



#### Ausgewählte Key Facts:

- Die berücksichtigten Anbieter von Kfz-Versicherungen stellen zwischen drei und neun Produkte zur Verfügung.
- Die Analyse nutzerprofilabhängiger Beiträge weist einen Anbieter aus, der sich in über der Hälfte der 30 Nutzungsprofilen als günstigster Anbieter zeigt.
- Zwischen neun und 14 unterschiedliche Kontaktwege stellen die Anbieter zur Verfügung. Die Serviceteams von zwei Anbietern stehen täglich für Anfragen rund um die Uhr zu 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 Anbieter mehr als 50 Millionen Euro für klassische mediale Werbung aufgewendet. Ein Anbieter fällt dabei durch besonders hohe Investitionen auf.
- Alle zehn Anbieter unterhalten Profile auf Social Media Kanälen, neun davon nutzen ihre Kanäle zur Kommunikation produktrelevanter Inhalte. Insgesamt wurden mehr als einhundert relevante Beiträge innerhalb von zwölf Monaten veröffentlicht.



#### **Key Facts der Marketing-Mix-Bereiche:**





Top-Präsenz in Vergleichsportalen:



Top-Service beim telefonischen Kundendienst:



CosmosDirekt



größte Spanne bei Jahresbeiträgen:



**ADAC** 



Ø 107,9
Pressemeldungen

pro Anbieter p.a.

Ø 10,9 Postings in Social Media pro Anbieter



#### **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 342 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 Kfz-Versicherungen:

- ADAC
- AXA
- CosmosDirekt
- DA Direkt
- DEVK
- HDI
- HUK-Coburg
- Verti
- VHV
- WGV



#### **Analysierte Anbieter:**

ADAC

große Spanne bei Jahresbeiträgen **AXA** 

starke Portalperformance CosmosDirekt

hohe Antwortqualität bei Telefonanfragen **DA Direkt** 

starke Portalpräsenz

**DEVK** 

hohe Anzahl an Websitefeatures HDI

hohe Anzahl relevanter Pressemitteilungen **HUK-Coburg** 

hohe Werbespendings

Verti

starker Social Media Impact

**VHV** 

starke Portalpräsenz

WGV

geringe Spanne bei Jahresbeiträgen Diese Studie analysiert besonders marketingaktive Anbieter der Branche. Basis der Anbieterauswahl ist eine Vorrecherche zu Produktportfolio, Pricing, Distribution und Kommunikation.



#### Konzeption:

Detaillierte Analyse des Marketingverhaltens von zehn ausgewählten Anbietern von Kfz-Versicherungen



### **Produkt**

- Portfolio
- Kfz-Haftpflicht, Vollkasko, Teilkasko
- Versicherungssummen
- Produktfeatures
- Zielgruppen
- Auszeichnungen

**-** ...



- Beitragsrelevante Angaben
- Preisniveau
- Preispositionierung
- Beiträge für zehn Nutzerprofile
- Zusatzleistungen
- 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

#### Studieninhalte:

#### Analysen:

- Produktportfolio-Vergleich, Zielgruppen, Produktfeatures
- Preisniveau, 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, 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 69 Kfz-Versicherungen
- Versicherungen für 8 spezielle Fahrzeugtypen
- Beiträge für 10 Nutzerprofile
- 50 Mystery Calls,50 Mystery Mails
- Werbeausgaben und -motive in 5 Mediengatt.
- 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** (Werbespendings, Werbemotive) zu nennen. Die Studie ist im Februar 2018 erschienen.

Preis: Die 342 Seiten umfassende Studie kostet 3.600 EUR zuzüglich MwSt.



