

+++ ADAC +++ Advocard +++ Allianz +++ ARAG +++ DEURAG +++ ERGO +++ KS/Auxilia +++ ÖRAG +++  
ROLAND +++ Zurich +++ ADAC +++ Advocard +++ Allianz +++ ARAG +++ DEURAG +++ ERGO +++ KS/Auxili

Studiensteckbrief

# Marketing-Mix-Analyse Rechtsschutzversicherung 2020

erarbeitet von:  
research tools, Esslingen am Neckar

Februar 2020

powered by:



**research tools**

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Marketing-Mix-Analyse  
Rechtsschutzversicherung 2020

# Informationen zur Studie

## Ausgewählte Key Facts:

- Die zehn analysierten Versicherer stellen zwischen zwei und 33 Rechtsschutzversicherungsprodukte zu Verfügung.
- Der Privatkunde kann bei allen Anbietern zwischen unterschiedlichen Niveaustufen wählen.
- In der Analyse nutzerprofilabhängiger Beiträge präsentieren sich fünf Anbieter mindestens in einem Kundenprofil als Versicherer mit dem günstigsten Beitrag.
- Zwischen vier und elf unterschiedliche Kontaktwege stellen die Anbieter zur Verfügung. Im Durchschnitt stehen die Serviceteams der Unternehmen an 78 Stunden pro Woche für Kundenfragen zu Verfügung.
- Die Antwortqualität des Kundendienstes liegt bei Telefonanfragen deutlich höher als bei per E-Mail eingereichten Fragen.
- Innerhalb eines Jahres haben die zehn analysierten Anbieter 4,4 Millionen Euro für klassische mediale Werbung aufgewendet. Über die Hälfte dieser Ausgaben entfallen auf TV-Spots.
- Sechs der zehn Versicherer kommunizieren produktrelevante Inhalte über ihre Social Media-Kanäle. Durchschnittlich 10 Beiträge wurden innerhalb von zwölf Monaten zum Thema Rechtsschutz veröffentlicht.

# Informationen zur Studie

## Key Facts der Marketing-Mix-Bereiche:



**Product**

➤ **Ø 11,1**  
Rechtsschutz-  
versicherungen  
pro Anbieter



Top-Service  
Kundendienst:

➤ **KS/Auxilia**



**Place**

höchste Anzahl angebotener  
Kontaktwege: ➤ **ARAG**

### Marketing-Mix Rechtsschutzversicherung



**Price**

häufig günstiger  
Versicherer:

➤ **ÖRAG**

➤ **Ø 23,4** Pressemeldungen  
pro Anbieter p.a.

➤ **Ø 10,0** 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 **406 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 Rechtsschutz- versicherungen

- ADAC
- Advocard
- Allianz
- ARAG
- DEURAG
- ERGO
- KS/Auxilia
- ÖRAG
- ROLAND
- Zurich

# Informationen zur Studie

## Analysierte Anbieter:

**ADAC**

hoher Anteil an TV-Werbung

**Advocard**

hohe Antwortqualität bei Telefonanfragen

**Allianz**

starke Präsenz in Suchmaschinen

**ARAG**

hohe mediale Werbeausgaben

**DEURAG**

große Spanne bei den Beiträgen

**ERGO**

hohe Anzahl relevanter Pressemeldungen

**KS/Auxilia**

hohe Anzahl an Beiträgen in Twitter

**ÖRAG**

häufig günstiger Versicherer

**ROLAND**

starke Präsenz in Vergleichsportalen

**Zurich**

viele Alleinstellungen bei der Motivanalyse

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

# Informationen zur Studie

## Konzeption:

Detaillierte Analyse des Marketingverhaltens der zehn ausgewählten Anbieter von Rechtsschutzversicherungen

### Produkt

- Sortimentsbreite
- Sortimentstiefe
- Innovationen
- Produktfeatures
- Produktqualität
- weitere Produktmaßnahmen

### Konditionen

- Preistransparenz
- Preisoptik
- Preissetzung
- Preispositionierung
- Nebenkonditionen

### 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
- Jahresbeiträge, 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 111 Rechtsschutzversicherungen
- 10 Preisspannen der Jahresgebühren
- 15 analysierte Vergleichsportale
- 50 Mystery Calls, 50 Mystery Mails
- Werbeausgaben und -motive in 5 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 Februar 2020 erschienen.

