

+++ ADAC +++ AdmiralDirekt +++ Allianz +++ AXA +++ CosmosDirekt +++ DA Direkt +++ DEVK +++ Direct Line +++ HUK-Coburg +++ WGV +++ ADAC +++ AdmiralDirekt +++ Allianz +++ AXA +++ CosmosDirekt +++ D

# Studiensteckbrief Marketing-Mix-Analyse Kfz-Versicherung 2015

erarbeitet von:  
research tools, Esslingen am Neckar

September 2015

powered by:



**research tools**

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Marketing-Mix-Analyse  
Kfz-Versicherung 2015

# Informationen zur Studie

## Ausgewählte Ergebnisse:

- Die Portfolios der zehn untersuchten Versicherungsgesellschaften umfassen 77 Produkte. Dabei fällt auf, dass einige Versicherer die Versicherungssummen für Personenschäden in der Haftpflichtversicherung von zwölf auf maximal 15 Mio. Euro erhöht haben.
- Ein Jahreskostenvergleich anhand von zehn typischen Kundenprofilen offenbart erhebliche Kostenunterschiede. Acht der zehn Versicherer stellen mindestens einmal das günstigste Angebot bereit.
- Während ein Direktversicherer im Vergleichsportal-Marketing die beste Performance erzielt, verzichtet ein anderer Direktversicherer völlig auf diesen Vertriebsweg.
- Auffallend ist, dass die Qualität des Online-Supports deutlich gegenüber der telefonischen Beratung abfällt. Zwei Anbieter beantworten E-Mail-Anfragen ausschließlich per Verweis auf ihre Website.
- Die Investitionen in mediale Werbung haben sich insgesamt halbiert. Ursächlich dafür ist die fast vollständige Abkehr von zwei der untersuchten zehn Versicherer von Investitionen in mediale Werbung.
- Fünf Versicherungsgesellschaften nutzen alle vier untersuchten Social Media Kanäle für Kfz-Versicherungs-relevante Themen.

# Informationen zur Studie

## Wichtigste USPs:

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

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

ganzheitliche Wettbewerbsanalyse aus **Anbietersicht**

alle Informationen auf **385 PowerPoint-Seiten**

als **PDF-** und **PPT-Datei** kurzfristig verfügbar

die Studie ist **objektiv, unabhängig** und **neutral**

**Nutzen:** Basis für klare Positionierung und adäquate Reaktionen auf Marketingmaßnahmen der Wettbewerber

## Zehn Anbieter von Kfz-versicherungen

- ADAC
- AdmiralDirekt
- Allianz
- AXA
- CosmosDirekt
- DA Direkt
- DEVK
- Direct Line
- HUK-Coburg
- WGV

