

+++ Allianz +++ Ammerländer +++ AXA +++ CHERRISK +++ CosmosDirekt +++ FRIDAY +++ Gothaer +++  
+ HEB-Hausratversicherung +++ Waldenburger +++ WGV +++ Allianz +++ Ammerländer +++ AXA +++ CHER

Studiensteckbrief

# Marketing-Mix-Analyse Hausratversicherung 2022

erarbeitet von:  
research tools, Esslingen am Neckar

August 2022

powered by:



# Informationen zur Studie

## Ausgewählte Key Facts:

- Die zehn analysierten Anbieter halten bis zu sechs Produkte zur Hausratversicherung in ihrem Produktportfolio.
- Zwei Versicherer profilieren sich in mehr als einem Nutzerprofil als jeweils günstigster Anbieter.
- Zwischen fünf und elf unterschiedliche Kontaktwege stellen die Anbieter zur Verfügung. Im Durchschnitt stehen die Serviceteams rund 63 Stunden pro Woche für Kundenanfragen zu Verfügung.
- Bei Telefonanfragen ist die Antwortqualität des Servicecenters durchgehend sehr gut, bei Mailanfragen hingegen zeigt sich mitunter deutliches Potenzial.
- Innerhalb eines Jahres haben die zehn analysierten Anbieter knapp zehn Millionen Euro für klassische mediale Werbung aufgewendet. Ein großer Teil der Werbeausgaben entfällt auf das Medium Internet.
- Alle Versicherer kommunizieren produktrelevante Inhalte über ihre Social Media-Kanäle. Insgesamt 72 Beiträge wurden innerhalb von zwölf Monaten zum Thema Hausratversicherung veröffentlicht.
- Die Ammerländer weist eine deutlich von den übrigen Versicherern abweichende Positionierung im Marketing-Mix auf.

# Informationen zur Studie

## Key Facts der Marketing-Mix-Bereiche:



# 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 **372 PowerPoint-Seiten**

als **PDF** und **PowerPoint-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 Hausratversicherungen

- Allianz
- Ammerländer
- AXA
- CHERRISK
- CosmosDirekt
- FRIDAY
- Gothaer
- HEB-Hausratversicherung
- Waldenburger
- WGV