Management Summary	7
Forschungsdesign	14
Produkt	17
<ul> <li>Portfolio</li> </ul>	23
Anzahl Produkte, Produktarten	
<ul> <li>Produktportfolio spezielle Fahrzeugversicherungen</li> </ul>	29
<ul> <li>Produktfeatures PKW-Haftpflicht</li> </ul>	31
Versicherungssummen, Personensc <mark>häden, Mallorca Police, Umweltschadenversicherung,</mark> Schutzbrief	
<ul> <li>Produktfeatures Teilkaskoversicherungen</li> </ul>	36
Schaden Naturgewalt, Zusammenstoß mit Tieren, Fahrlässigkeit, Tierbiss, Neuwertentschädigung	
<ul> <li>Produktfeatures Vollkaskoversicherungen</li> </ul>	41
Unfallschaden, Vandalismus, Entschädigung für Gebrauchtfahrzeug	
<ul> <li>Weitere Produktfeatures</li> </ul>	46
<ul> <li>Besonderheiten</li> </ul>	53
<ul> <li>Auszeichnungen</li> </ul>	55
<ul> <li>Weitere Produktmaßnahmen</li> </ul>	59
<ul> <li>Alleinstellungsmerkmale</li> </ul>	61
	Forschungsdesign  Produkt  Portfolio Anzahl Produkte, Produktarten  Produktportfolio spezielle Fahrzeugversicherungen  Produktfeatures PKW-Haftpflicht Versicherungssummen, Personenschäden, Mallorca Police, Umweltschadenversicherung, Schutzbrief  Produktfeatures Teilkaskoversicherungen Schaden Naturgewalt, Zusammenstoß mit Tieren, Fahrlässigkeit, Tierbiss, Neuwertentschädigung  Produktfeatures Vollkaskoversicherungen Unfallschaden, Vandalismus, Entschädigung für Gebrauchtfahrzeug  Weitere Produktfeatures  Besonderheiten  Auszeichnungen  Weitere Produktmaßnahmen



>	Konditionen	63
	<ul> <li>Beitragsrelevante Angaben</li> </ul>	68
	<ul> <li>Beiträge</li> </ul>	72
	Preisvergleich für Nutzerprofile, Standard- und Premiumtarife, Ranking, Beitragsspannen	_
	<ul> <li>Zusatzleistungen</li> </ul>	91
	<ul> <li>Hotline</li> </ul>	95
	<ul> <li>Weitere Konditionenmaßnahmen</li> </ul>	97
	<ul> <li>Alleinstellungsmerkmale</li> </ul>	99
>	Distribution	101
	<ul> <li>Vertriebswege</li> </ul>	107
	Reisebüros, Internet, mobiler Vertrieb, Telefon	-
	<ul> <li>Vertriebsmodelle</li> </ul>	108
	Freundschaftswerbung, Vertriebspartner	
	<ul> <li>Wechselprämie</li> </ul>	110
	■ Website	111
	Usability, Features	

