

+++ ADAC +++ Allianz +++ Asano +++ Barmenia +++ ERV +++ Europ Assistance +++ HanseMercur +++ Sign  
al Iduna +++ TravelSecure +++ Union Reiseversicherung +++ ADAC +++ Allianz +++ Asano +++ Barmenia +++

Studiensteckbrief

# Marketing-Mix-Analyse Reiseversicherung 2016

erarbeitet von:  
research tools, Esslingen am Neckar

Februar 2016

powered by:



**research tools**

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Marketing-Mix-Analyse  
Reiseversicherung 2016

## Ausgewählte Ergebnisse:

- Die berücksichtigten Anbieter von Reiseversicherungen verfügen über sechs bis 41 Reiseversicherungsprodukte in den Kategorien Gepäckversicherung, Reisekrankenversicherung und Reiserücktrittsversicherung.
- Teilweise verlangt der teuerste Anbieter mehr als dreimal so hohe Versicherungsbeiträge wie der günstigste Anbieter.
- Drei Versicherungsgesellschaften fallen hinsichtlich ihrer Performance in Vergleichsportalen beträchtlich gegenüber ihren Mitbewerbern ab.
- Deutliche Unterschiede bestehen hinsichtlich der Qualität des Kundendienstes. Nur ein Anbieter beantwortet alle per E-Mail eingereichten Anfragen vollständig. Bei Telefonanfragen hingegen überzeugt die Hälfte der Versicherer.
- Ein Versicherer investiert erheblich mehr in mediale Kommunikation als die übrigen Anbieter.
- Neun der zehn Anbieter unterhalten Profile auf Social Media Kanälen. Drei Versicherer verzichten allerdings auf das Posten von reiseversicherungsrelevanten Inhalten.

# Informationen zur Studie

## Wichtigste USPs:

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

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

ganzheitliche Wettbewerbsanalyse aus **Anbietersicht**

alle Information auf **416 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
- Asano
- Barmenia
- ERV
- Europ Assistance
- HanseMercur
- Signal Iduna
- TravelSecure
- URV

# Informationen zur Studie

Detaillierte Analyse des Marketingverhaltens  
von zehn ausgewählten Anbietern von Reiseversicherungen

## Produkt

- Portfolio
- Versicherungsumfang
- Zielgruppen
- weitere Produktfeatures
- Auszeichnungen
- Alleinstellungen
- ...

## Konditionen

- Beitragsrelevante Angaben
- Beiträge nach Nutzungsprofilen
- Ranking der Beiträge
- Optionen
- Hotline-Gebühren
- ...

## Distribution

- Vertriebskanäle
- Vertriebspartner
- Hotline
- Websitefeatures
- Kontaktwege
- Präsenz in Vergleichsportalen
- Mystery Calls / 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
- Vergleichsanalyse der versicherten Leistungen
- Beitragsvergleiche anhand von Nutzungsprofilen
- Positionierung in Vergleichsportalen und Suchmaschinen
- Auswertung von 50 Telefonanfragen bei den untersuchten Anbietern
- Auswertung von 50 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 416 Seiten umfassende Studie kostet 3.400 EUR** zuzüglich MwSt.

## Die Studie in Zahlen:

- 153 im Detail analysierte Reiseversicherungsprodukte
- Preisanalyse mit 100 Jahresbeiträgen (10 Kundenprofile)
- 27 analysierte Vergleichsportale
- 50 Mystery Calls, 50 Mystery Mails
- Werbeausgaben und Werbemotive in 4 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 Februar 2016 erschienen.

# Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	6
➤ Forschungsdesign	15
➤ Produkt	18
▪ Produktportfolio: Reisekranken-, Reiserücktritt-, Gepäckversicherung	24
▪ Produktportfolio Zielgruppen	26
▪ Optionen	30
▪ weitere Produkte	37
▪ Versicherungsumfang: Reisekranken-, Reiserücktritt-, Gepäckvers.	41
▪ Versicherungsumfang im Detail	57
▪ Auszeichnungen	121
▪ weitere Produktmaßnahmen	126
▪ Alleinstellungsmerkmale	131
➤ Konditionen	133
▪ Beitragsrelevante Angaben	138
▪ Beiträge	140



