Frühbucherrabatt von 10% bei Bestellung bis zum 03.05.2019

Bild: © Maksim Kabakou / fotolia

Markenbarometer Assekuranz

Positionierung von Versicherermarken 2019

YouGov Markenbarometer Assekuranz

Stärke, Positionierung und Alleinstellungsmerkmale von Versicherermarken

Digitalisierung und Diversifizierung nehmen weiter zu, die **Kundentreue geht zurück**. Dies lässt die Bedeutung der Marke im Versicherungsmarkt weiter steigen. Marken bieten eine **schnelle Orientierung** bei der Anbietersuche. Marken geben häufig den **Ausschlag bei der Angebotsauswahl** im Anbietervergleich. Marken sind ein wichtiger **Vertrauensanker** für Interessenten wie für Kunden der Marke. Dabei wächst das Spektrum der Markentouchpoints um digitale Kontakt- und Werbekanäle weiter an. Dementsprechend sind eine **klare Positionierung** und eine **integrierte Markenkommunikation** wesentliche Erfolgsfaktoren für Versicherungsgesellschaften.

Das **YouGov Markenbarometer Assekuranz** bietet die **jährliche Messung der Stärke und Positionierung von Versicherermarken**. Mit über 8.000 Urteilen zu über 32 Marken aus Sicht von Kunden und Markenkennern gibt die Studie einen Überblick über **alle relevanten Versicherer im deutschen Markt**, verdeutlicht **Stärken, Handlungsfelder und Positionierungschancen**. Mit seiner in 2017 **erweiterten Itembatterie zu Markentouchpoints und -erlebnissen** trägt das Markenbarometer Assekuranz der steigenden Digitalisierung den veränderten Kundenbedürfnissen Rechnung.

Die Studie gibt Aufschluss über:

- **Markenstärke:** Markenbekanntheit, Relevant Set, First Choice, (Wieder-)Kaufbereitschaft, Zufriedenheit und Weiterempfehlungsbereitschaft Ihrer Marke im Vergleich zum Wettbewerb
- **Marktpotenzial** Ihrer Marke und Wettbewerbermarken
- **Markenpositionierung:** Markenkern, emotionale und funktionale Benefits und deren Relevanz für die Kaufbereitschaft, Positionierung Ihrer Marke im Wettbewerb, Positionierungsschwächen und -chancen
- **Markentouchpoints** und deren Relevanz für die Kaufbereitschaft