# Informationen zur Studie

## Analysierte Anbieter:

**Allianz**

vordere Platzierungen  
in Suchmaschinen

**Ammerländer**

beste Präsenz in  
Vergleichsportalen

**AXA**

stärkster Impact auf  
Twitter

**CHERRISK**

zahlreiche Beiträge auf  
Facebook & Instagram

**CosmosDirekt**

längste Hotline-  
Betriebszeiten

**FRIDAY**

hohe Antwortqualität  
bei Onlineanfragen

**Gothaer**

Listungen in vielen  
Vergleichsportalen

**HEB-  
Hausratversicherung**

beste Servicecenter-  
Performance

**Waldenburger**

viele Alleinstellungen  
bei USPs

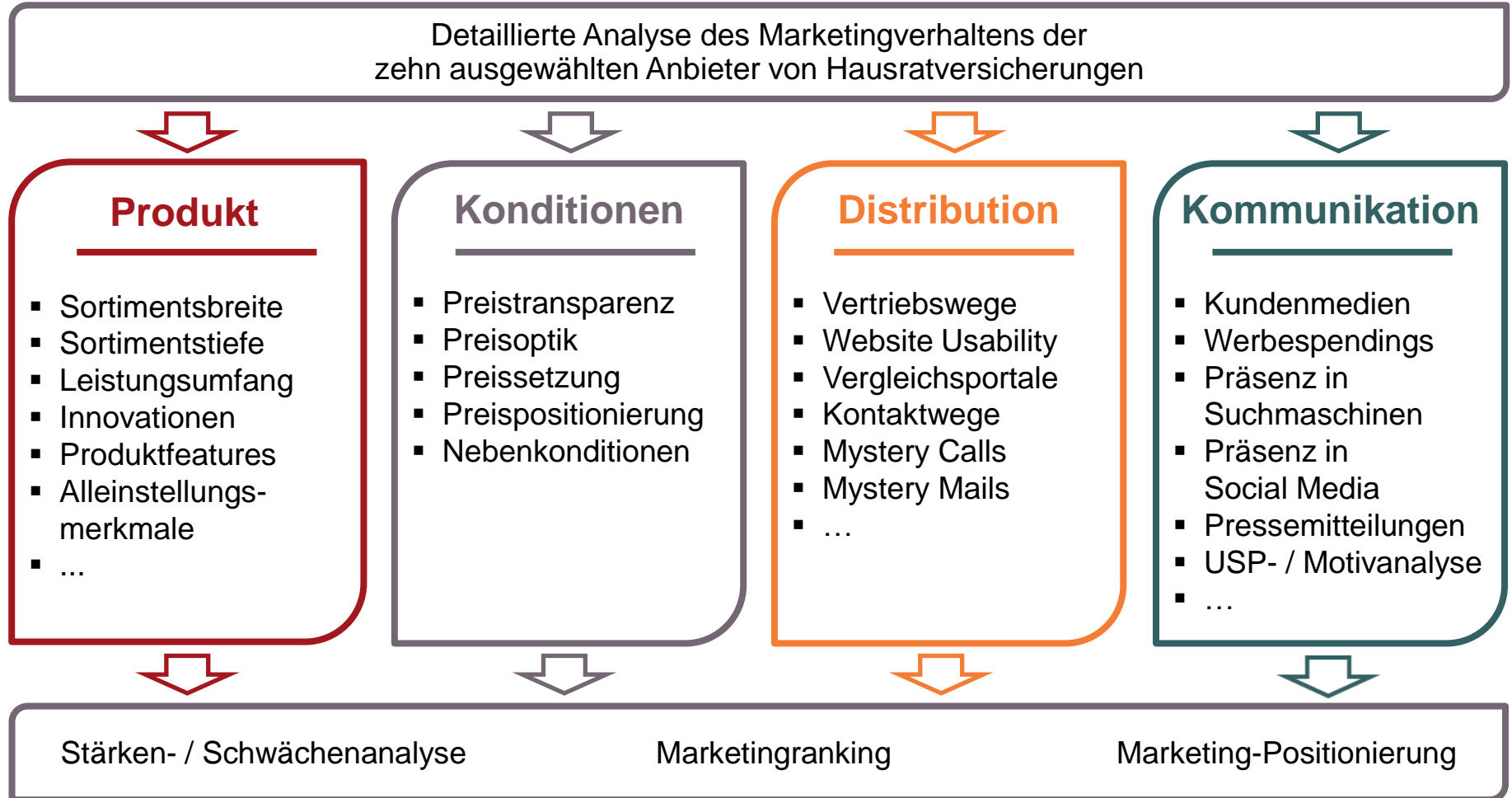
**WGV**

höchste Anzahl ange-  
botener Kontaktwege

Diese Studie analysiert im Bereich Altersvorsorge besonders marketing-aktive Anbieter. Basis der Anbieterauswahl ist eine Vorrecherche zu Produktportfolio, Pricing, Distribution und Kommunikation.

# Informationen zur Studie

## Konzeption:



# Informationen zur Studie

## Analysierte Aspekte:



# Informationen zur Studie

## Studieninhalte:

### Analysen:

- Produktportfolio-Vergleich, Produktleistungen, Auszeichnungen
- Beitragsniveau, Preispositionierung, Beiträge für zehn Nutzerprofile
- 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, Instagram, 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
- detaillierte Analyse von 29 Hausratversicherungsprodukten
- Beiträge für 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 verschiedenen Sekundärquellen. Hier sind insbesondere die kostenpflichtigen Daten von **AdVision digital** (Werbependings, Werbemotive) zu nennen. Die Studie ist im August 2022 erschienen.