# Inhaltsverzeichnis

▪ weitere Artikel	148
▪ Hotline-Gebühren	150
▪ weitere Konditionenmaßnahmen	152
▪ Alleinstellungsmerkmale	157
➤ Distribution	159
▪ Vertriebswege	167
▪ Freundschaftswerbung	168
▪ Website	170
▪ Apps für mobile Endgeräte	176
▪ Kontaktmöglichkeiten	179
▪ Präsenz in Vergleichsportalen	184
▪ Servicecenter-Performance bei Telefonanfragen	198
▪ Servicecenter-Performance bei Onlineanfragen	203
▪ weitere Distributionsmaßnahmen	215
▪ Alleinstellungsmerkmale	220



# Inhaltsverzeichnis

➤ Kommunikation	222
▪ Website	232
▪ Flyer und Prospekte	242
▪ Kundenmedien	251
▪ Werbeaufwendungen	252
▪ Werbemotive	260
▪ Präsenz in Suchmaschinen	266
▪ Präsenz in Social Media	281
▪ Pressemitteilungen	309
▪ Presseresonanz	319
▪ Presseeffizienz	322
▪ USP-Analyse	323
▪ Motivanalyse	338
▪ weitere Kommunikationsmaßnahmen	350
▪ Alleinstellungsmerkmale	355



# Inhaltsverzeichnis

➤ Stärken und Schwächen	357
➤ Marketingranking	371
▪ Produkt	375
▪ Konditionen	380
▪ Distribution	385
▪ Kommunikation	393
▪ Übersicht Marketing-Mix	402
▪ Marketing-Mix gesamt	403
➤ Marketing-Positionierung	405
➤ Quellenverzeichnis	413
➤ Kontakt	415

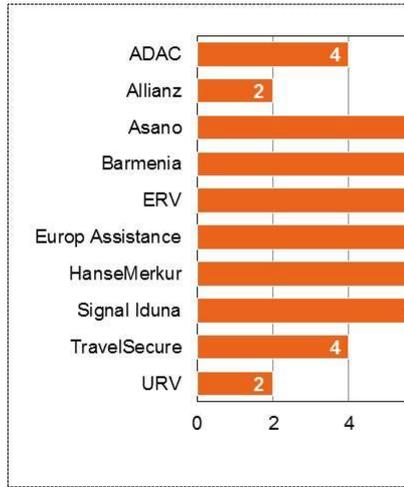


# Beispielseiten (1)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Produkt Portfolio

Anzahl der Produkte in der Kategorie Reiseversicherung und Tarife der untersuchten Anbieter



Quelle: research tools



### Produkt

Produktportfolio Zielgruppen

Reise-Rücktrittversicherung aufgeteilt nach Zielgruppen

Anbieter	Konditionen Beiträge		
	Einzel	Paare	Fami
ADAC	x		x
Allianz	x	x	x
Asano	x		x
Barmenia	x	x	x
ERV	x		x
Europ Assistance	x	x	x
HanseMerkur	x		x
Signal Iduna	x	x	x
TravelSecure	x		x
URV	x	x	x

Quelle: Website der Anbieter, \* Praktikanten, Schüler, Au Pair



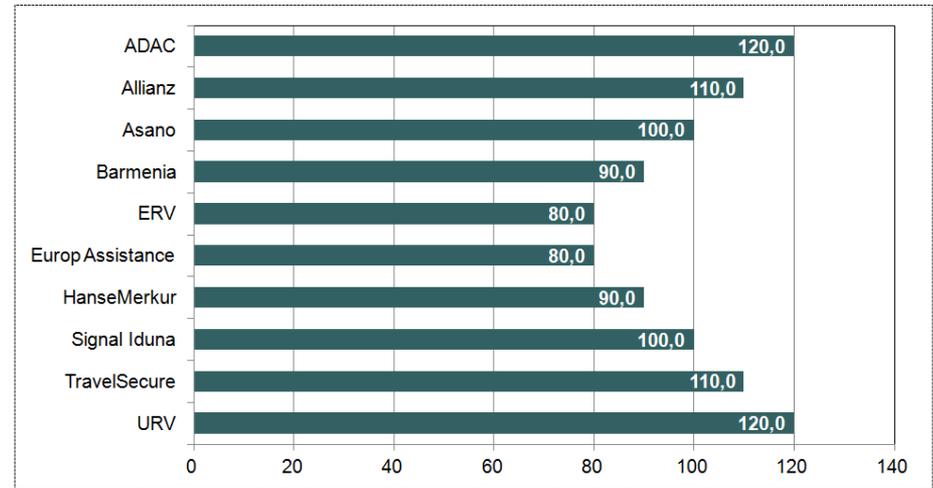
Mar Re

Welche Mittelwerte ergeben sich bei den Beiträgen der Reiseversicherungen ?

