

+++ AXA +++ CosmosDirekt +++ Die Bayerische +++ Die Continentale +++ Hannoversche +++ HanseMerkur +++
+++ LV 1871 +++ Nürnberger +++ Saarland +++ Zurich +++ AXA +++ CosmosDirekt +++ Die Bayerische +++ Die

Studiensteckbrief

Marketing-Mix-Analyse Berufsunfähigkeitsversicherung 2015

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

März 2015

powered by:



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Marketing-Mix-Analyse
Berufsunfähigkeitsversicherung 2015

Informationen zur Studie

Keyfacts (Auswahl)

- Die Sortimente der berücksichtigten Versicherungsgesellschaften umfassen zwischen einem und 13 BUV-Produkte. Vier Anbieter führen neben eigenständigen BU-Versicherungen auch Berufsunfähigkeitszusatzversicherungen.
- Nachversicherungsgarantien ohne zusätzliche Gesundheitsprüfung sind bei mehr als der Hälfte der Versicherer gegeben. Einige Gesellschaften bieten optionale Produktfeatures wie Hinterbliebenenschutz.
- Ein Vergleich der zu leistenden Versicherungsbeiträge anhand von typischen Kundenprofilen zeigt, dass zwei Anbieter sich insgesamt deutlich preisgünstiger als die übrigen positionieren. Zwei andere Versicherer erweisen sich hingegen als hochpreisig.
- Eine Versicherungsgesellschaft verzeichnet einen dominanten Share of Voice hinsichtlich der klassischen Werbung. Zwei andere Anbieter nutzen intensiv kostenpflichtige Suchmaschinenanzeigen.
- In Vergleichsportalen sind vier Anbieter besonders häufig anzutreffen. Dies ist jedoch nicht notwendigerweise mit einer vorderen Platzierung verbunden.
- Die Antwortqualität bei Telefonanfragen liegt zwar deutlich über der Antwortqualität von Mailanfragen, jedoch zeigt sich in beiden Kundenservicebereichen deutliches Potenzial.

Informationen zur Studie

Sie möchten wissen, worin sich die Produkte der untersuchten Anbieter unterscheiden, auf welchen Wegen diese ihre Produkte anbieten, welche Konditionenunterschiede bestehen, mit welchen Slogans in der Werbung argumentiert wird, welche finanziellen Mittel für mediale Werbung ausgegeben werden, wie die Anbieter auf Telefon- und E-Mailanfragen reagieren, wie gut sie in Vergleichsportalen und Suchmaschinen sowie in Social Media Kanälen positioniert sind?

Kern der Analyse ist das **Marketingverhalten** der berücksichtigten Anbieter in Bezug auf die 4Ps des Marketing: Product, Price, Place, Promotion. Diese Studie richtet sich an Marketing- und Vertriebsverantwortliche, Produktmanager sowie an sonstige Entscheider im Bereich Berufsunfähigkeitsversicherungen. Die vorliegenden Marktinformationen sind die Grundlage für eine klare Positionierung und adäquate Reaktionen auf Marketingmaßnahmen der Wettbewerber. In der Studie wird der Markt der Berufsunfähigkeitsversicherungen aus Anbietersicht analysiert.

Forschungsdesign: Die Studie basiert auf Marktinformationen aus eigenen Erhebungen, Mystery Research und Sekundärquellen. Hier sind insbesondere die kostenpflichtigen Daten von Ebiquity (Werbependings, Werbemotive) zu nennen. Die Studie ist im März 2015 erschienen.

Untersucht wurden **zehn Versicherungsgesellschaften** hinsichtlich ihres Marketingverhaltens bezogen auf Berufsunfähigkeitsversicherungen. Es handelt sich dabei um **AXA, CosmosDirekt, Die Bayerische, Die Continentale, Hannoversche, HanseMerkur, LV 1871, Nürnberger, Saarland und Zurich.**

Informationen zur Studie

Die Studie wird als PDF- und PowerPoint-Datei angeboten, um eine unmittelbare Nutzung im Unternehmen, zum Beispiel für interne Präsentationen zu ermöglichen.