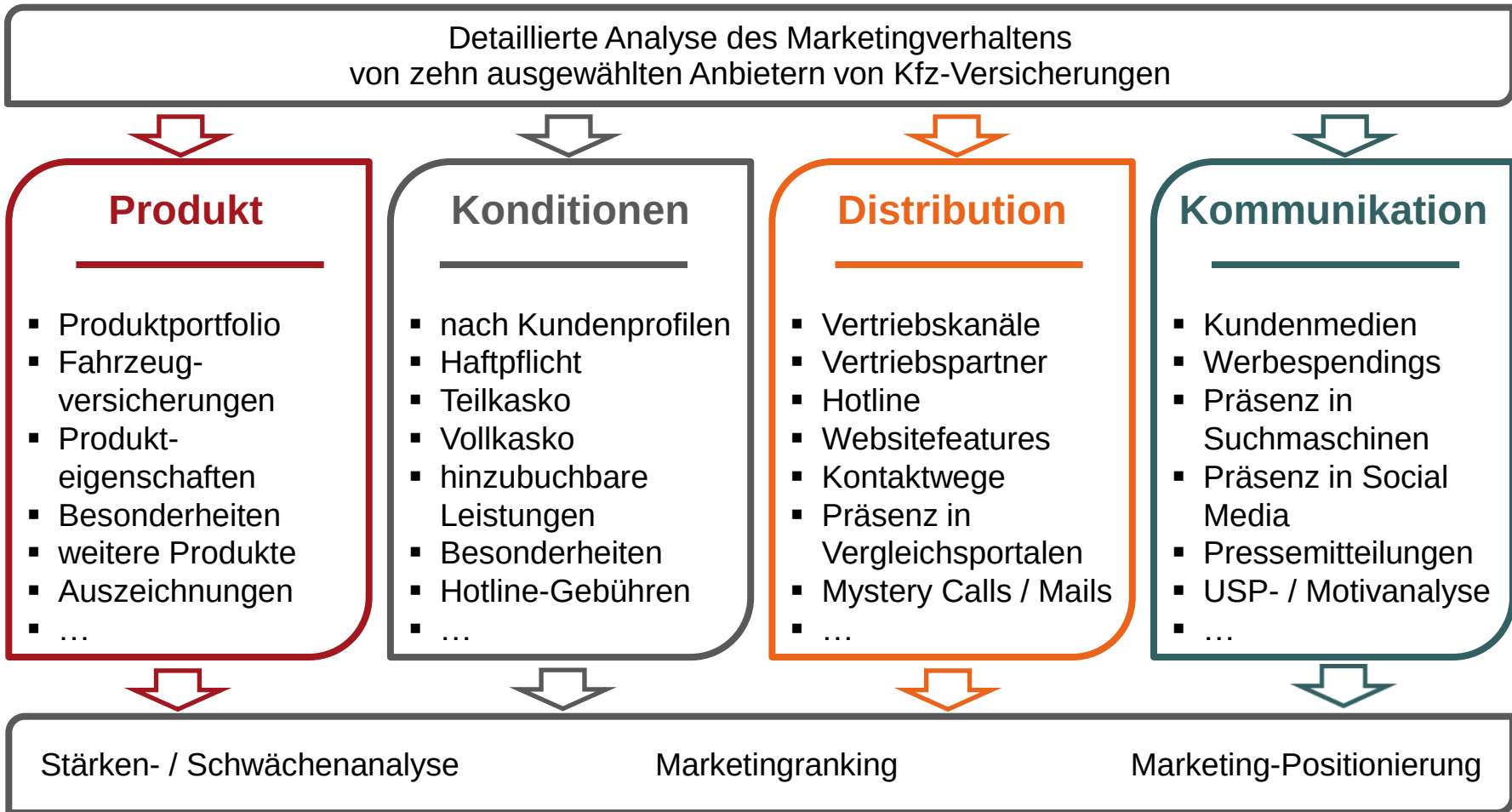


**research tools**

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Marketing-Mix-Analyse  
Kfz-Versicherung 2015

# Informationen zur Studie



# Informationen zur Studie

## Analysen:

- Produktportfolio-Vergleich
- Vergleichsanalyse der versicherten Leistungen
- Beitragsvergleiche zu Haftpflicht-, Teilkasko- und Vollkaskoversicherungen
- Positionierung in Vergleichsportalen und Suchmaschinen
- Auswertung von Telefonanfragen bei den untersuchten Anbietern
- Auswertung von 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 385 Seiten umfassende Studie kostet 3.400 EUR** zuzüglich MwSt.

## Die Studie in Zahlen:

- 77 im Detail analysierte Kfz-Produkte
- Preisanalyse mit 300 Jahresbeiträgen (10 Kundenprofile)
- 47 analysierte Vergleichsportale
- 50 Mystery Calls, 50 Mystery Mails
- Werbeausgaben und -motive in 4 Mediengattungen
- 4 Social Media Kan.