**Preis:** Die 406 Seiten umfassende Studie kostet **3.600 EUR** zuzüglich Mehrwertsteuer.

# Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	6
➤ Forschungsdesign	15
➤ Produkt	18
▪ Sortimentsbreite	25
Anzahl Produkte/Pakete/Bausteine, Privatkunde, Geschäftskunde	
▪ Sortimentstiefe	88
Zielgruppen: Einzelpersonen/Alleinstehende, Paare, Familien, Senioren, Studenten/Auszubildende/ junge Personen, Mieter, Vermieter, Angestellter, Selbständige, Bauherren, Manager, Landwirte, Ärzte u. Heilberufe, Führungskräfte, Firmen/Unternehmen, Vereine	
▪ Innovationen	90
Naming	
▪ Produktfeatures	91
Fokus Privatrechtsschutz, Fokus Firmen/Gewerbe, Rechtsberatung, Mitversicherte Personen, Deckungssumme, Strafkautions,	
▪ Produktqualität	123
Auszeichnungen, Testberichte, Gütesiegel	
▪ weitere Produktmaßnahmen	132





# Inhaltsverzeichnis

➤	<b>Konditionen</b>	134
▪	<b>Preistransparenz</b>	139
	Kanäle mit Preisinformationen	
▪	<b>Preisoptik</b>	142
	Designfeatures, Beiträge, Preisattribute, Usability	
▪	<b>Preissetzung</b>	148
	Nutzungsprofile, Ranking nach günstigsten Beiträgen, Erstplatzierung	
▪	<b>Preispositionierung</b>	158
	Spanne der Ränge, Mittlere Abweichung vom durchschnittlichen Rang, Spanne der Beiträge	
▪	<b>Nebenkonditionen</b>	163
	Hotline-Kosten, Vergünstigungen, weitere Konditionenmaßnahmen	
➤	<b>Distribution</b>	168
▪	<b>Vertriebswege direkter Vertrieb</b>	174
	Filiale, Online, Mobiler Vertrieb, Telefon, Betriebssysteme	
▪	<b>Vertriebswege indirekter Vertrieb</b>	178
	Freundschaftswerbung und Vertriebspartner	
▪	<b>Website Usability</b>	180
▪	<b>Website Features</b>	181
▪	<b>Vergleichsportal-Marketing</b>	184
	Platzierungen, Listung, Portalpräsenz	



# Inhaltsverzeichnis

▪ Kontaktwege	189
▪ Servicecenter-Performance bei Telefonanfragen	193
Telefonanfragen: Hotlinezeiten, Mystery Calls zu Wartezeiten, Antwortqualität, Besonderheiten	
▪ Servicecenter-Performance bei Onlineanfragen	202
Onlineanfragen: Formulareigenschaften, Mystery Mails zu Reaktionszeiten, Antwortqualität, Besonderheiten	
▪ Servicecenter-Performance insgesamt	211
➤ Kommunikation	214
▪ Website	222
Slogans, Nutzenargumente	
▪ Flyer und Prospekte	232
Formate, Inhalte, Motive	
▪ Kundenmedien	242
Kundenmagazin, Newsletter, Blog, Forum	
▪ Werbung	243
Werbeausgaben, Werbemotive	
▪ Suchmaschinen	256
Organische Suchergebnisse und Paid Search	
▪ Social Media & PR	281
Social Media: Facebook, YouTube; Influencer; PR: Pressemitteilungen, Presseresonanz, Presseeffizienz, Kommunikationstiming	



# Inhaltsverzeichnis

▪ USP-Analyse	317
Verwendete USPs nach Medien, Konsistenz über die Medien, Alleinstellungen	
▪ Motivanalyse	332
Verwendete Motive nach Medien, Konsistenz über die Medien, Alleinstellungen	
➤ Stärken und Schwächen	345
➤ Marketingranking	359
▪ Produkt	362
▪ Konditionen	369
▪ Distribution	375
▪ Kommunikation	383
▪ Marketing-Mix gesamt	392
➤ Marketing-Positionierung	395
➤ Quellenverzeichnis	403
➤ Kontakt	405

