort-Schutz	x
DEVK	Aktiv-Schutz	x
DEVK	Komfort-Schutz	x
DEVK	Premium-Schutz	x
Europa	BASIS-Schutz	x

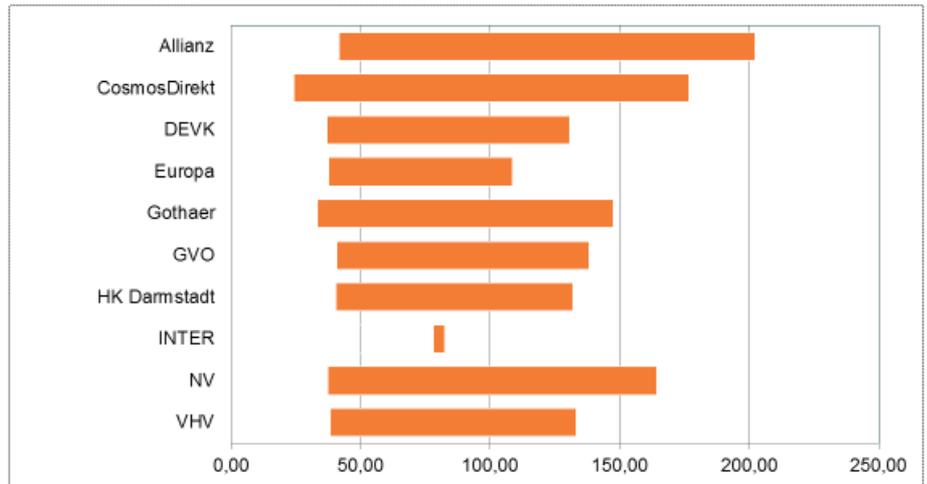
Quelle: Webseite der Anbieter



### Konditionen

Preispositionierung – Preisdifferenzierung

Spanne der Beiträge für eine Haftpflichtversicherung (Angaben in Euro)



Quelle: research tools



Marketing-Mix-Analyse  
Haftpflichtversicherung 2017

98

Welches Produktportfolio offerieren die Anbieter?

Welche Leistungsinhalte beinhalten die Produkte?

# Beispielseiten (2)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Konditionen

#### Preissetzung

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

Anbieter	Profil			
	6	7	8	9
Allianz	113,05	65,45	60,69	164,22
CosmosDirekt	94,02			
DEVK	113,05			
Europa	94,02			
Gothaer	113,05			
GVO	94,02			
HK Darmstadt	113,05			
INTER*	94,02			
NV	113,05			
VHV	94,02			

Quelle: Website der Anbieter



M. Haftp

### Distribution

#### Website

#### Websites-Features

Anbieter	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	16	17	18	19	20	
Allianz	x			x			x			x					x			x		x
CosmosDirekt	x			x		x	x			x					x			x	x	x
DEVK	x			x			x			x					x			x		x
Europa	x			x		x	x			x					x			x	x	x
Gothaer	x			x			x			x					x			x		x
GVO	x			x		x	x			x					x			x	x	x
HK Darmstadt	x			x			x			x					x			x		x
INTER	x			x		x	x			x					x			x	x	x
NV	x			x			x			x					x			x		x
VHV	x			x		x	x			x					x			x	x	x

Quelle: research tools



Marketing-Mix Analyse  
Haftpflichtversicherung 2017

Mit welchen Websitefeatures punkten die Anbieter?

Welche Anbieter überzeugen bei Kundenanfragen mit hoher Antwortqualität?

### Distribution

#### Servicecenter-Performance Telefon

#### Telefonanfragen

Anbieter	Erster Kontakt	Zeit in We schleif
Allianz	Bandansage	0:20-4:32 Ø 2:30 r
CosmosDirekt	persönlich	-
DEVK	Bandansage	0:20-4:32 Ø 2:30 r
F	Bandansage	0:20-4:32 Ø 2:30 r
-		

Marketing-Mix Analyse  
Haftpflichtversicherung 2017

# Beispielseiten (3)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Kommunikation

Suchmaschinen-Marketing

Platzierungen in Suchmaschinen (Angabe in Anzahl Platzierungen)

Anbieter	bing.de			
	1	2	3	4
Allianz		2		
CosmosDirekt				
DEVK				
Europa		2	1	
Gothaer		2		
GVO				
HK Darmstadt	1			
INTER				
NV		2	1	
VHV		2		