## 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 September 2015 erschienen.



# Inhaltsverzeichnis

|                                                     |    |
|-----------------------------------------------------|----|
| ➤ Management Summary                                | 6  |
| ➤ Forschungsdesign                                  | 15 |
| ➤ Produkt                                           | 18 |
| ▪ Produktportfolio PKW-Versicherungen               | 23 |
| ▪ Produktportfolio spezielle Fahrzeugversicherungen | 30 |
| ▪ Produktfeatures PKW-Haftpflicht                   | 32 |
| ▪ Produktfeatures Teilkaskoversicherungen           | 38 |
| ▪ Produktfeatures Vollkaskoversicherungen           | 44 |
| ▪ Weitere Produktfeatures                           | 50 |
| ▪ Besonderheiten                                    | 58 |
| ▪ Weitere Produkte                                  | 60 |
| ▪ Auszeichnungen                                    | 62 |
| ▪ Weitere Produktmaßnahmen                          | 64 |
| ▪ Alleinstellungsmerkmale                           | 69 |
| ➤ Konditionen                                       | 71 |
| ▪ Beitragsrelevante Angaben                         | 77 |
| ▪ Beiträge                                          | 80 |

# Inhaltsverzeichnis

|                                                 |     |
|-------------------------------------------------|-----|
| ▪ Weitere Artikel                               | 99  |
| ▪ Hotline-Gebühren                              | 103 |
| ▪ Weitere Konditionenmaßnahmen                  | 105 |
| ▪ Alleinstellungsmerkmale                       | 110 |
| ➤ Distribution                                  | 112 |
| ▪ Vertriebswege                                 | 120 |
| ▪ Freundschaftswerbung und Vertriebspartner     | 121 |
| ▪ Website                                       | 123 |
| ▪ Apps für mobile Endgeräte                     | 128 |
| ▪ Hotline                                       | 131 |
| ▪ Kontaktmöglichkeiten                          | 134 |
| ▪ Präsenz in Vergleichsportalen                 | 137 |
| ▪ Servicecenter-Performance bei Telefonanfragen | 155 |
| ▪ Servicecenter-Performance bei Online-Anfragen | 160 |
| ▪ Weitere Distributionsmaßnahmen                | 171 |
| ▪ Alleinstellungsmerkmale                       | 176 |
| ➤ Kommunikation                                 | 178 |



# Inhaltsverzeichnis

|                                      |     |
|--------------------------------------|-----|
| ▪ Website                            | 189 |
| ▪ Flyer und Prospekte                | 194 |
| ▪ Kundenmedien                       | 203 |
| ▪ Werbeaufwendungen                  | 204 |
| ▪ Werbemotive                        | 212 |
| ▪ Präsenz in Suchmaschinen           | 230 |
| ▪ Präsenz in Social Media            | 241 |
| ▪ Pressemitteilungen                 | 275 |
| ▪ Presseresonanz                     | 283 |
| ▪ Presseeffizienz                    | 286 |
| ▪ USP Analyse                        | 287 |
| ▪ Motivanalyse                       | 302 |
| ▪ Weitere Kommunikationsmaßnahmen    | 314 |
| ▪ Alleinstellungsmerkmale            | 319 |
| ➤ Stärken und Schwächen der Anbieter | 321 |
| ➤ Marketingranking                   | 335 |
| ▪ Produkt                            | 339 |





# Inhaltsverzeichnis

|                            |     |
|----------------------------|-----|
| ▪ Konditionen              | 345 |
| ▪ Distribution             | 352 |
| ▪ Kommunikation            | 361 |
| ▪ Übersicht Marketing-Mix  | 371 |
| ▪ Marketing-Mix gesamt     | 372 |
| ➤ Marketing-Positionierung | 374 |
| ➤ Quellenverzeichnis       | 382 |
| ➤ Kontakt                  | 384 |



# Beispielseiten (1)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Produkt Anzahl Produkte

Anzahl der Kfz-Versicherungsprodukte



Quelle: research tools



### Produkt Produktfeatures

Versicherungsumfang

| Anbieter      | Produktname  | 1 |
|---------------|--------------|---|
| ADAC          | KomfortVario | x |
|               | Kompakt      |   |
|               | ECO          |   |
| AdmiralDirekt | Basis        |   |
|               | Komfort      |   |