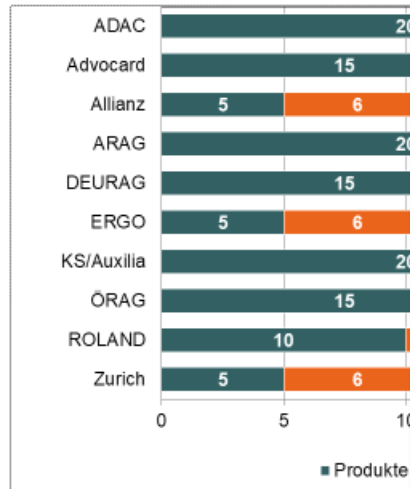


# Analysebeispiele (1)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Produkt Sortimentsbreite

Anzahl kommunizierter Produkte/Pakete/Bausteine



Quelle: Website der Anbieter



### Produkt Produktfeatures

Kommunizierte Produktfeatures Hauptprodukt (Fokus: Privatrechtsschutz)

Anbieter	Produkt	1
ERGO	Produkt 1	
KS/Auxilia	Produkt 1	
ÖRAG	Produkt 1	
ROLAND	Produkt 1	x
Zurich	Produkt 1	

Quelle: Website der Anbieter, Klammer: zubuchbar, durch entweder

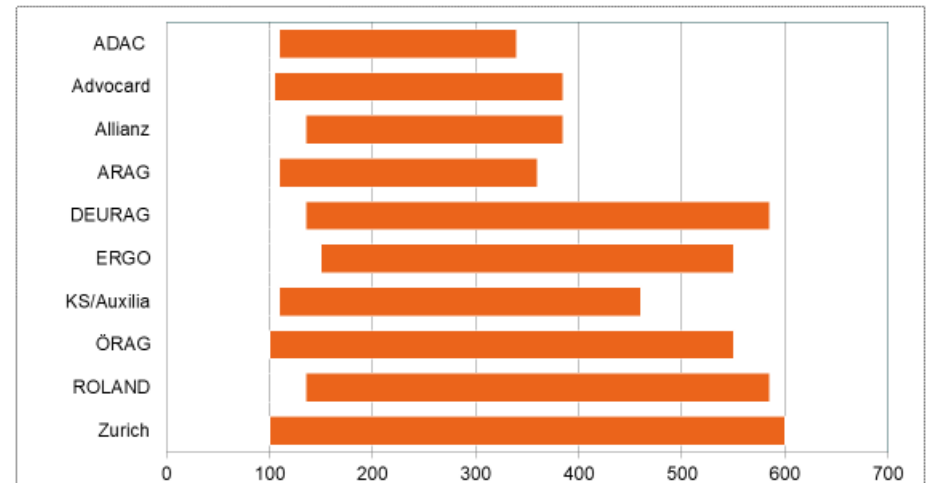


Welche Produktleistungen nennen die Unternehmen?

Welches Produktportfolio offerieren die Anbieter?

### Konditionen Preispositionierung

Preisspanne der Jahresgebühr\* bei Kreditkarten für Privatkunden (Angaben in Euro)



Quelle: research tools \* ohne Kooperationskarten, Vergünstigungen wurden nicht berücksichtigt



Marketing-Mix-Analyse  
Rechtsschutzversicherung 2020

# Analysebeispiele (2)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Konditionen Preissetzung

Jährliche Beiträge für Rechtsschutzversicherung nach Nutzungsprofilen (Angaben in Euro)

Anbieter	1	2
ADAC	200,00	200,00
Advocard	250,00	180,00
Allianz	300,00	150,00
ARAG	200,00	200,00
DEURAG	250,00	180,00
ERGO	300,00	150,00
KS/Auxilia	200,00	200,00
ÖRAG	250,00	180,00
ROLAND	300,00	150,00
Zurich	200,00	200,00

Quelle: Website der Anbieter



### Distribution Vergleichsportal-Marketing

Platzierungen in Vergleichsportalen (Angabe: Rang)

Anbieter	1	2	3	4	5	6	7
ADAC	15	9			15	19	1
Advocard	5	2		5	5	12	1
Allianz		12					1 1
ARAG	7	5	2		7	5	1
DEURAG	6	1		6	6	11	
ERGO			1			3	
KS/Auxilia	8				8		
ÖRAG	3	3		8	3	13	
ROLAND	14				14		
Zurich	4	10			4	10	