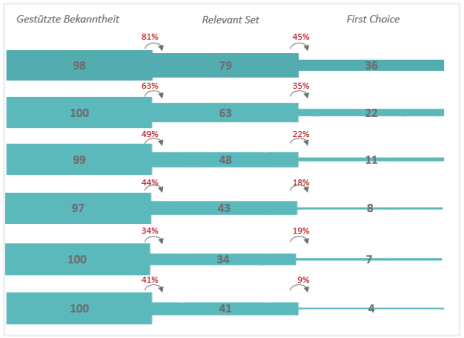
YouGov Markenbarometer Assekuranz 2019

Jährliches Monitoring mit neuen Features

- **Fragen, die das Markenbarometer Assekuranz beantwortet:**
  - Wie **stark** ist Ihre Marke aktuell im Vergleich zum Wettbewerb?
  - Wie hat sich die **Markenstärke im Vergleich zu 2018** verändert? (z.B. Bekanntheit, Relevant Set, First Choice, Übertragungsraten im Markenfunnel)
  - Wie **effizient** ist Ihre Marke? An welchen Stellen verlieren Sie Konsumenten im Markenfunnel?
  - **Wofür steht** Ihre Marke?
  - **Wie** wird Ihre Marke erlebt? Welche emotionalen und funktionalen Benefits werden wahrgenommen?
  - Welche Markenerlebnisse bzw. emotionalen und funktionalen Benefits **steigern die Kaufbereitschaft**?
  - **Wo**, an welchen Touchpoints **begegnen** Kunden Ihrer Marke?
  - Wie wirken **die einzelnen Markentouchpoints** auf die **Kaufbereitschaft**?
- **Seit 2017 wird folgendes mit erhoben:**
  - Die **Anreicherung der emotionalen und funktionalen Benefits** zur Erfassung der Markenerlebnisse trägt den unterschiedlichen Positionierungsstrategien und den Merkmalen der Digitalisierung noch stärker Rechnung
  - **Anreicherung und Ausdifferenzierung der Markentouchpoints** insbesondere im Bereich der digitalen Kanäle
  - Die **Einbindung des YouGov BrandIndex** bringt Mehrwert für die Einschätzung der Markenstärke und harmonisiert die YouGov Markeninstrumente.
  - Die **Vereinfachung der Messung von Markenerlebnissen** gibt **spontanen emotionalen Eindrücken** stärkeres Gewicht und passt das Befragungsformat an die steigende Teilnahme über mobile Endgeräte an

Handlungsorientiertes Reporting

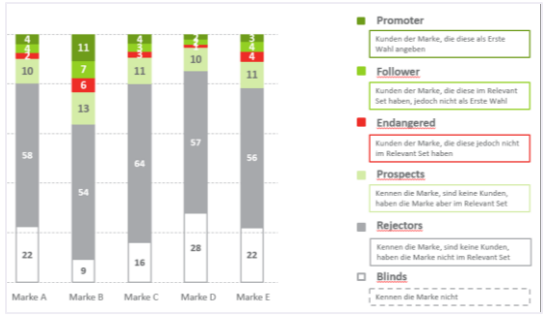
Diese Ergebnisse erhalten Sie zur Markenstärke (Beispiele)



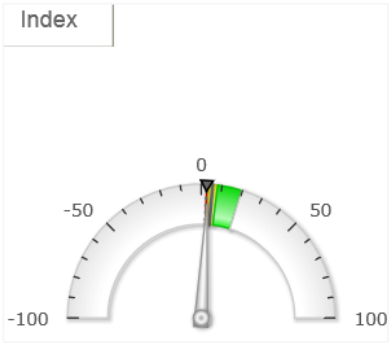
Die Funnelanalyse gibt Auskunft über Ihre Markenstärke und -effizienz:

- **Vergleich mit Wettbewerbern:** Wie stark ist Ihre Marke im Markt? Wie gut schöpft sie Potenziale aus? An welchen Stellen sollte die Ausschöpfung erhöht werden? Welche Ziele sind realistisch?
- **Längsschnitt:** Wo wurde die Ausschöpfung gegenüber 2018 gesteigert?

Die Marktpotenzialanalyse zeigt, wo Ihre Marke im Markt steht und welche Potenziale gehoben werden können



YouGovBrandIndex

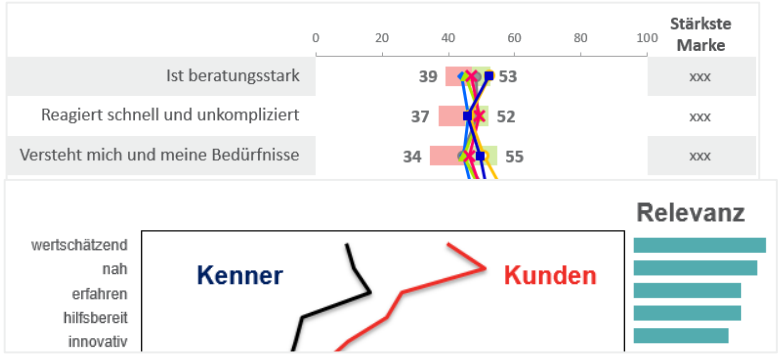


Der Index über 6 Bewertungsdimensionen liefert ein prägnantes, validiertes Maß zur Einschätzung Ihrer Marke im Wettbewerbsvergleich