Quelle: research tools

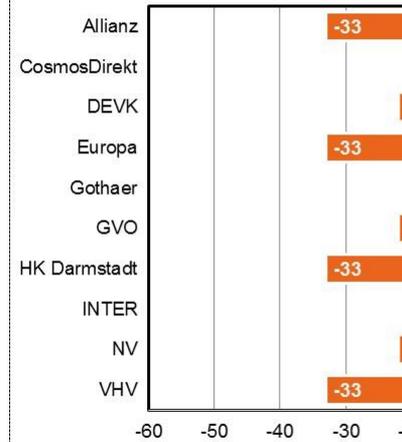


### Kommunikation

Presseeffizienz

Presseeffizienz

Berechnung: Anteil bei Presseartikeln minus Anteil bei Werbeausgaben



Quelle: Deutsche Tageszeitungen, Publikumszeitschriften und Fachzeitschriften

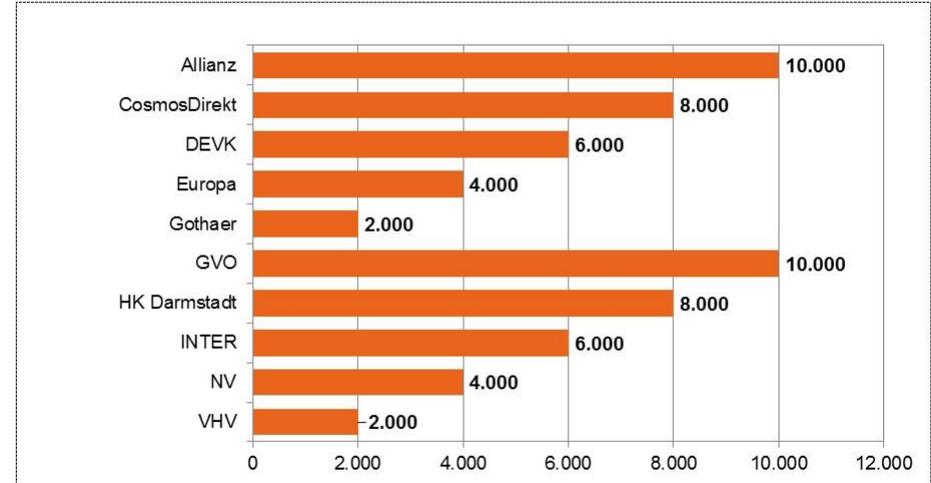


Welche Ausgaben für mediale Werbung tätigen die Unternehmen?

### Kommunikation

Werbung

Verteilung der Werbeausgaben für Haftpflichtversicherungen nach Anbieter von April 2016 bis März 2017 (Angaben in Tausend Euro)



Quelle: AdVision digital; Berechnungen durch research tools



Marketing-Mix Analyse  
Haftpflichtversicherung 2017

Welche Präsenz zeigen die Anbieter in Suchmaschinen?

# Beispielseiten (4)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

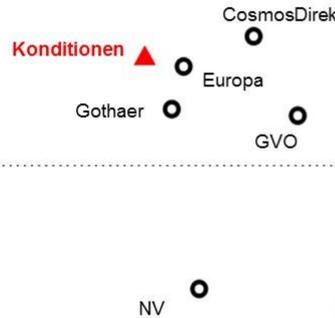
### Kommunikation

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

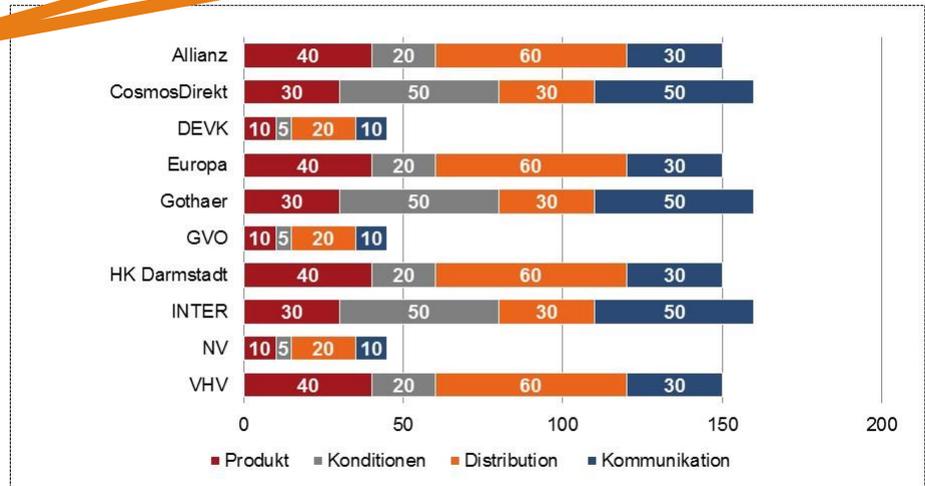
Anbieter	aktive Präsenz						pass. l
	Faceb.	Google+	Twitter	YouTube	Ø	Presse*	Pre
Allianz	20,0	20,0	40,0	-	20,0	5,0	
CosmosDirekt	40,0	20,0					
DEVK	-	20,0	20,0				
Europa	-	-					
Gothaer	-	-					
GVO	20,0	20,0					
HK Darmstadt	-	-					
INTER	-	-					
NV	-	-					
VHV	20,0	20,0	40,0				

### Marketing-Similarity

Positionierung/Ähnlichkeit der Anbieter



Welche Anbieter ähneln sich hinsichtlich ihrer Fokussierung auf einzelne Marketingbereiche?



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



In welchen PR-Medien weisen die Anbieter Stärken auf?



Marketing-Mix Analyse  
Haftpflichtversicherung 2017

# Bestellformular

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

**E-Mail:** [uwe.matzner@research-tools.net](mailto: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 Haftpflichtversicherung 2017.**

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

research tools  
Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar  
[www.research-tools.net](http://www.research-tools.net)

research tools: Marketingmaßnahmen erfassen – verstehen – bewerten

Zuletzt zur Versicherungsbranche erschienen:

- Werbemarktanalyse Direktversicherungen 2017
- Studie eVisibility Versicherungen 2017
- Werbemarktanalyse Gesetzliche Krankenversicherung 2016
- Marketing-Mix-Analyse Pflegezusatzversicherung 2016
- Werbemarktanalyse Kfz-Versicherung 2016
- Studie eVisibility Versicherungen 2016

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. Zur Versicherungsbranche erschienen seit 2014 28 Studien. In der Studienreihe Marketing-Mix-Analysen erschienen seit 2015 über 30 Studien.

