



# Markenbarometer Assekuranz 2013

Markenpositionierungs-Untersuchung

Durchführung mit überarbeitetem Ansatz Brand.Engine



YouGov  
T +49 221-42061-0

[www.yougov.de](http://www.yougov.de)

Februar 13

Dr. Oliver Gaedeke | [oliver.gaedeke@yougov.de](mailto:oliver.gaedeke@yougov.de) | +49 221 42061 364  
Stephanie Müller | [stephanie.mueller@yougov.de](mailto:stephanie.mueller@yougov.de) | +49 221 42061 436

**YouGov**<sup>®</sup>  
What the world thinks

# Brand.Engine® „reloaded“

## Erweitertes Konzept zur Erfassung der Markenstärke und -positionierung

- Erstmalig wird das Markenbarometer Assekuranz auf dem neuen, umfassenden Modell der Brand.Engine basieren
- Das Modell erfasst sowohl **Markenstärke** als auch **Markenpositionierung** im Vergleich zum Wettbewerb und gibt Ihnen einen umfassenden Überblick über den Status Quo im deutschen Versicherungsmarkt bei Privatkunden:
  - Wie stark ist Ihre Marke aktuell im Vergleich zum Wettbewerb?
  - Wie kann man diese Markenstärke verbessern?
  - **Neu:** An welchen Touchpoints begegnen Kunden einer Marke?
  - **Neu:** Wie relevant sind die jeweiligen Touchpoints für das Markenerlebnis?
  - Welche sensorischen, kognitiven, affektiven und sozialen Markenerlebnisse sind wichtige Treiber für die Kaufbereitschaft?
  - Welches ist das zentrale Markenversprechen einer Marke? Wofür steht eine Marke im Kern?
- Eine weitere **Neuerung** ist eine vergleichende Markenbeurteilung in der Erhebung.

### Die Brand.Engine...

- ▶ zeigt Ihnen die **Stärken** und **Schwächen** Ihrer Marke im Vergleich zum Wettbewerb auf
- ▶ Liefert konkrete Hinweise darauf, welche **Stellschrauben** relevant sind um den Erfolg Ihrer Marke zu verbessern