Impression Von welchen Marken haben Sie einen allgemein positiven / negativen Eindruck?
Recommendation Welche Marken würden Sie einem Freund oder Kollegen empfehlen / von abraten?
Quality Welche Marken stehen Ihrer Meinung nach für gute / schlechte Qualität?
Value Welche Marken stehen Ihrer Meinung nach für ein gutes / schlechtes Preis-Leistungs-Verhältnis?
Reputation Für welche Marken wären sie stolz / wäre es Ihnen unangenehm zu arbeiten?
Satisfaction Von welchen der Marken würden Sie sich als zufriedenen / unzufriedenen Kunden bezeichnen?

Handlungsorientiertes Reporting

Diese Ergebnisse erhalten Sie zur Markenstärke (Beispiele)

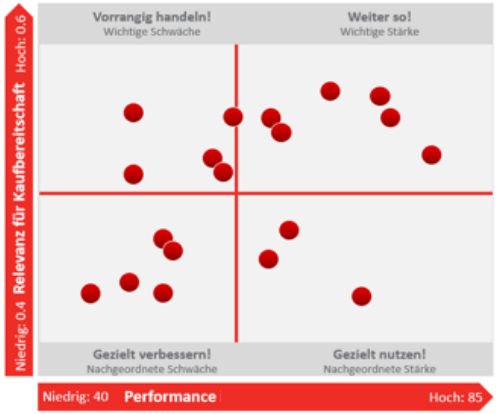


Imageprofile liefern eine detaillierte Analyse Ihrer Markenpositionierung

- **Vergleich mit Wettbewerbern:** Wie positioniert sich Ihre Marke? Was sind die Alleinstellungsmerkmale? Wer positioniert sich hier noch stärker?
- **Vergleich von Kennern und Kunden:** Wo sehen Kunden die Stärken Ihrer Marke? Welche Benefits müssen Kennern stärker kommuniziert werden?
- **Treiberanalyse:** Wie relevant sind die einzelnen emotionalen und funktionalen Benefits für die Kaufbereitschaft bei Ihrer Marke?