### Konditionen Beiträge

Beiträge

Beiträge Reiseversicherung (Medianwert über alle zehn Profile, Angaben in Euro)



Welches Produktportfolio offerieren die Versicherer?

# Beispielseiten (2)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Konditionen

Beitragsrelevante Angaben

Angaben, die von Beitragsrechner abgefragt werden

Anbieter	1	2	3	4
ADAC	x			
Allianz	x	x		
Asano	x	x	x	
Barmenia	x	x	x	x
ERV	x	x	x	x
Europ Assistance	x	x	x	x
HanseMerkur	x	x	x	
Signal Iduna				
TravelSecure	x	x		
URV	x			

Quelle: Website der Anbieter



### Distribution

Beratungs- und Verkaufsprozess bei Telefonanfragen

#### Telefonanfragen

Anbieter	Erster Kontakt	Zeit in War schleife
Europ Ass.	Bandansage	0:20-4:32 r Ø 2:30 m
HanseMerkur	persönlich	-
Signal Iduna	Bandansage	0:20-4:32 r Ø 2:30 m
TravelSecure	Bandansage	0:20-4:32 r Ø 2:30 m
URV	persönlich	-

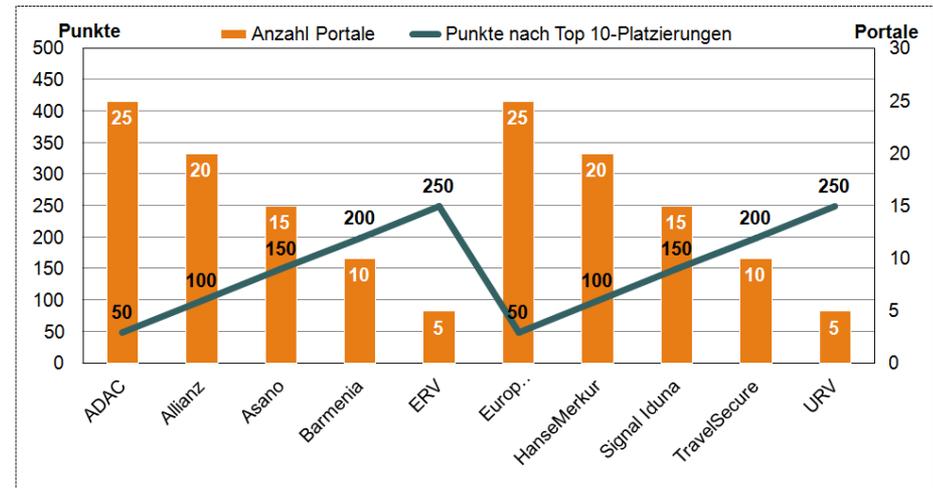
Ma  
Reis

Welche Versicherer profilieren sich durch gute Vergleichsportalphäsenz?

### Distribution

Präsenz in Vergleichsportalen

Portalpräsenz bei Reiserücktrittversicherung nach Versicherungsgesellschaften



Quelle: research tools



Marketing-Mix-Analyse  
Reiseversicherung 2016

Welche Anbieter überzeugen bei Kundenanfragen mit hoher Antwortqualität?

# Beispielseiten (3)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Kommunikation Präsenz in Suchmaschinen

Platzierungen in Suchmaschinen (Angabe in Anzahl Platzierungen)

Anbieter	bing.de			
	1	2	3	4
ADAC		2		
Allianz				
Asano				
Barmenia		2	1	2
ERV		2		
Europ Ass.				
HanseMerkur	1			
Signal Iduna				
TravelSecure		2	1	2
URV		2		

