

+++ AXA +++ CosmosDirekt +++ Debeka +++ DEVK +++ Gothaer +++ HDI +++ HUK-Coburg +++ R+V +++
Signal Iduna +++ Volksfürsorge +++ AXA +++ CosmosDirekt +++ Debeka +++ DEVK +++ Gothaer +++ HDI +

Studiensteckbrief

Marketing-Mix-Analyse Berufsunfähigkeitsversicherungen 2012

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

Juli 2012

powered by:



Informationen zur Studie

Keyfacts (Auswahl)

- 11% der deutschen Bevölkerung besitzen eine Berufsunfähigkeitsversicherung. Insbesondere bei Frauen und unter 20-jährigen besteht allerdings Nachholbedarf.
- Fünf Anbieter führen sowohl eigenständige Berufsunfähigkeitsversicherungen als auch Berufsunfähigkeitszusatzversicherungen.
- Bei der Höhe der monatlichen Beiträge konnten anhand von zehn Szenarien immense Unterschiede zwischen den Versicherungen festgestellt werden. Sie lassen sich zwar teilweise mit der Ausgestaltung der jeweiligen Produkte begründen. Für den Konsumenten sind diese Unterschiede jedoch nur mit großen Anstrengungen nachzuvollziehen.
- Mystery Calls und Mystery-E-Mails geben Aufschluss über die Kundenorientierung der Versicherungsgesellschaften im Kundencenter. Der Kunde muss bei Vorschaltung einer Warteschleife durchschnittlich 47 Sekunden ausharren. Hier und auch bei anderen Aspekten zeigen sich größere Unterschiede zwischen den Anbietern.
- Im Vergleich zu anderen Versicherungsprodukten wird in die Berufsunfähigkeitsversicherung nur wenig Geld in mediale Kommunikation investiert. Der überwiegende Anteil davon entfällt auf einen Anbieter.
- Versicherungen zeigen wachsendes Engagement im Bereich Social Media, nutzen die damit verbundenen Potenziale allerdings bislang kaum für das Thema Berufsunfähigkeit.

Informationen zur Studie (1)

Sie möchten wissen, wie der Markt strukturiert ist, welche Marktanteile die verschiedenen Versicherungen bezogen auf Berufsunfähigkeitsversicherungen aufweisen, welche neuen Entwicklungen zu erkennen sind, worin sich die Berufsunfähigkeitsversicherungen der untersuchten Versicherungen unterscheiden, auf welchen Wegen diese Versicherungen ihre Berufsunfähigkeitsversicherungen anbieten, welche Konditionenunterschiede bestehen, mit welchen Slogans in der Werbung argumentiert wird, welche finanziellen Mittel für mediale Werbung ausgegeben werden, wie Versicherungen auf Telefon- und E-Mail-Anfragen reagieren, wie gut sie in Versicherungsportalen und Suchmaschinen sowie in Social Media Kanälen positioniert sind?

Kern der Analyse ist das **Marketingverhalten** der berücksichtigten Versicherungen 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 Sicht der Versicherungen analysiert.

Forschungsdesign: Die Studie basiert auf Marktinformationen aus eigenen Erhebungen, Online-Datenbanken, Mystery Research und verschiedensten Sekundärquellen. Hier sind insbesondere die kostenpflichtigen Daten von **Ebiquity** (Werbependings, Werbemotive) zu nennen. Die Studie ist im Juli 2012 erschienen.



Informationen zur Studie (2)

Untersucht wurden **zehn Versicherungen** hinsichtlich ihres Marketingverhaltens bezogen auf Berufsunfähigkeitsversicherungen. Es handelt sich dabei um: AXA, CosmosDirekt, Debeka, DEVK, Gothaer, HDI, HUK-Coburg, R+V, Signal Iduna sowie Volksfürsorge.

Der zugrunde liegenden Philosophie entsprechend wird die Marketing-Mix-Analyse Berufsunfähigkeitsversicherungen 2012 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**:

- Daten zu Marktdurchdringung und Marktanteilen
- Produktportfolio-Vergleich
- Konditionenvergleich anhand von zehn Szenarien
- Werbespendings und Motive, differenziert nach Mediengattungen, vom Werbebeobachter **Ebiquity**
- Auswertung von Telefonanfragen bei den untersuchten Versicherungen
- Auswertung von Online-Anfragen bei den untersuchten Versicherungen
- Auswertung verschiedener Studien zur Soziodemografie der BUV-besitzer
- Analyse der Prospekte und Flyer
- Positionierung in Versicherungsportalen, Suchmaschinen und Presse
- Präsenz der Unternehmen in den Social Media Kanälen Facebook, Twitter und YouTube
- Marketing-Mix-Ranking auf Basis aller erfassten Marketingmaßnahmen

Die 313 Seiten umfassende Studie kostet 2.900 EUR zuzüglich Mehrwertsteuer.

Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	7
➤ Forschungsdesign	17
➤ Chronologie der Ereignisse	19
➤ Marktsituation	23
➤ Marktanteile	37
➤ Der BUV-Besitzer	42
▪ Soziodemographie	44
▪ Kundenausschöpfung	57
➤ Image der Versicherungen	67
▪ Bekanntheit	70
▪ Sympathie	71
▪ Akzeptanz	72
▪ Selbstbeschreibung	73
▪ Positionierung	95
➤ Produkt	96
▪ Portfolio	101
▪ Zielgruppen, die nicht im Beruf stehen	108

Inhaltsverzeichnis

▪ Weitere Produkte	110
▪ Auszeichnungen	112
▪ Besonderheiten	114
▪ Weitere aktuelle Produktmaßnahmen	118
➤ Konditionen	123
▪ Antragsvoraussetzung	128
▪ Beitragsrelevante Angaben	130
▪ Berufsgruppen und Vorerkrankungen	133
▪ Beiträge	135
▪ Hotline	144
▪ Besonderheiten	146
▪ Aktuelle Konditionenmaßnahmen	148
➤ Distribution	153
▪ Vertriebswege	158
▪ Filialen	160
▪ Freundschaftswerbung und Vertriebspartner	162
▪ Homepage-Usability	164

Inhaltsverzeichnis

▪ Kontaktmöglichkeiten	168
▪ Beratungs- und Verkaufsprozess bei Telefonanfragen	170
▪ Beratungs- und Verkaufsprozess bei Online-Anfragen	173
▪ Aktuelle Distributionsmaßnahmen	180
➤ Kommunikation	185
▪ USP (kommunizierte Produktvorteile, Werbeslogan)	191
▪ Flyer und Prospekte	206
▪ Werbeaufwendungen	217
▪ Werbemotive	222
▪ Präsenz in Versicherungsportalen	232
▪ Präsenz in Suchmaschinen	239
▪ Kundenkommunikation	246
▪ Aktive Präsenz in Social Media	248
▪ Presseresonanz	260
▪ Aktuelle Kommunikationsmaßnahmen	264
➤ Stärken und Schwächen der Versicherungen	269

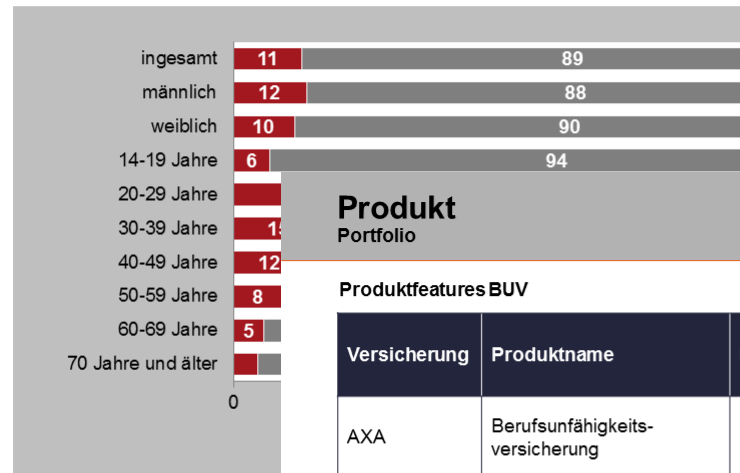
Inhaltsverzeichnis

➤ Marketingranking	275
▪ Produkt	278
▪ Konditionen	284
▪ Distribution	290
▪ Kommunikation	297
▪ Übersicht Marketing-Mix	305
▪ Marketing-Mix gesamt	306
➤ Quellenverzeichnis	308
➤ Kontakt	311

Beispielseiten (1)

Der BUV-Besitzer Soziodemographie

BUV-Besitzer nach soziodemografischen Merkmalen



Produkt Portfolio

Produktfeatures BUV

Versicherung	Produktname	Produktfeatures
AXA	Berufsunfähigkeitsversicherung	n B
CosmosDirekt	BUV Basis	e d
	BUV Comfort	
Debeka	Berufsunfähigkeitsversicherung	7 N
DEVK	Berufsunfähigkeitsversicherung	ir
Gothaer	BUV Basisschutz	max. 65 % des jährlichen Bruttoeinkommens bis 67 Jahre
	BUV Premiumschutz	

