



Marketing Haftpflicht: soziale Medien werden kaum genutzt

Für die „Marketing-Mix-Analyse Haftpflichtversicherung 2019“ hat research tools von zehn Versicherern deren spezifische Marketingaktivitäten analysiert.

Nutzung von Vergleichsportalen

Beim Produkt Haftpflicht haben Vergleichsportale eine bedeutende Rolle, allerdings sind fünf der zehn Versicherer in weniger als 30 Prozent der relevanten Preisvergleiche gelistet. Dabei fällt auf, dass die fünf anderen Versicherer in deutlich mehr als der Hälfte der Vergleichsportale vertreten sind. Dabei erreicht einzig die Gothaer Versicherung mit ihrer Listung in 18 der 20 untersuchten Vergleichsportalen annähernd lückenlose Präsenz. Der Anbieter Adam Riese nutzt 15 Preisvergleiche und erzielt mit einem Anteil von 32 Prozent aller Top 10-Platzierungen die beste Performance.

Nutzung von Suchmaschinenanzeigen

Suchmaschinenanzeigen werden im Bereich Kommunikation von allen zehn analysierten Versicherern eingesetzt. Die Möglichkeiten der medialen Kommunikation nutzt hingegen nur die Hälfte der Versicherer. Überwiegend wird in TV und Internet geworben.

Nutzung von sozialen Medien

Die sozialen Medien spielen bei der Kommunikation der Haftpflichtversicherung nur eine Nebenrolle. Zwar posten sieben Versicherer Relevantes, in der Summe ist der Impact

mit 20 Beiträgen in Facebook sowie jeweils einem Beitrag in Twitter und YouTube jedoch überschaubar.

Marketing-Mix-Analyse Haftpflichtversicherung 2019

Product

➤ **Ø 11,3**
Haftpflicht-
versicherungsprodukte
pro Anbieter



Top-Service
Kundendienst:
➤ **Getsafe**

Place



höchste Anzahl angebotener
Kontaktwege: ➤ **CosmosDirekt**

Marketing-Mix Haftpflichtversicherung

häufig günstigster
Versicherer:

➤ **WGV**

Price



➤ **Ø 9,4** Pressemeldungen
pro Anbieter p.a.

➤ **Ø 2,2** Postings
in Social Media
pro Anbieter p.a.

Promotion



Quelle: Marketing-Mix-Analyse Haftpflichtversicherung 2019 / research tools



Quelle:

Marketing-Mix-Analyse-Haftpflichtversicherung-2019-research-tools

Versicherungs- und Finanznachrichten

expertenReport



<https://www.experten.de/id/4918259/marketing-haftpflicht-soziale-medien-werden-kaum-genutzt/>