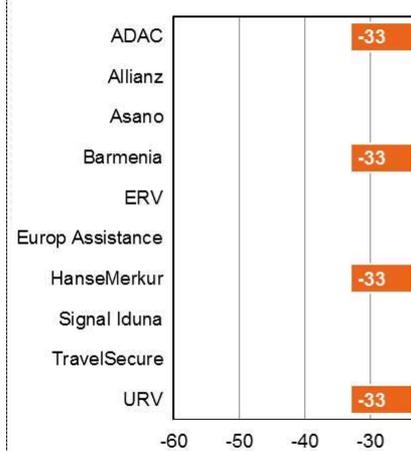
Quelle: research tools



### Kommunikation Presseeffizienz

#### Presseeffizienz

Berechnung: Anteil bei Presseartikeln minus Anteil bei Werbeflächen



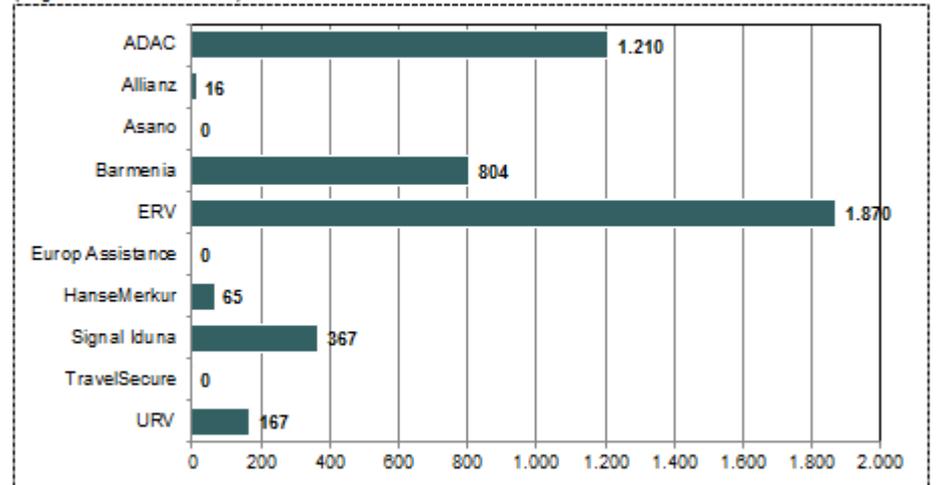
Quelle: Deutsche Tageszeitungen, Publikumszeitschriften und Fachzeitschriften



Welche Ausgaben für mediale Werbung tätigen die Reiseversicherer?

### Kommunikation Werbeaufwendungen

Werbeausgaben der Anbieter für Reiseversicherungen im Zeitraum Oktober 2014 bis September 2015 (Angaben in Tausend Euro)



Quelle: AdVision digital, Berechnung durch research tools



Marketing-Mix-Analyse  
Reiseversicherung 2016

Welche Präsenz zeigen die Anbieter in Suchmaschinen?

# Beispielseiten (4)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

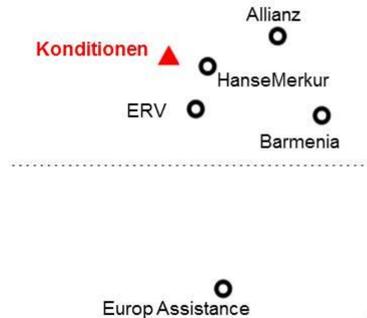
### Kommunikation

Aktive und passive Medienpräsenz: Verteilung des Impacts betreffend Facebook, Google+, Twitter und YouTube sowie Anteile bei Pressemitteilungen

Anbieter	Marketing-Similarity		
	Faceb.	Google+	Twitter
ADAC	20,0	20,0	40,0
Allianz	40,0	20,0	
Asano	-	20,0	20,0
Barmenia	-	-	
ERV	-	-	
Europ Ass.	20,0	20,0	
HanseMerkur	-	-	
Signal Iduna	-	-	
TravelSecure	-	-	
URV	20,0	20,0	40,0

### Marketing-Similarity

Positionierung/Ähnlichkeit der Anbieter

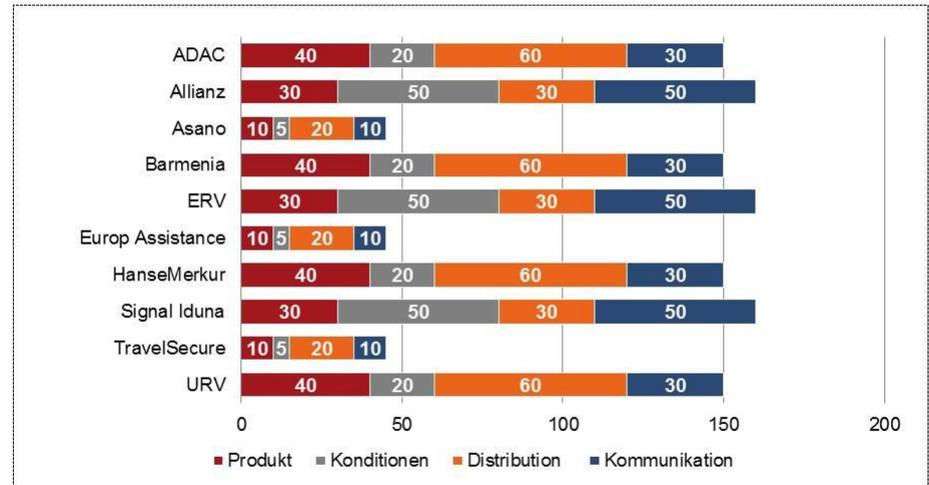


Welche Anbieter ähneln sich hinsichtlich ihrer Fokussierung auf einzelne Marketingbereiche?