Quelle: Homepages der Versicherungen, Informationsmaterial der Unternehmen



Marketing-Mix-Analyse Berufsunfähigkeitsversicherungen 2012

Produkt Portfolio

Produktfeatures

Versicherung	Produktname	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
HDI	EGO classic	x		x	x	x		x	x	x		
HUK-Coburg	Berufsunfähigkeitsversicherung (nur als BUZ)	x				x		x				
R+V	Berufsunfähigkeits-Zusatzversicherung	x				x		x			x	
Signal Iduna	FlexiJob Basis	x				x		x		x	x	
	FlexiJob Premium		x									
Volksfürsorge	Generali Berufsunfähigkeit klassik / BUZ	x				x		x			x	

Quelle: research tools



Marketing-Mix-Analyse Berufsunfähigkeitsversicherungen 2012

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Beispielseiten (2)

Produkt

Zielgruppen, die nicht im Beruf stehen

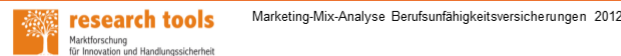
Für folgende, nicht im Beruf stehenden Personenkreise, besteht die Möglichkeit einer BUV

Versicherung	Jugendliche	Hausfrauen	Arbeitslose	Elternteile	Konditionen Antragsvoraussetzungen																																										
AXA	x	-	x	-	Volljährigkeit, Wohnsitz und SCHUFA-Auskunft																																										
CosmosDirekt	x	Konditionen Beiträge			Bankkonto in Deutschland	SCHUFA-Auskunft																																									
Debeka	-	Monatliche Beiträge für eine BUV nach Nutzungsprofilen (Angabe in Euro)			-	x																																									
DEVK	x	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Versicherung</th> <th colspan="5">Beitrag</th> </tr> <tr> <th>Profil 6</th> <th>Profil 7</th> <th>Profil 8</th> <th>Profil 9</th> <th>Profil 10</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>AXA</td> <td>179,56</td> <td>k.A.</td> <td>34,77</td> <td>194,56</td> <td>k.A.</td> </tr> <tr> <td>CosmosDirekt</td> <td>147,75</td> <td>112,95</td> <td>11,33</td> <td>135,82</td> <td>102,18</td> </tr> <tr> <td>Debeka</td> <td>216,31</td> <td>174,01</td> <td>-</td> <td>414,50</td> <td>198,88</td> </tr> <tr> <td>DEVK</td> <td>183,61</td> <td>295,50</td> <td>k.A.</td> <td>239,65</td> <td>146,05</td> </tr> <tr> <td>Gothaer</td> <td>166,22</td> <td>k.A.</td> <td>30,50</td> <td>181,30</td> <td>164,00</td> </tr> </tbody> </table>			Versicherung	Beitrag					Profil 6	Profil 7	Profil 8	Profil 9	Profil 10	AXA	179,56	k.A.	34,77	194,56	k.A.	CosmosDirekt	147,75	112,95	11,33	135,82	102,18	Debeka	216,31	174,01	-	414,50	198,88	DEVK	183,61	295,50	k.A.	239,65	146,05	Gothaer	166,22	k.A.	30,50	181,30	164,00	-	-
Versicherung	Beitrag																																														
	Profil 6	Profil 7	Profil 8	Profil 9	Profil 10																																										
AXA	179,56	k.A.	34,77	194,56	k.A.																																										
CosmosDirekt	147,75	112,95	11,33	135,82	102,18																																										
Debeka	216,31	174,01	-	414,50	198,88																																										
DEVK	183,61	295,50	k.A.	239,65	146,05																																										
Gothaer	166,22	k.A.	30,50	181,30	164,00																																										
Gothaer	-				x	x																																									

Quelle: Homepages der Versicherungen, Informationsm...



Quelle: Versicherungsportale, Homepages der Versicherungen



Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten



Beispielseiten (3)

Distribution

Freundschaftswerbung und Vertriebspartner

Freundschaftswerbung und Vertriebspartner

Versicherung	Weiterempfehlung/ Freundschaftswerbung	Vertriebspartnerschaften
HDI	Geldprämie	Makler
HUK-Coburg	Gutscheine	
R+V	-	
Signal Iduna	Geldprämie	
Volksfürsorge	-	

Distribution
Beratungs- und Verkaufsprozess bei Telefonanfrage

Telefonanfragen

Versicherung	Erster Kontakt	Zeit in Warteschleife
AXA	Bandansage	25-52 sek Ø 37 sek
CosmosDirekt	persönlich	keine
Debeka	Bandansage	30-187 sek Ø 55 sek
DEVK	persönlich	Keine
Gothaer	persönlich	30-187 sek Ø 55 sek