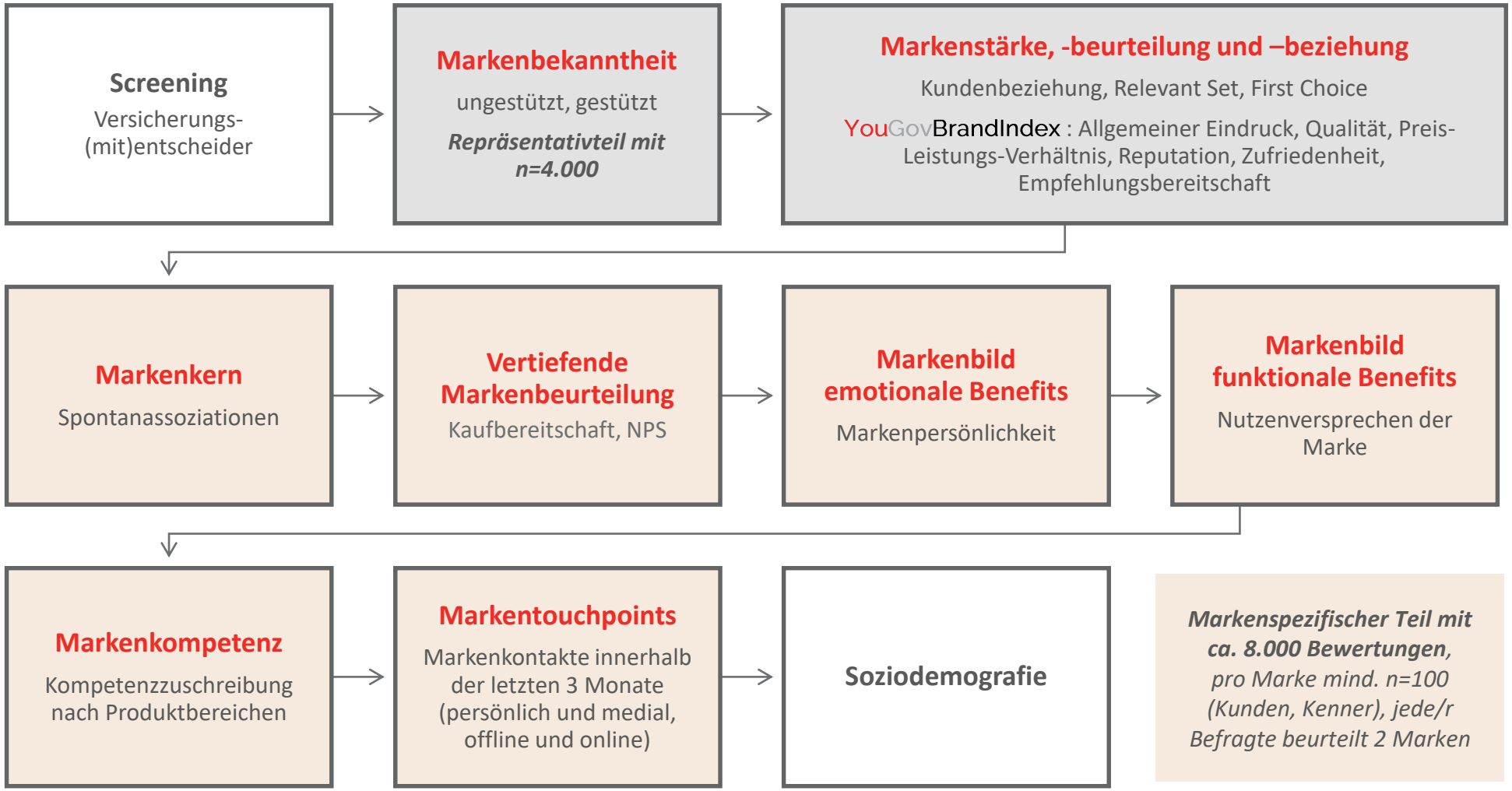
Die Erfolgsfaktorenmatrix zeigt Stärken und Handlungsfelder auf

- Ordnet emotionale und funktionale Benefits nach **Relevanz** für die Kaufbereitschaft und **Performance** Ihrer Marke im Vergleich zum Wettbewerb
- Sie erhalten ein Stärken-Schwächen-Profil Ihrer Marke
- Handlungsfelder treten klar hervor