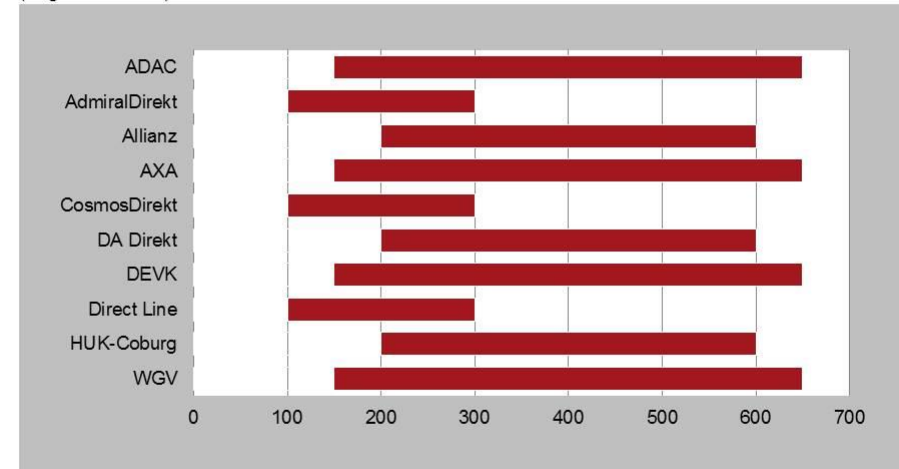
Quelle: Website der Versicherungsgesellschaften



In welcher Spannbreite bewegen sich die Versicherungsbeiträge der zehn Anbieter?

### Konditionen Beiträge

Beitragsspanne jährlicher Betrag für eine Kfz-Haftpflichtversicherung nach Nutzungsprofilen (Angaben in Euro)



Quelle: research tools



Marketing-Mix-Analyse  
Kfz-Versicherung 2015

Welches Produktportfolio offerieren die Anbieter?

# Beispielseiten (2)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Konditionen Beiträge

Kennzahlen der Beiträge für eine Kfz-Versicherung (fiktive Daten)

| Anbieter      | günstigster Tarif |
|---------------|-------------------|
| ADAC          | 404 (Profil 7)    |
| AdmiralDirekt | 439 (Profil 2)    |
| Allianz       | 404 (Profil 7)    |
| AXA           | 439 (Profil 2)    |
| CosmosDirekt  | 404 (Profil 7)    |
| DA Direkt     | 439 (Profil 2)    |
| DEVK          | 404 (Profil 7)    |
| Direct Line   | 439 (Profil 2)    |
| HUK-Coburg    | 404 (Profil 7)    |
| WGV           | 439 (Profil 2)    |

Quelle: Website der Versicherungsgesellschaften, Berechnung



**Welche Anbieter überzeugen bei Kundenanfragen mit hoher Antwortqualität?**

### Distribution

Servicecenter-Performance

#### Telefonanfragen

| Anbieter    | Erster Kontakt | Zeitspanne    |
|-------------|----------------|---------------|
| DA Direkt   | Bandansage     | 0:20<br>Ø: 15 |
| DEVK        | persönlich     |               |
| Direct Line | Bandansage     | 0:20<br>Ø: 15 |
| HUK-Coburg  | Bandansage     | 0:20<br>Ø: 15 |
| WGV         | persönlich     |               |