Quelle: Homepages der Versicherungen



Kommunikation

Flyer und Prospekte

CosmosDirekt



Quelle: research tools



Marketing-Mix-Analyse Berufsunfähigkeitsversicherungen 2012

100%	ja	ja
------	----	----

Quelle: research tools



Marketing-Mix-Analyse Berufsunfähigkeitsversicherungen 2012

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten



Studiensteckbrief
Marketing-Mix-Analyse Berufsunfähigkeitsversicherungen 2012

Beispielseiten (4)

Kommunikation Werbeaufwendungen

Verteilung der Werbeausgaben auf Medien von Mai 2011 bis April 2012 (Angaben in tausend Euro)

Versicherung	Direkt- marke- ting	Fern- sehen	Internet	Outdoor	Radio	Presse												
HDI	-	30	-	25	-	38												
HUK-Coburg	-	Kommunikation Präsenz in Versicherungsportalen Listungen in Versicherungsportalen <table border="1"> <thead> <tr> <th>Versicherung</th> <th>Anzahl Portale mit Listun</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>AXA</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>CosmosDirekt</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Debeka</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>DEVK</td> <td>6</td> </tr> <tr> <td>Gothaer</td> <td>0</td> </tr> </tbody> </table>					Versicherung	Anzahl Portale mit Listun	AXA	4	CosmosDirekt	1	Debeka	2	DEVK	6	Gothaer	0
Versicherung	Anzahl Portale mit Listun																	
AXA	4																	
CosmosDirekt	1																	
Debeka	2																	
DEVK	6																	
Gothaer	0																	
R+V	-																	
Signal Iduna	-																	
Volksfürsorge	-																	

Quelle: Ebiquty, Berechnungen durch resear



Kommunikation

Aktive und passive Medienpräsenz: Verteilung der Facebook-postings, Twitter-Tweets, YouTube-Videos und Presseartikel mit BUV-Relevanz (Angaben in Prozent)

Versicherung	aktive Präsenz			passive Präsenz
	Facebook	Twitter	YouTube	Deutsche Presse
AXA	10,0	0,0	7,0	35,9
CosmosDirekt	0,0	0,0	35,0	12,0
Debeka	9,0	70,0	0,0	9,7
DEVK	0,0	0,0	13,0	2,2
Gothaer	20,0	20,0	25,0	13,3
HDI	2,5	0,0	0,0	10,8
HUK-Coburg	1,5	0,0	5,5	5,2
R+V	35,0	10,0	1,8	4,6
Signal Iduna	2,0	0,0	4,5	2,8
Volksfürsorge	20,0	0,0	8,2	3,6

Quelle: research tools



Marketing-Mix-Analyse Berufsunfähigkeitsversicherungen 2012

Quelle: research tools



Marketing-Mix-Analyse Berufsunfähigkeitsversicherungen 2012

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Bestellformular

FAX: +49 (0)711 - 55090384

Auftragnehmer:

research tools

Herrn Dipl.-Kfm. Uwe Matzner, Marktforscher BVM

Wäldenbronner Straße 2

73732 Esslingen am Neckar

Hiermit bestellen wir zum Preis in Höhe von 2.900 EUR zzgl. MwSt. die Studie Marketing-Mix-Analyse Berufsunfähigkeitsversicherungen 2012.

Auftraggeber:

Firma:

Ansprechpartner:

E-Mail:

Position/Funktion:

Unterschrift:

Datum/Ort:

Kontakt / Marktstudienübersicht

Ihr Ansprechpartner für diese Studie ist:

Uwe Matzner



Geschäftsführer, Diplom-Kaufmann,
Marktforscher BVM, Lehrbeauftragter für Marktforschung
Tel. +49 711 55090381, Fax +49 711 55090384,
E-Mail: uwe.matzner@research-tools.net

research tools
Wäldenbronner Straße 2, 73732 Esslingen am Neckar
www.research-tools.net

research tools: Marketingmaßnahmen erfassen – verstehen – bewerten.
Spezialist für Financial Research

Jüngste Marktstudien zum Versicherungsmarkt:

- Studie Unternehmensprofile Versicherungen 2012, März 2012
- Studie Werbemarktanalyse Versicherungen 2012, Mai 2012
- Studie Google+ für Dienstleister 2012, Juli 2012

Ankündigung: Studie Facebook Versicherungen 2012, August 2012