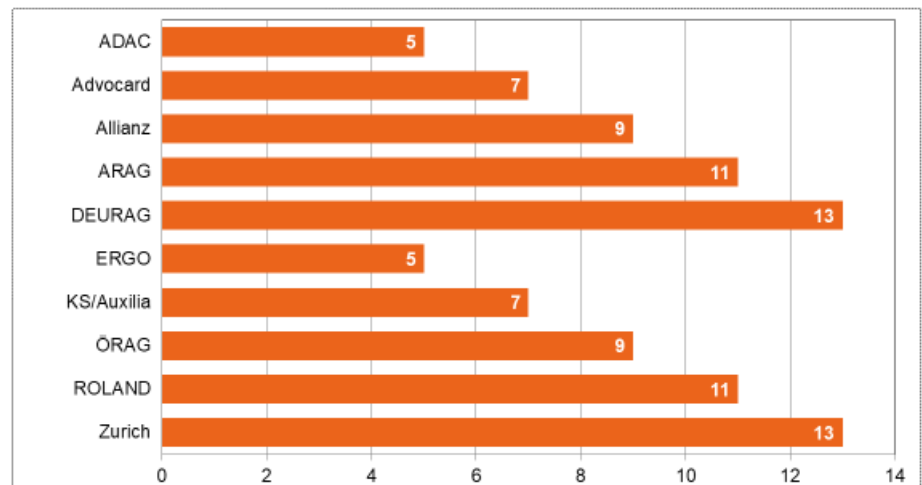
Quelle: research tools



Welche Anbieter punkten durch ihre Vergleichsportalpräsenz?

### Distribution Kontaktwege

Anzahl der angebotenen Kontaktwege



Quelle: Website der Anbieter



Marketing-Mix-Analyse  
Rechtsschutzversicherung 2020

Welche Versicherer profilieren sich mit günstigen Beiträgen?

# Analysebeispiele (3)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Kommunikation Suchmaschinen

Platzierungen in Suchmaschinen (Angabe in Anzahl Platzierungen)

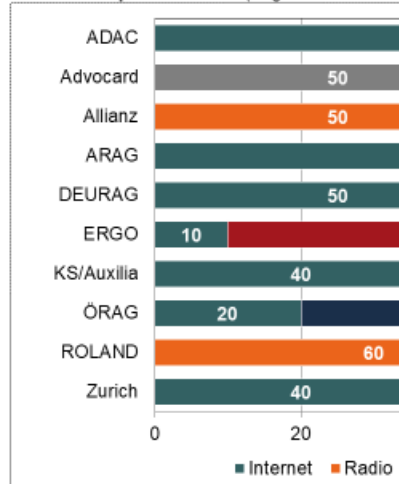
Anbieter	bing.de			
	1	2	3	4
ADAC	2		2	
Advocard		1		1
Allianz	2		2	
ARAG		1		1
DEURAG	2		2	
ERGO		1		1
KS/Auxilia	2		2	
ÖRAG		1		1
ROLAND	2		2	
Zurich		1		1

Quelle: research tools



### Kommunikation Werbung

Verteilung der Werbeausgaben für Kreditkarten auf die Medien nach Anbieter im Zeitraum Oktober 2018 und September 2019 (Angaben in Prozent)



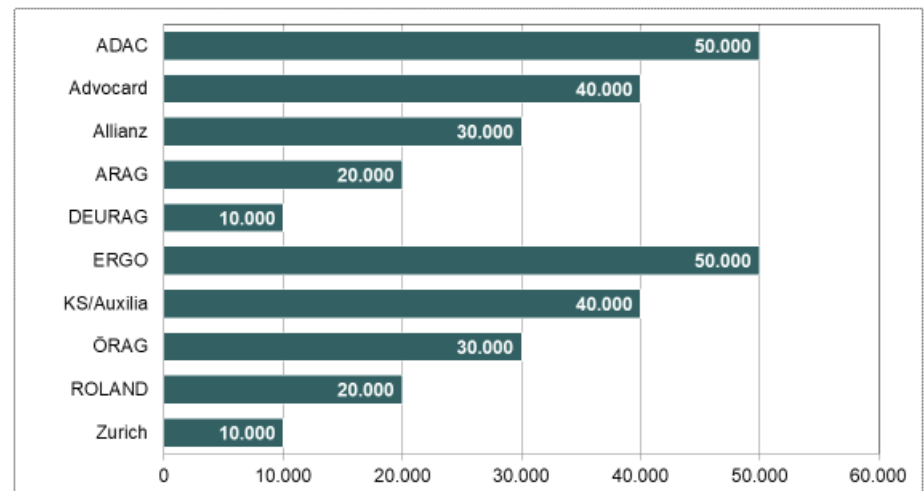
Quelle: AdVision digital, Berechnung durch research tools



Welche Ausgaben für mediale Werbung tätigen die Unternehmen?