Fragebogenaufbau

Markenbarometer Assekuranz 2019



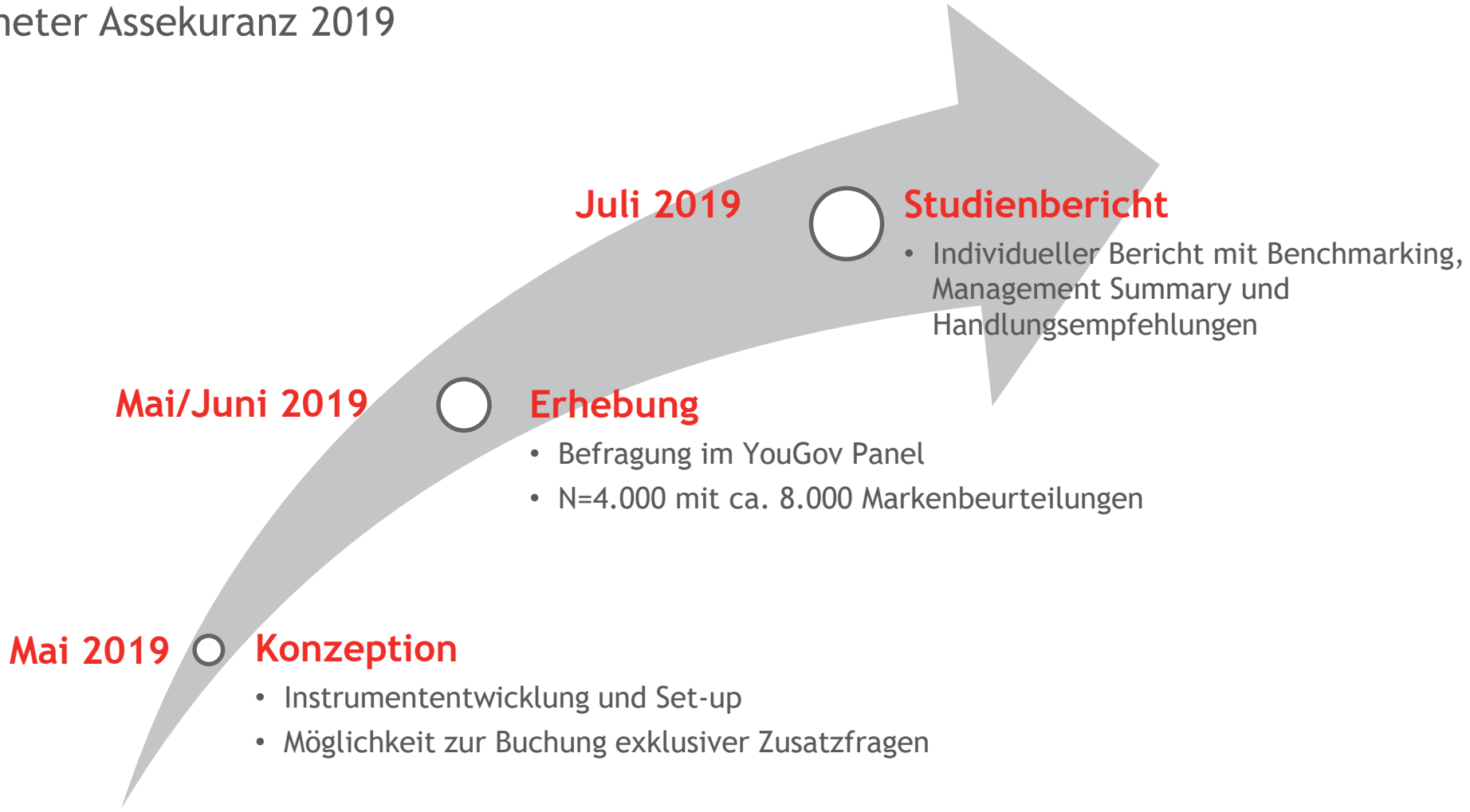
Eckdaten zur Studie

Markenbarometer Assekuranz 2019

Methodik	**Quantitative Online-Befragung** im YouGov Panel mit **ca. 15 Minuten** Dauer
Erhebungszeitraum	Ende Mai bis Anfang Juni 2019
Zielgruppe	**Versicherungs(mit)entscheider** ab **18 Jahren**
Stichprobengröße	Bis zu **8.000 Markenbeurteilungen** von **4.000 Befragten** jeder Befragte beurteilt bis zu 2 Marken (sofern 2 Marken bekannt sind)
Priorisierung und Gewichtung	• **Priorisierte Zuweisung:** Um auch marktschwächere Versicherer und Aufstockungen von Beziehern abzubilden, werden teilw. gezielt Kunden bzw. Kenner dieser Versicherer gezogen. Für die Gesamtbewertung wird daher (zusätzlich zur bevölkerungsrepräsentativen Gewichtung) nach den Kunden- und Marktanteilen gewichtet • **Gewichtung:** Um repräsentative Aussagen für die einzelnen Marken zu erhalten, wird dann eine Gewichtung der Beurteilungen entsprechend der repräsentativen Kunden- und Kennerverteilung je Marke vorgenommen
Bericht	Individueller Powerpoint-Bericht mit Benchmarking Ende **Juli 2019**