### Distribution

Präsenz in Vergleichsportalen

#### Erstplatzierung in Vergleichsportalen

| Anbieter      | Erstplatzierung |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    |
|---------------|-----------------|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
|               | 35              | 36 | 37 | 38 | 39 | 40 | 41 | 42 | 43 | 44 | 45 | 46 | 47 | 48 | 49 | 50 |
| ADAC          | 13              | 3  | 2  | 22 | 1  | 7  | 2  | 6  | 10 |    | 6  | 2  | 13 | 3  | 2  | 22 |
| AdmiralDirekt | 1               | 5  |    | 1  | 4  |    | 1  | 3  | 7  |    | 1  | 1  | 1  | 5  |    | 1  |
| Allianz       | 13              | 3  | 2  | 22 | 1  | 7  | 2  | 6  | 10 |    | 6  | 2  | 13 | 3  | 2  | 22 |
| AXA           | 1               | 5  |    | 1  | 4  |    | 1  | 3  | 7  |    | 1  | 1  | 1  | 5  |    | 1  |
| CosmosDirekt  | 13              | 3  | 2  | 22 | 1  | 7  | 2  | 6  | 10 |    | 6  | 2  | 13 | 3  | 2  | 22 |
| DA Direkt     | 13              | 3  | 2  | 22 | 1  | 7  | 2  | 6  | 10 |    | 6  | 2  | 13 | 3  | 2  | 22 |
| DEVK          | 1               | 5  |    | 1  | 4  |    | 1  | 3  | 7  |    | 1  | 1  | 1  | 5  |    | 1  |
| Direct Line   | 13              | 3  | 2  | 22 | 1  | 7  | 2  | 6  | 10 |    | 6  | 2  | 13 | 3  | 2  | 22 |
| HUK-Coburg    | 1               | 5  |    | 1  | 4  |    | 1  | 3  | 7  |    | 1  | 1  | 1  | 5  |    | 1  |
| WGV           | 13              | 3  | 2  | 22 | 1  | 7  | 2  | 6  | 10 |    | 6  | 2  | 13 | 3  | 2  | 22 |

Quelle: research tools



Marketing-Mix-Analyse  
Kfz-Versicherung 2015

# Beispielseiten (3)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Kommunikation Präsenz in Suchmaschinen

Platzierungen in Suchmaschinen (Angabe der Platzierung in den ersten 10 Ergebnissen)

| Anbieter      | 1 | 2 | 3 |
|---------------|---|---|---|
| ADAC          |   | 2 |   |
| AdmiralDirekt |   |   |   |
| Allianz       |   |   |   |
| AXA           |   | 2 | 1 |
| CosmosDirekt  |   | 2 |   |
| DA Direkt     |   |   |   |
| DEVK          | 1 |   |   |
| Direct Line   |   |   |   |
| HUK-Coburg    |   | 2 | 1 |
| WGV           |   | 2 |   |

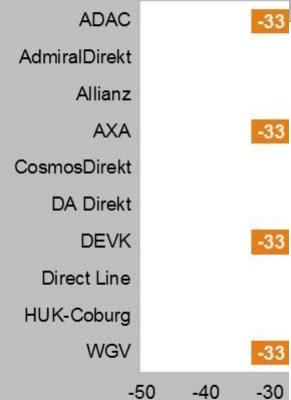
Quelle: research tools



**Welche Präsenz zeigen die Anbieter in Suchmaschinen?**

### Kommunikation Presseeffizienz

Presseeffizienz  
Berechnung: Anteil bei Presseartikeln minus



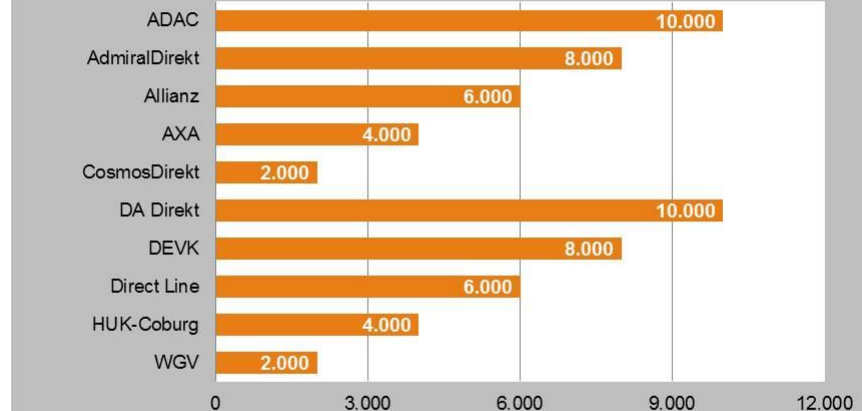
Quelle: Deutsche Tageszeitungen, Publikumszeitschriften u



**Welche Ausgaben für mediale Werbung tätigen die Versicherer?**

### Kommunikation Werbeaufwendungen

Werbeausgaben der Anbieter für Kfz-Versicherungen im Zeitraum August 2014 bis Juli 2015  
(Angaben in Tausend Euro)