Die Studie enthält unter anderem folgende **Besonderheiten & Features**:

- Werbespendings und Motive, differenziert nach Mediengattungen, vom Werbebeobachter **Ebiquity**
- Auswertung von Telefonanfragen bei den untersuchten Anbietern
- Auswertung von Onlineanfragen bei den untersuchten Anbietern
- Produktportfolio-Vergleich
- Konditionenvergleich
- Homepage-Analysen
- Analyse der Positionierung in Vergleichsportalen und Suchmaschinen
- Analyse der Präsenz in Social Media Kanälen
- Konsistenzanalyse und Alleinstellungsmerkmale bei Vorteilsargumenten und Werbemotiven
- Marketing-Mix-Ranking auf Basis aller erfassten Marketingmaßnahmen
- Statistische Marketing-Similarity Analyse mit grafischer Positionierung der Anbieter

Die 342 Seiten umfassende Studie kostet 3.400 EUR zuzüglich Mehrwertsteuer.

Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	6
➤ Forschungsdesign	16
➤ Produkt	18
▪ Portfolio	23
▪ Versicherungsumfang	30
▪ Weitere Produktfeatures	39
▪ Zielgruppen, die nicht im Beruf stehen	41
▪ Weitere Produkte	43
▪ Auszeichnungen	45
▪ Weitere Produktmaßnahmen	47
▪ Alleinstellungsmerkmale	52
➤ Konditionen	54
▪ Antragsvoraussetzungen	59
▪ Beitragsrelevante Angaben	61
▪ Berufsgruppen und Vorerkrankungen	64
▪ Beiträge	66
▪ Hotline	79

Inhaltsverzeichnis

▪ Besonderheiten	81
▪ Weitere Konditionenmaßnahmen	83
▪ Alleinstellungsmerkmale	88
➤ Distribution	90
▪ Vertriebswege	97
▪ Freundschaftswerbung und Vertriebspartner	99
▪ Homepage	101
▪ Apps	108
▪ Kontaktmöglichkeiten	110
▪ Präsenz in Vergleichsportalen	112
▪ Beratungs- und Verkaufsprozess bei Telefonanfragen	118
▪ Beratungs- und Verkaufsprozess bei Onlineanfragen	123
▪ Weitere Distributionsmaßnahmen	130
▪ Alleinstellungsmerkmale	135
➤ Kommunikation	137
▪ Homepage	146
▪ Flyer und Prospekte	156

Inhaltsverzeichnis

▪ Kundenmedien	168
▪ Werbeaufwendungen	169
▪ Werbemotive	177
▪ Präsenz in Suchmaschinen	185
▪ Bookmark-Services	193
▪ Präsenz in Social Media	194
▪ Pressemitteilungen	234
▪ Presseresonanz	244
▪ Presseeffizienz	247
▪ USP Analyse	248
▪ Motivanalyse	263
▪ Weitere Kommunikationsmaßnahmen	275
▪ Alleinstellungsmerkmale	280
➤ Stärken und Schwächen der Anbieter	282
➤ Marketingranking	293
▪ Produkt	297
▪ Konditionen	303



Inhaltsverzeichnis

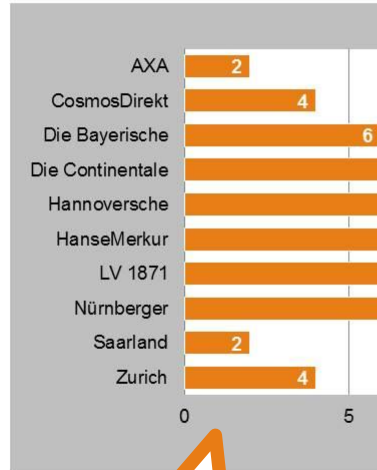
▪ Distribution	309
▪ Kommunikation	318
▪ Übersicht Marketing-Mix	328
▪ Marketing-Mix gesamt	329
➤ Marketing-Similarity	331
➤ Quellenverzeichnis	339
➤ Kontakt	341



Beispielseiten (1)

Produkt Portfolio

Anzahl der BUV-Produkte der Versicherer



Quelle: research tools



Produkt

Zielgruppen, die nicht im Beruf stehen

Für folgende, nicht im Beruf stehenden Personengruppen besteht ein Versicherungsumfang

Anbieter	Jugendliche
HanseMerkur	x
LV 1871	x
Nürnberger	x
Saarland	x
Zurich	x

Informationsmater

is

heit

Welche Unterschiede im Versicherungsumfang offenbaren sich beim Direktvergleich?