**Preis:** Die 372 Seiten umfassende Studie kostet **3.600 EUR** zuzüglich Mehrwertsteuer.



# Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	7
➤ Forschungsdesign	18
➤ Produkt	21
▪ Übersicht	25
▪ Sortimentsbreite	26
Anzahl Produkte, Produktkategorie	
▪ Sortimentstiefe	29
Zielgruppen: Einzelpersonen, Paare, Familien, Studenten, Berufseinsteiger	
▪ Sortiment Optionen	30
Ergänzungsbausteine	
▪ Sortiment Pakete	33
Anzahl und Beschreibung	
▪ Innovationen	37
Naming, Alleinstellungen	
▪ Produktfeatures	40
Beworbene Leistungen auf der Produkthauptseite, Grad der Abdeckung versicherter Leistungen	
▪ Versicherungsumfang	77
Max. Versicherungssumme pro Leistung	
▪ Produktqualität	79
Auszeichnungen, Testberichte, Gütesiegel	



# Inhaltsverzeichnis

➤ Konditionen	89
▪ Übersicht	93
▪ Preistransparenz	94
Kanäle mit Preisinformationen, Beitragsrechner	
▪ Preisoptik	97
Designfeatures, Beiträge, Preisattribute, Usability	
▪ Preissetzung	104
Nutzungsprofile, Preisniveau, Preisgünstigkeit	
▪ Preispositionierung	113
Spanne der Ränge, Häufigkeit eines Rangplatzes im Bereich 1-5, mittlere Abweichung vom durchschnittlichen Rang, günstigster und teuerster Tarif, arithmetisches Mittel, Medianbeitrag	
▪ Nebenkonditionen	119
Hotline-Kosten, Vergünstigungen, Weitere Konditionenmaßnahmen	



# Inhaltsverzeichnis

➤ Distribution	124
▪ Übersicht	128
▪ Vertriebswege direkter Vertrieb	129
Filiale, Internet, Mobiler Vertrieb, Telefon, Software	
▪ Vertriebswege indirekter Vertrieb	133
Freundschaftswerbung und Vertriebspartner	
▪ Website	135
Usability: produktbezogene Benutzerfreundlichkeit; Features: produktbezogene Merkmale und Informationen; Positionierung: Positionierung der Anbieter	
▪ Vergleichsportal-Marketing	140
genutzte Portale, Platzierungen, Listungen, Anteile an Top10-Platzierungen	
▪ Kontaktwege	145
Filiale, Hotline, schriftliche, Social Media	
▪ Servicecenter-Performance bei Telefonanfragen	149
Hotlinezeiten, Mystery Calls zu Wartezeiten, Antwortqualität, Besonderheiten	
▪ Servicecenter-Performance bei Onlineanfragen	158
Formulareigenschaften, Mystery Mails zu Reaktionszeiten, Antwortqualität, Besonderheiten	
▪ Servicecenter-Performance insgesamt	167
Antwortqualität, Dauer der Warteschleife, Anteile an Features	



# Inhaltsverzeichnis

➤ Kommunikation	170
▪ Übersicht	176
▪ Website	177
Slogans, Nutzenargumente	
▪ Flyer und Prospekte	187
Formate, Inhalte, Motive	
▪ Kundenmedien	197
Kundenmagazin, Kundenportal, Newsletter, Blog, Forum	
▪ Werbung	205
Werbeaufwendungen: nach Mediengattungen, im Zeitverlauf; Werbemotive	
▪ Suchmaschinen	223
Organische Suchergebnisse und Paid Search, Punktwerte	
▪ Social Media & PR	240
Social Media Profile: Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, Influencer: Anzahl Influencer, Follower, Beiträge; PR: Pressemitteilungen Presseresonanz, Presseeffizienz, Kommunikationstiming	
▪ USP-Analyse	287
Verwendete USPs nach Medien, Positionierung, Konsistenz über die Medien, Alleinstellungen	
▪ Motivanalyse	296
Verwendete Motive nach Medien, Konsistenz über die Medien, Alleinstellungen	



# Inhaltsverzeichnis

➤ Stärken und Schwächen	311
➤ Marketingranking	327
▪ Produkt	331
▪ Konditionen	336
▪ Distribution	342
▪ Kommunikation	350
▪ Marketing-Mix gesamt	358
➤ Marketing-Positionierung	361
➤ Quellenverzeichnis	369
➤ Kontakt	371