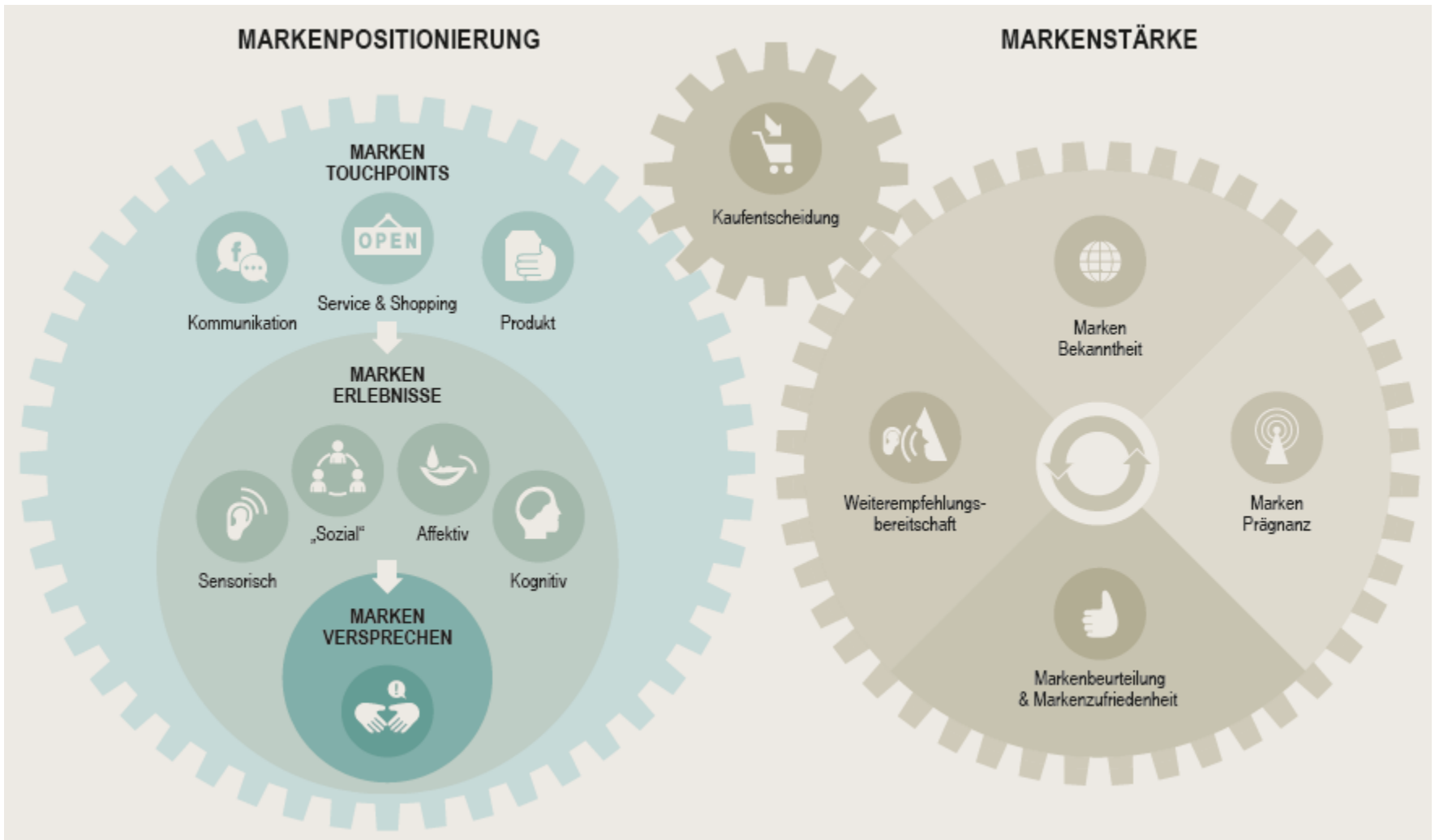
# Vorläufige Gliederung

## Die neue BrandEngine<sup>®</sup> - Das Triebwerk zur Markenstärke

- Management Summary
- Methode und Stichprobe
- Markenstärke
  - Markenbekanntheit
  - Prägnanz
  - Sympathie
  - (Wieder-) Kaufbereitschaft
  - Zufriedenheit und Weiterempfehlungsbereitschaft
- Markenpositionierung
  - Markenversprechen/ Markenkern
  - Markenerlebnisse
  - Wahrgenommene Markentouchpoints
  - Bewertung der Erlebnisse an den Markentouchpoints

# Inhalte der Markenuntersuchung

(Vorläufige) Grafik zum Markenmodell Brand.Engine



# Studienüberblick

## Stichprobe und Grundgesamtheit

- Markenbeurteilungen von ca. 2.000 Panelisten des YouGov Panels
- Befragt wurden Finanzentscheider oder Mitentscheider im Alter zwischen 18 und 69 Jahren

## Methodik

- Online-Interviews von ca. 15 Minuten Dauer
- Differenzierte Darstellung der Markenstärke und -positionierung aus Sicht von Kunden & Markenkennern
- Erhebungszeitraum: voraussichtlich Frühjahr / Sommer 2013
- Gewichtung: bevölkerungsrepräsentative Gewichtung der Online-Stichprobe

## Untersuchte Marken werden in Abstimmung mit Ihnen festgelegt, zum Beispiel:



# Bestellung des Markenbarometer Assekuranz per FAX an YouGov: 0221-42061-100 z. H. von Frau Stephanie Müller

## Studienbestellung

bitte ankreuzen	Leistungsangebote		Preise zzgl. der ges. MwSt.
<input type="checkbox"/>	Bezug der quantitativen Studie mit Benchmarks von bis zu 5* weiteren Marken, Fallzahl von n=min. 100 Kunden und Kenner (außer bei geringem Marktanteil, z. B. bei Direktanbietern)		3.900 €
<input type="checkbox"/>	Schaltung von exklusiven Zusatzfragen für die eigene Marke, je Frage	Auswertung in Sonderkapitel	250 €
<input type="checkbox"/>	Aufstockung für n=100 Kunden und n=100 Kenner		950** €
<input type="checkbox"/>	Ergebnispräsentation		1.900 €
<input type="checkbox"/>	Mit unserer Bestellung akzeptieren wir die AGB ( <a href="#">Download als pdf</a> ) und die Regelungen zu Mehrbezieherstudien (vgl. übernächste Seite).		

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

\*\* Bei einem Marktanteil von mind. 5%

*Wir behalten uns vor, die Studie nur bei einer Mindestanzahl von 5 Bestellern durchzuführen*

<b>Name, Vorname:</b>	_____	<b>Strasse:</b>	_____
<b>Unternehmen:</b>	_____	<b>PLZ, Ort:</b>	_____
<b>Funktion, Abteilung:</b>	_____	<b>Telefon, Email:</b>	_____
		<b>Unterschrift:</b>	_____

# Bitte wählen Sie fünf Benchmarks für Ihren Bericht aus

## Auswahl der Benchmarks

- Allianz
- ADAC
- ARAG
- Asstel
- AXA
- Barmenia
- CosmosDirekt
- DA Direkt
- DEVK
- DKV
- ERGO
- ERGO Direkt
- Generali
- Gothaer
- Hannoversche
- HanseMerkur
- HDI
- HUK-COBURG
- HUK24
- LVM
- Provinzial
- R+V
- Signal Iduna
- Versicherungskammer Bayern
- VHV
- Zurich

# Nutzungsrechte von YouGov-Mehrbezieherstudien

## Bitte beachten Sie unsere Eigentumsrechte

- Diese Studie sowie alle einzelnen Studienergebnisse sind Eigentum der YouGov AG.
- Studienbezieher ist nur eine unternehmensinterne Verwendung der Studienergebnisse gestattet. Die Weitergabe an Dritte ist nicht gestattet.
  - Einzelne Ergebnisse dürfen ohne Rücksprache mit YouGov den Außendienstmitarbeitern (Ausschließlichkeitsvertrieb) des eigenen Unternehmens zur Verfügung gestellt werden. Dies gilt auch z. B. für Vertriebsmitarbeiter in kooperierenden Sparkassen. Dabei wird nicht die komplette Studie weitergeleitet, sondern Auszüge oder Einzelergebnisse.
- Veröffentlichungen in der Presse sind auszugsweise möglich, bedürfen aber auf jeden Fall der textlichen Zustimmung durch die YouGov AG.
  - Die Veröffentlichung eigener gesellschaftsbezogener Ergebnisse ist u. U. möglich (Fallzahlen beachten!), Wettbewerberergebnisse sind von einer Veröffentlichung ausgeschlossen.
  - Veröffentlichungen erfolgen grundsätzlich unter der Angabe der Quelle (Studiename, YouGov als Hrsg., ggf. öffentlich genannte Unterstützer und Jahr).
- Bei der Veröffentlichung einzelner Ergebnisse, z. B. eigener gesellschaftsbezogener Ergebnisse unterstützen wir Sie gerne.
- Bitte wenden Sie sich hierzu an den Studienleiter.