Quelle: AdVision digital; Berechnungen durch research tools



Marketing-Mix-Analyse  
Kfz-Versicherung 2015

# Beispielseiten (4)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Kommunikation

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

| Anbieter      | Faceb. | Google+ |
|---------------|--------|---------|
| ADAC          | 20,0   | 20,0    |
| AdmiralDirekt | 40,0   | 20,0    |
| Allianz       | -      | 20,0    |
| AXA           | -      | -       |
| CosmosDirekt  | -      | -       |
| DA Direkt     | 20,0   | 20,0    |
| DEVK          | -      | -       |
| Direct Line   | -      | -       |
| HUK-Coburg    | -      | -       |
| WGV           | 20,0   | 20,0    |

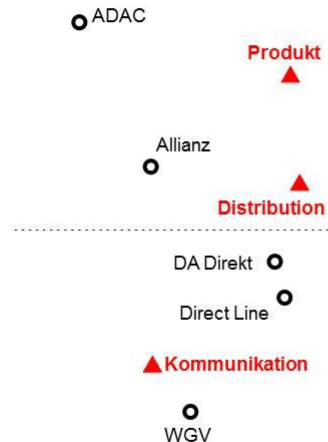
Quelle: research tools: \*\* Pressemitteilungen \*\* Presseartikl



In welchen PR-Medien weisen die Anbieter Stärken auf?

### Marketing-Positionierung

Positionierung/Ähnlichkeit der Anbieter

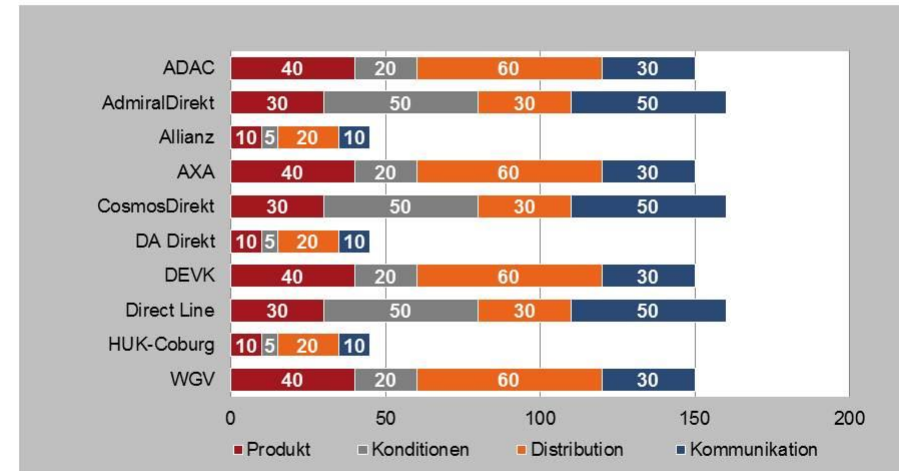


Welche Anbieter ähneln sich hinsichtlich ihrer Fokussierung auf einzelne Marketingbereiche?

### Marketingranking

Marketing-Mix gesamt

Marketing-Mix-Efforts (Angaben in Prozent)



Marketing-Mix-Analyse  
Kfz-Versicherung 2015



# 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 Kfz-Versicherung 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](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:

- Marketing-Mix-Analyse Wohngebäudeversicherung 2015
- Marketing-Mix-Analyse Risikolebensversicherung 2015
- Marketing-Mix-Monitoring Pflegebedürftigkeitsbegriff 2015
- Werbemarktanalyse Direktversicherungen 2015
- Marketing-Mix-Analyse Berufsunfähigkeitsversicherung 2015
- Marketing-Mix-Analyse Haftpflichtversicherung 2014

Seit 2005 arbeitete research tools für mehr als 50 Versicherer. In der Versicherungsbranche erschienen seit Anfang 2012 30 Marktstudien. In der Studienreihe Marketing-Mix-Analysen sind bisher 42 Marktstudien erschienen.