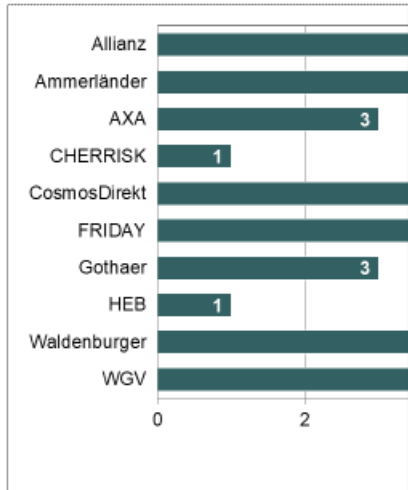
# Analysebeispiele (1)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Welche Leistungen werden verstärkt hervorgehoben?

### Produkt Sortimentsbreite

Anzahl Produkte der Haushaltsversicherung



Quelle: Website der Anbieter



### Produkt Produktfeatures

Beworbene Leistungen auf der Produkthauptseite

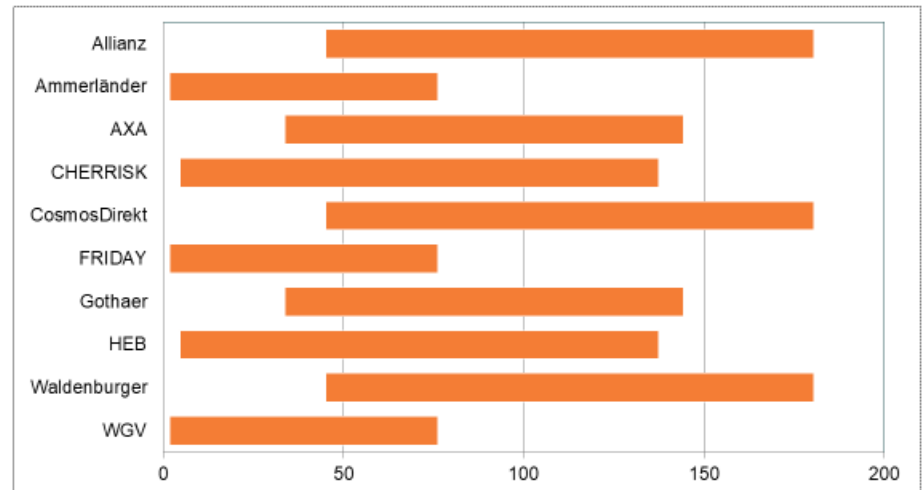
Anbieter	Produkt	Konditionen		
		1	2	3
Allianz	Komfort	x	x	>
AXA	Gut Versichert	x	x	>
AXA	Top-Schutz	x	x	>
CHERRISK	Hausratversicherung	x	x	>
CosmosDirekt	Basis-Schutz	x	>	
CosmosDirekt	Comfort-Schutz	x	>	
FRIDAY	Grunddeckung	x	>	
Gothaer	Premium			
HEB	Hausratvers.			
Waldenburger	Premium	x	>	

Quelle: Website der Anbieter



### Konditionen Preispositionierung

Spanne der Beiträge für eine Hausratversicherung (Angaben in Euro)



Quelle: research tools



Marketing-Mix-Analyse  
Hausratversicherung 2022

Welches Produktportfolio offerieren die Anbieter?

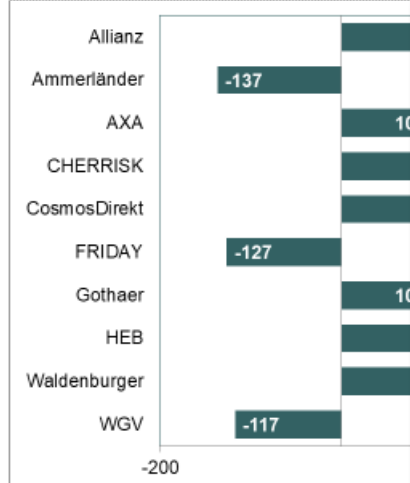


# Analysebeispiele (2)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Konditionen Preispositionierung

Summe der prozentualen Abweichungen vom mittleren Preisniveau über die Nutzungsprofile hinweg (Angaben in Prozent)



Quelle: research tools



### Distribution

Servicecenter-Performance bei Telefonanfragen

#### Telefonanfragen

Anbieter	Erster Kontakt	Anzahl Menu-schritte
FRIDAY	Bandansage	1
Gothaer	Bandansage	1
HEB	Persönlich	
Waldenburger	Bandansage	1
WGV	Bandansage	1

Quelle: research tools

research tools

Mit welchen Websites-Features punkten die Anbieter?