Produkt

Versicherungsumfang

Versicherungsumfang

Anbieter	Produkt	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
AXA	Selbstständige BUversicherung	x								x									x
Die Bayerische	Prestige		x						x		x							x	x
Hannoversche	BUV Plus			x				x				x					x		
LV 1871	Golden BU Vorsorgeschutz				x		x						x			x			
Nürnberger	Einsteigertarif					x												x	

Quelle: Homepage der Anbieter



Marketing-Mix-Analyse
Berufsunfähigkeitsversicherung 2015

35

Welches Produktangebot offerieren die Versicherungen?

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Beispielseiten (2)

Produkt

Alleinstellungsmerkmale

Spezielle Angebote

Anbieter	Portfolio
AXA	viele zusätzliche Zielgr
CosmosDirekt	Kindererwerbsunfähigk Produktangebote für B
Die Bayerische	dreistufige Tarife, Dien versicherung
Die Continentale	
Hannoversche	

Konditionen

Beitragsrelevante Angaben

Pflichtangaben, die neben den Adres:

Anbieter	1	2	3
HanseMercur	x		x
LV 1871	x		
Nürnberger	x		x
Saarland	x		
Zurich	x		x

Quelle: Homepage der Anbieter, Informationsmaterial de

Konditionen

Beiträge

Monatliche Beiträge für eine BUV nach Nutzungsprofilen (Angabe in Euro)

Anbieter	Beitrag				
	Profil 1	Profil 2	Profil 3	Profil 4	Profil 5
HanseMercur	k.A.	X3,50	X0,11	k.A.	X0,00
LV 1871	X8,01	X9,07	X1,07	X3,39	X5,15
Nürnberger	X2,84	X7,83	X4,83	k.A.	X5,83
Saarland	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
Zurich	k.A.	X5,28	X8,25	k.A.	X9,55

Quelle: Versicherungsportale, Homepage der Anbieter

Welche Beiträge ergeben sich nach Nutzerprofilen?

research tools
Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Ben.

research tools

Welche Alleinstellungsmerkmale kommunizieren die Versicherer?

research tools
Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Marketing-Mix-Analyse
Berufsunfähigkeitsversicherung 2015

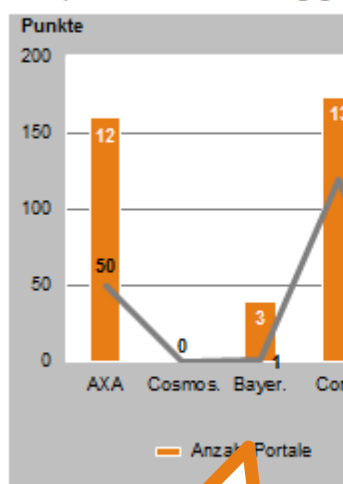
Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Beispielseiten (3)