### Kommunikation Werbung

Werbeausgaben der Anbieter für Kreditkarten im Zeitraum Oktober 2018 und September 2019



Quelle: AdVision digital, Berechnung durch research tools



Marketing-Mix-Analyse  
Rechtsschutzversicherung 2020

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, Twitter und YouTube sowie Anteile bei Pressemitteilungen und Presseresonanz (Angaben in Prozent)

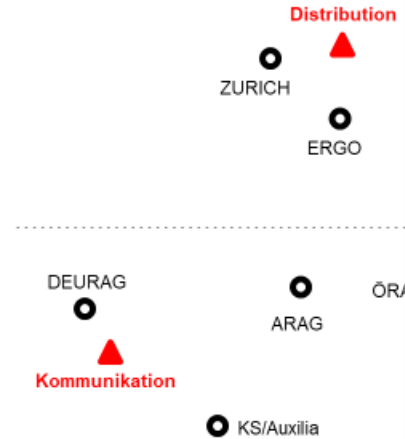
Anbieter	Facebook	Twitter
ADAC	5,0	15,0
Advocard	15,0	5,0
Allianz	5,0	15,0
ARAG	15,0	5,0
DEURAG	5,0	15,0
ERGO	15,0	5,0
KS/Auxilia	5,0	15,0
ÖRAG	15,0	5,0
ROLAND	5,0	15,0
Zurich	15,0	5,0

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



### Marketing-Positionierung

Positionierung/Ähnlichkeit der Anbieter

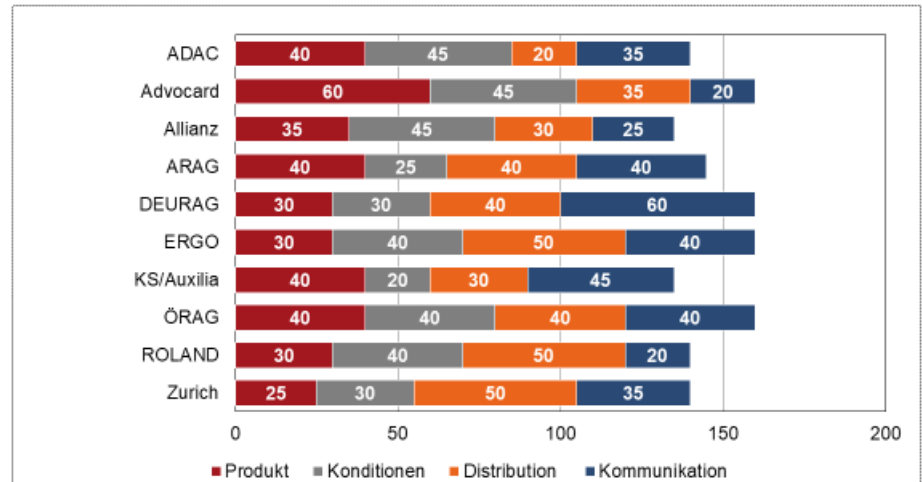


Welche Anbieter betreiben im Marketing-Mix hohen Aufwand?

### Marketingranking

Marketing-Mix gesamt

Marketing-Mix-Efforts (Angaben in Prozent)



In welchen PR-Medien weisen die Unternehmen Stärken auf?



Marketing-Mix-Analyse  
Rechtsschutzversicherung 2020

# 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 Rechtsschutzversicherung 2020.**

**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:

- Studie Versicherungs-Zielgruppe Onebrander 2020
- Studie Versicherungs-Zielgr. Auszub. & Studierende 2019
- Marketing-Mix-Analyse Haftpflichtversicherung 2019
- Studie Versicherungs-Zielgruppe Brandhopper 2019
- Studie Kundenpfade Versicherungen 2019
- Studie eVisibility Versicherungen 2019

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. Zur Versicherungsbranche erschienen seit 2017 über 30 Studien. In der Studienreihe Marketing-Mix-Analysen wurden seit 2016 mehr als 40 Studien veröffentlicht.