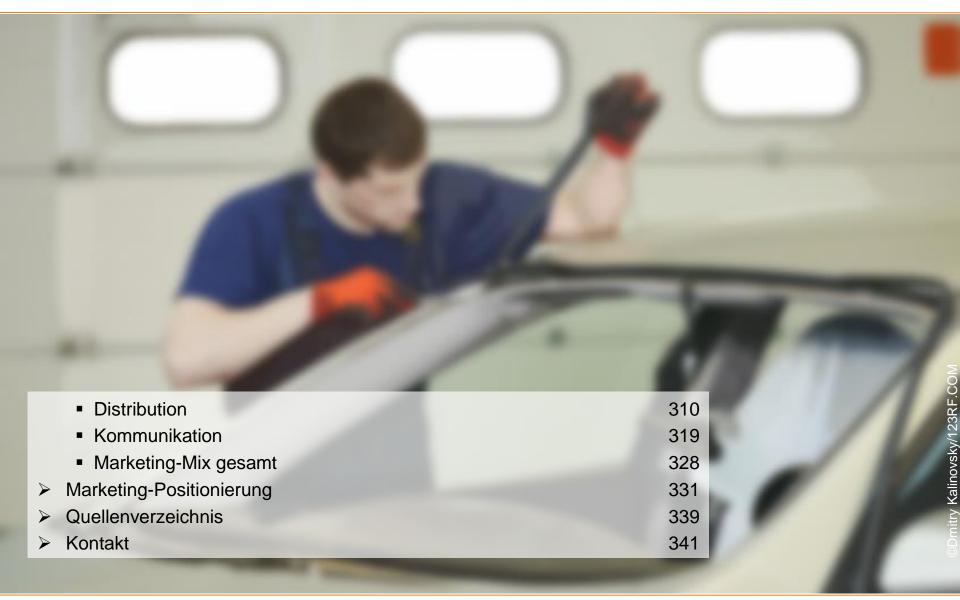


<ul> <li>Apps für mobile Endgeräte</li> </ul>	115	
<ul> <li>Kontaktmöglichkeiten</li> <li>Hotline, Filialen, schriftlicher Kontakt, Social Media</li> </ul>	118	
<ul> <li>Vergleichsportal-Marketing</li> <li>Vergleichsportale, Listungen, Platzierungen, Scoring</li> </ul>	125	
<ul> <li>Servicecenter-Performance Telefon</li> <li>Mystery Calls zu Wartezeiten, Antwortqualität, Besonderheiten</li> </ul>	136	
<ul> <li>Servicecenter-Performance Online</li> <li>50 Mystery Mails zu Reaktionszeiten, Antwortqualität, Besonderheiten</li> </ul>	141	
<ul> <li>Weitere Distributionsmaßnahmen</li> </ul>	154	
<ul> <li>Alleinstellungsmerkmale</li> </ul>	156	
Kommunikation	158	
<ul><li>Website</li><li>Slogans, Nutzenargumente</li></ul>	165	
<ul> <li>Flyer und Prospekte</li> <li>Formate, Inhalte, Motive</li> </ul>	175	
<ul> <li>Kundenmedien</li> <li>Kundenmagazin, Newsletter</li> </ul>	179	



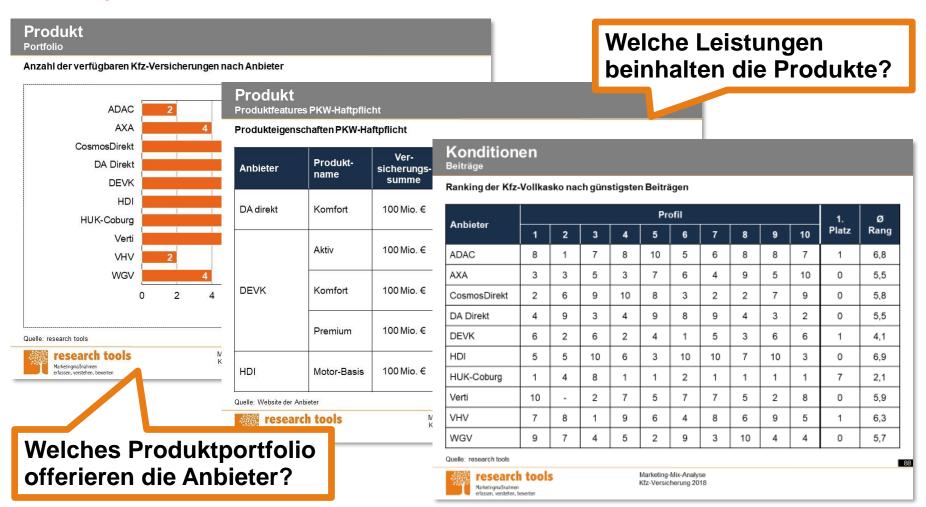
■ Werbung	180
Werbeaufwendungen nach Mediengattungen, im Zeitverlauf, wichtige Werbemotive	
<ul> <li>Suchmaschinen-Marketing</li> </ul>	197
Platzierung von Suchtreffern und Suchanzeigen, Scoring	
<ul> <li>Social Media-Marketing</li> </ul>	213
Blog, Forum, Facebook, Google+, Twitter, YouTube, Scoring	
<ul> <li>Public Relations</li> </ul>	235
Pressemitteilungen, Presseresonanz, Presseeffizienz	
<ul> <li>USP-Analyse</li> </ul>	250
Verwendete USPs nach Medien, Konsistenz über die Medien, Alleinstellungen	
<ul> <li>Motivanalyse</li> </ul>	265
Verwendete Motive nach Medien, Konsistenz über die Medien, Alleinstellungen	
<ul> <li>Weitere Kommunikationsmaßnahmen</li> </ul>	278
<ul> <li>Alleinstellungsmerkmale</li> </ul>	279
Stärken und Schwächen	281
Marketingranking	295
■ Produkt	298
<ul><li>Konditionen</li></ul>	304
	<ul> <li>Werbeaufwendungen nach Mediengattungen, im Zeitverlauf, wichtige Werbemotive</li> <li>Suchmaschinen-Marketing Platzierung von Suchtreffern und Suchanzeigen, Scoring</li> <li>Social Media-Marketing Blog, Forum, Facebook, Google+, Twitter, YouTube, Scoring</li> <li>Public Relations Pressemitteilungen, Presseresonanz, Presseeffizienz</li> <li>USP-Analyse Verwendete USPs nach Medien, Konsistenz über die Medien, Alleinstellungen</li> <li>Motivanalyse Verwendete Motive nach Medien, Konsistenz über die Medien, Alleinstellungen</li> <li>Weitere Kommunikationsmaßnahmen</li> <li>Alleinstellungsmerkmale</li> <li>Stärken und Schwächen</li> <li>Marketingranking</li> <li>Produkt</li> </ul>