Distribution

Präsenz in Vergleichsportalen

Portalpräsenz nach Versicherungsgesellschaften



Quelle: research tools



Distribution

Beratungs- und Verkaufsprozess bei Telefonanfragen

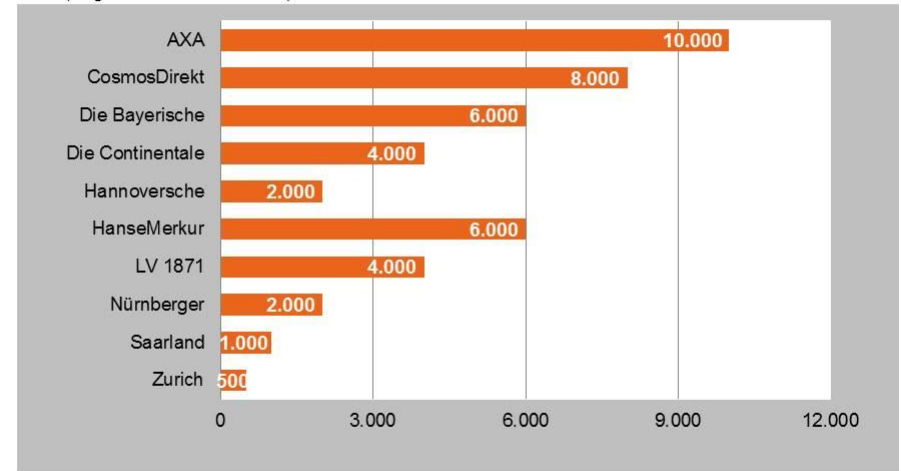
Telefonanfragen

Anbieter	Erster Kontakt	Zeitpunkt
HanseMerkur	Bandansage	X: Ø
LV 1871	persönlich	
Nürnberger	Bandansage	0: Ø
Saarland	Bandansage	0: Ø
Zurich	Bandansage	0: Ø

Kommunikation

Werbeaufwendungen

Werbeausgaben der Anbieter für BU-Versicherungen im Zeitraum Oktober 2013 bis September 2014 (Angaben in Tausend Euro)



Quelle: Ebiquty; Berechnungen durch research tools



Marketing-Mix-Analyse
Berufsunfähigkeitsversicherung 2015

Welche medialen Ausgaben tätigen die Versicherer für BU-Versicherungen?

Welche Präsenz und Listungen zeigen die Versicherer in Vergleichsportalen?

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten



research tools

Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Marketing-Mix-Analyse
Berufsunfähigkeitsversicherung 2015

Beispielseiten (4)

Kommunikation Präsenz in Suchmaschinen

Erstplatzierung in Suchmaschinen (Angabe: Position der ersten Listing)

Anbieter	bing.de			
	1	2	3	4
AXA	5			
CosmosDirekt		15		
Die Bayerische			5	
Die Continental				15
Hannoversche				
HanseMerker	3			
LV 1871		13		
Nürnberg			3	
Saarland				13
Zurich				

Quelle: research tools



Kommunikation Motivanalyse

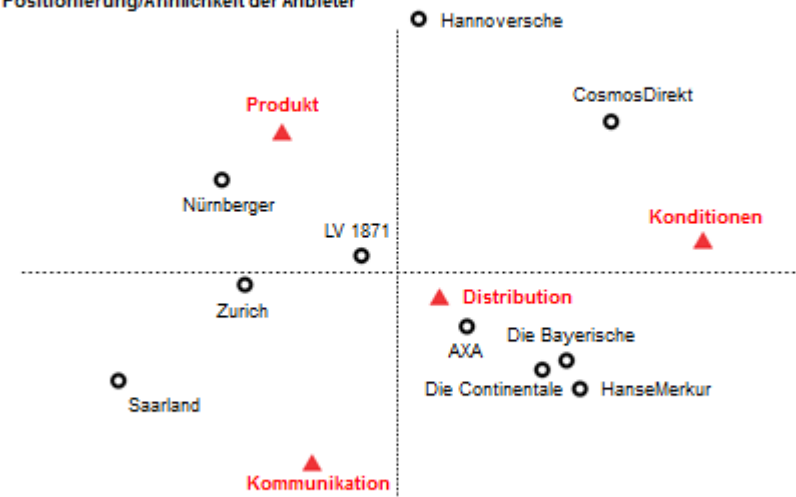
Konsistenz der Motive der Anbieter



Welche Anbieter ähneln sich hinsichtlich ihrer Fokussierung auf die einzelnen Marketingbereiche?

Marketing-Mix-Analyse

Positionierung/Ähnlichkeit der Anbieter



Welche Versicherer finden sich in Suchmaschinen auf vorderen Plätzen?



Marketing-Mix-Analyse
Berufsunfähigkeitsversicherung 2015

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

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 Berufsunfähigkeitsversicherung 2015.

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 Haftpflichtversicherung 2014
- Marketing-Mix-Analyse Handy- und Tabletversicherung '14
- Studie Versicherungs-Zielgr. Krankenzusatzversicherte '14
- Studie Versicherungs-Zielgr. Abschlussplan Versich. '14
- Studie Versicherungs-Zielgr. Rechtsschutzversicherte 2014
- Werbemarktanalyse Versicherungen 2014

Seit 2005 arbeitete research tools für mehr als 30 Versicherungen. In dieser Branche erschienen seit Anfang 2012 24 Marktstudien. In der Studienreihe Marketing-Mix-Analysen sind bisher 34 Marktstudien erschienen.