### Distribution

Website

#### Websites-Features

Anbieter	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
Allianz	x	x	x	x				x	x	x		x					x		x	
Ammerländer	x		x			x		x	x	x			x		x		x		x	
AXA	x	x	x	x	x	x		x	x	x		x	x		x	x	x		x	x
CHERRISK	x	x	x	x				x	x	x		x					x		x	
CosmosDirekt	x		x			x		x	x	x			x		x		x		x	
FRIDAY	x	x	x	x	x	x		x	x	x		x	x		x	x	x		x	x
Gothaer	x	x	x	x				x	x	x		x					x		x	
HEB	x		x			x		x	x	x			x		x		x		x	
Waldenburger	x	x	x	x	x	x		x	x	x		x	x		x	x	x		x	x
WGV	x	x	x	x				x	x	x		x					x		x	

Quelle: research tools



Marketing-Mix-Analyse  
Hausratversicherung 2022

Welche Anbieter überzeugen bei Kundenanfragen?

# Analysebeispiele (3)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Kommunikation

Suchmaschinen

Organische Platzierungen in Suchmaschinen (Angabe in Anzahl Platzierungen)

Anbieter	bing.de			
	1	2	3	4
Allianz	4	4		1
Ammerländer		1		
AXA	1			1
CHERRISK	4	4		1
CosmosDirekt		1		
FRIDAY	1			1
Gothaer	4	4		1
HEB-Hausrat.		1		
Waldenburger	1			1
WGV	4	4		1

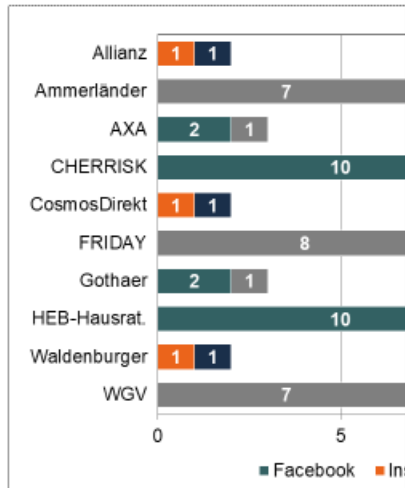
Quelle: research tools



### Kommunikation

Social Media & PR

Relevante Postings der Anbieter in den Social Media Kanälen (Anzahl der Postings)



Quelle: research tools

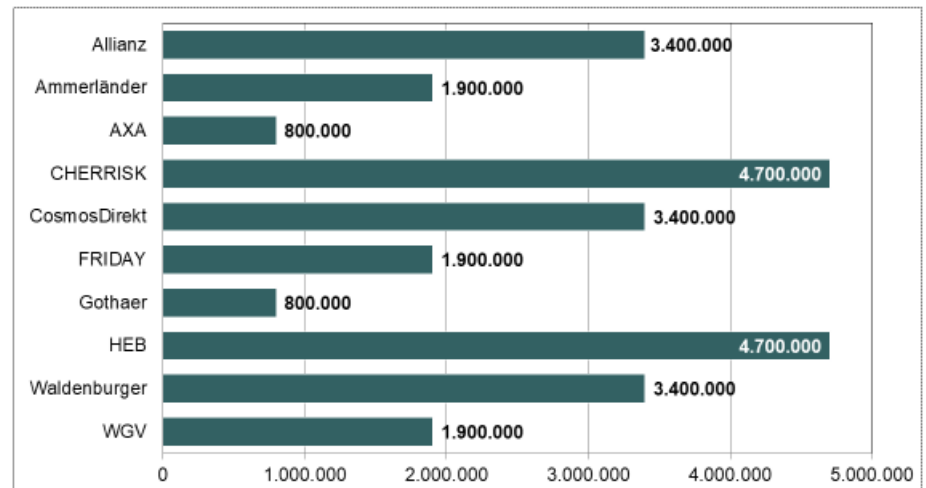


Welche Ausgaben für mediale Werbung tätigen die Anbieter?