## Beispielseiten (1)



## Beispielseiten (2)



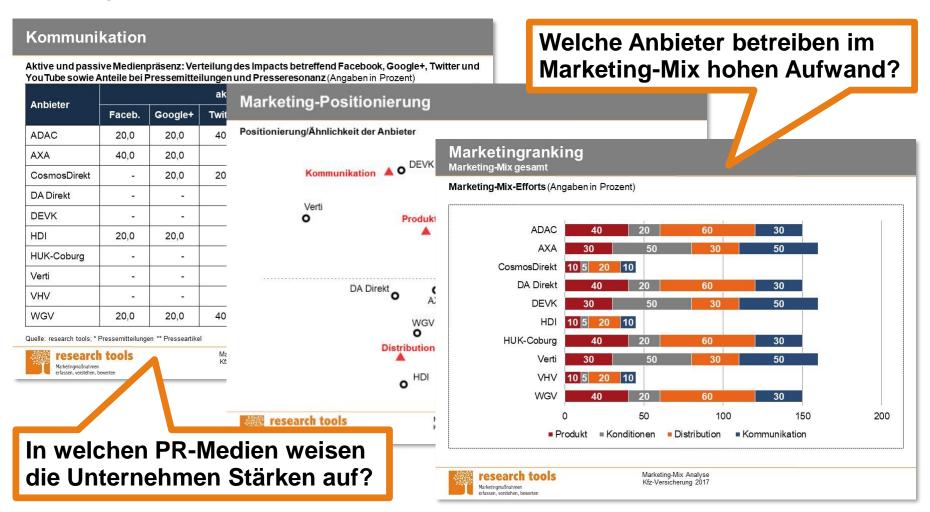


## Beispielseiten (3)





## Beispielseiten (4)





### Bestellformular

Ihre Bestellun	a nehmen v	vir gerne pe	er formloser	· F-Mail ode	r mit ausgefüllte	em Bestellformula	r entaeaen
nne Destenan	g nonnon v	vii goille pe		L Man oac	i iiiit aasgorante		i chigogon.

E-Mail: <u>uwe.matzner@research-tools.net</u>

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 Kfz-Versicherung 2018.

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:

- Marketing-Mix-Analyse Rechtsschutzversicherung 2017
- Marketing-Mix-Analyse Pflegezusatzversicherung 2017
- Studie Vergleichsportal-Marketing Versicherungen 2017
- Marketing-Mix-Analyse Haftpflichtversicherung 2017
- Werbemarktanalyse Direktversicherungen 2017
- Studie eVisibility Versicherungen 2017

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. Zur Versicherungsbranche erschienen seit 2014 über 20 Studien. In der Studienreihe Marketing-Mix-Analysen erschienen seit 2015 über 40 Studien.