### Marketingranking

Marketing-Mix gesamt

Marketing-Mix-Efforts (Angaben in Prozent)



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



Ma  
Reit

In welchen PR-Medien weisen die Versicherer Stärken auf?



Ma  
Reit



Marketing-Mix Analyse  
Reiseversicherung 2016

# Bestellformular

**FAX: +49 (0)711 – 55090384**

**Auftragnehmer:**

research tools, Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar

Hiermit bestellen wir zum Preis in Höhe von 3.400 EUR zzgl. MwSt. die  
**Marketing-Mix-Analyse Reiseversicherung 2016.**

**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 Versicherungs- und Tourismusbranche erschienen:

- Marketing-Mix-Analyse Unfallversicherung 2015
- Marketing-Mix-Analyse Kfz-Versicherung 2015
- Marketing-Mix-Analyse Wohngebäudeversicherung 2015
- Marketing-Mix-Analyse Risikolebensversicherung 2015
- E-Shop-Analyse Flüge 2015
- Werbemarktanalyse Tourismus & Gastronomie 2014

Seit 2005 arbeitete research tools für mehr als 50 Versicherer. In der Versicherungsbranche erschienen seit Anfang 2012 über 30 Marktstudien. In der Studienreihe Marketing-Mix-Analysen sind bisher 46 Marktstudien erschienen.



# Analysierte Aspekte

Agenturen, Alleinstellungen USPs, Alleinstellungsmerkmale, Android, Ansprechpartner, Antragsformular, Apps, Aufrufe, Auszeichnungen, Autoreply, Beitragsrückgewähr, Beiträge, Beispielrechnung, Beitragsrechner, beitragsrelevante Pflichtangaben, Beratungsleistungen, Blog, Blogbeiträge, Bookmark-Services, Brief, Call-Back, Call-Center, Chat, Co-Browsing, Cross-Selling, Deckblatt-Slogan, De-Mail, durchschnittliche Beiträge, eMail, Facebook, FAQ, Filialen, Filialfinder, Flyer, Follower, Formular, Formularangaben Onlinekontakt, Forum, Freundschaftswerbung, Gepäckversicherung, Google+, Gütesiegel, Hilfeleistungen, Headline, Höchsteintrittsalter, Hotline-Betriebszeiten, Hotlinegebühren, Impact, Inbound, Internet, Internetwerbung, iOS, Konsistenz USPs, Kontaktwege, Kündigungsformular, Kundenberichte, Kundenmagazin, Kundenservice, Laufzeit, Leistungsargumente, Live-Beratung, Mailanfrage Antwortqualität, Mailanfragen Reaktionszeit, Median Beiträge, Mitversicherung von Ehepartnern und Neugeborenen, mobile Seiten, mobiler Vertrieb, Motivanalyse, Motivkonsistenz, Mystery Calls, Mystery Mails, Newsletter, Nutzenargumente, Nutzungsprofile, Optionen, Outdoor, Pflichtangaben, Portallistungen, Portalpräsenz, Positionierung, Postings, Presseeffizienz, Pressemitteilungen, Presseresonanz, Produkterweiterungen, Produktfeatures, Produktportfolio, Prospekte, Rabatte, Radiowerbung, Ranking, Reaktionszeit, Serviceargumente, Slogans, Sonderkonditionen, Social Media, spezielle Angebote, spezielle Zahlweisen, Stärken und Schwächen, Suchmaschinenlistung, Suchmaschinenpräsenz, Suchmaschinenanzeigen, Tarifvarianten, Telefonanfragen Antwortqualität, Telefonanfragen, Testberichte, TV-Werbung, Tweets, Twitter, Usability Homepage, USP-Argumente, Vergleichsportal-Listung, Vergleichsportalpräsenz, Versicherungssumme, Versicherungsumfang, Vertriebspartnerschaften, Vertriebswege, Videoberatung, Vorerkrankungen, Website-Features, Website-Usability, Weiterempfehlung, Werbeausgaben, Werbemotive, Werbung in Zeitungen, Windows Phone, Xing, YouTube, Zeitschriftenwerbung, Zielgruppen