Zeitplan und Termine

Markenbarometer Assekuranz 2019



Mai 2019 — **Konzeption**

- Instrumentenentwicklung und Set-up
- Möglichkeit zur Buchung exklusiver Zusatzfragen

Mai/Juni 2019 — **Erhebung**

- Befragung im YouGov Panel
- N=4.000 mit ca. 8.000 Markenbeurteilungen

Juli 2019 — **Studienbericht**

- Individueller Bericht mit Benchmarking, Management Summary und Handlungsempfehlungen

Marken, die einbezogen werden können

Bestellformular

Frühbucherrabatt von 10% auf den Studienbericht bei Bestellung bis zum 03.05.2019

Bestellungen per E-Mail an info@yougov.de oder per Fax +49 221 420 61-100

Hiermit bestelle ich verbindlich (bitte ankreuzen):	**Listenpreis**
☐ Quantitative Studie mit bis zu 5 Benchmarks*, Fallzahl von n=min. 100 Befragten (Kunden und Kenner; Ausnahme: bei geringem Marktanteil, z.B. bei Direktanbietern) Individueller pptx-Bericht mit ca. 40 Seiten, Action Titles, Management Summary und Empfehlungen	4.900 EUR
☐ Schaltung exklusiver Zusatzfragen für die eigene Marke (Auswertung in Sonderkapitel), Preis pro einfacher Frage (bitte Anzahl gewünschter Zusatzfragen eintragen)**	400 EUR
☐ Aufstockung auf n=100 Kunden und n=100 Kenner für Ihre Marke***	1.350 EUR
☐ Ergebnispräsentation (nur in Verbindung mit Bezug der quantitativen Studie, zzgl. Reisekosten)	2.200 EUR

Wir behalten uns vor die Studie bei weniger als 5 Beziehern nicht oder zu einem späteren Zeitpunkt durchzuführen.

alle Preise zzgl. gesetzl. MwSt.

Name, Vorname: _____

Unternehmen: _____

Funktion, Abteilung: _____

Straße: _____

PLZ, Ort: _____

Telefon: _____

E-Mail: _____

Ort, Datum: _____

Unterschrift:

_____

* Bereitstellung von mehr als 5 Benchmarks auf Anfrage möglich; Auswahl bitte auf Folgeseite ankreuzen

** Beauftragung exklusiver Zusatzfragen nur möglich bis 15.5.2019

*** Bei einem Marktanteil von mind. 5%

Bitte wählen Sie fünf Benchmarks für Ihren Bericht aus

Weitere Benchmarks auf Anfrage gegen Aufpreis

- ☐ Allianz
- ☐ Allsecur
- ☐ Alte Leipziger
- ☐ ARAG
- ☐ AXA
- ☐ Barmenia
- ☐ Central
- ☐ Continentale
- ☐ CosmosDirekt
- ☐ DA Direkt
- ☐ Debeka
- ☐ DEVK
- ☐ DKV
- ☐ ERGO
- ☐ ERGO Direkt
- ☐ EUROPA
- ☐ Generali
- ☐ Gothaer
- ☐ Hannoversche
- ☐ HanseMerkur
- ☐ HDI
- ☐ HUK-COBURG
- ☐ HUK24
- ☐ LVM
- ☐ Nürnberger
- ☐ Provinzial
- ☐ R+V
- ☐ SIGNAL IDUNA
- ☐ Verti
- ☐ VHV
- ☐ Volkswohl Bund
- ☐ Württembergische
- ☐ WWK
- ☐ Zurich

Haben Sie Fragen?

Sprechen Sie uns gerne an

Bild: © Markus Bollen

Katja Drygala
Senior Consultant

T +49 221 42061 - 558
Katja.Drygala@yougov.de

Katharina Brachthäuser
Consultant

T +49 221 42061 - 424
Katharina.Brachthaeuser@yougov.de