### Kommunikation

Werbung

Werbeausgaben der Anbieter für Hausratversicherungen im Zeitraum Mai 2021 bis April 2022



Quelle: AdVision digital, Berechnung durch research tools



Marketing-Mix-Analyse  
Hausratversicherung 2022

Welche Präsenz zeigen die Anbieter in Suchmaschinen



# Analysebeispiele (4)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Kommunikation

Social Media & PR

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

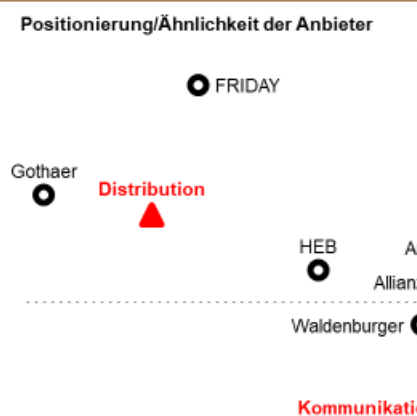
Anbieter	Facebook	Instagram	Twitter
Allianz	16,1	33,5	
Ammerländer	4,6		
AXA			9
CHERRISK	0,5	6,5	
CosmosDirect	16,1	33,5	
FRIDAY	4,6		
Gothaer			9
HEB-Hausrat.	0,5	6,5	
Waldenburger	16,1	33,5	
WGV	4,6		

Quelle: research tools; 1 Pressemitteilungen



### Marketing-Positionierung

Positionierung/Ähnlichkeit der Anbieter

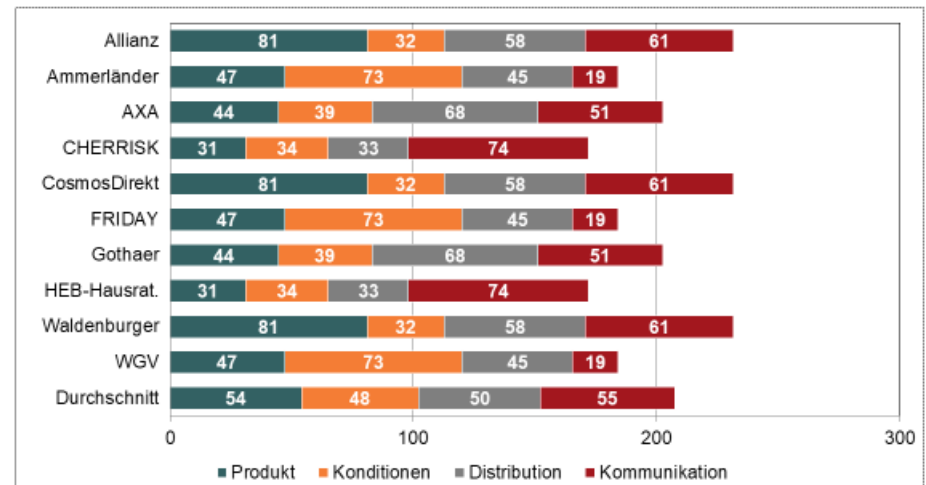


Welche Anbieter betreiben im Marketing-Mix hohen Aufwand?

### Marketingranking

Marketing-Mix gesamt

Marketing-Mix-Efforts (Angaben in Punkten)



In welchen PR-Medien weisen die Anbieter Stärken auf?

# 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 Hausratversicherung 2022.**

**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 Versicherungen 2022
- Studie eVisibility Versicherungen 2022
- Marketing-Mix-Analyse Berufsunfähigkeitsversicherung 2022
- Studie Social Media Ad Perception Versicherungen 2022
- Studie Social Media-Performance Krankenkassen 2022
- Werbemarktanalyse Unfallversicherung 2022

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. In der Studienreihe Marketing-Mix-Analysen wurden seit 2018 mehr als 30 Studien veröffentlicht.

