

MARKETAGENT.COM

Digitale Markt- und Meinungsforschung



Insurance Slogan-Check

Ergebnis-
Abriss

November 2015



Umfrage-Basics/ Studiensteckbrief:

Methode:	Computer Assisted Web Interviews (CAWI)
Instrument:	Online-Interviews über die Marketagent.com reSEARCH Plattform
Respondenten:	web-aktive Personen aus Österreich zwischen 18 und 69 Jahren
Sample-Größe:	n=1.012 Netto-Interviews (Kernzielgruppe), Random Selection nach Quoten
Erhebungszeitraum:	19.10.2015 – 04.11.2015
Screening:	Alter, Bekanntheit von zumindest einem der genannten Slogans
Grundgesamtheit:	web-aktive Personen aus Österreich zwischen 18 und 69 Jahren
Incentives:	geldwerte Bonuspunkte
Umfang:	24 offene/geschlossene Fragen
Studienleitung:	Marketagent.com, Mag. Dominique Ertl
Kontakt:	d.ertl@marketagent.com
Investitionskosten:	€ 1.690,- zzgl. MwSt. für die gesamte Studie



Versicherungslogans im Test:

- Denk UNIQA.
- Der führende Spezialist im Rechtsschutz.
- Die Versicherung auf Ihrer Seite.
- Die Versicherung ohne Wenn und Aber.
- Einfach besser fahren.
- Finanzieren. Vorsorgen. Versichern.
- Flexibel wie das Leben.
- Hoffentlich Allianz.
- Ihre Sorgen möchten wir haben.
- Keine Sorgen.
- Reden wir übers Leben.
- Schutz und Sicherheit im Zeichen der Burg.
- Um zu verstehen, muss man zuhören.
- Versichern heißt verstehen.
- Was immer Sie vorhaben. Wir sind für Sie da.
- Wir begleiten Sie ein Leben lang.
- Wir schaffen das.
- Wir versichern das Wunder Mensch.
- Zürich macht's wieder gut!



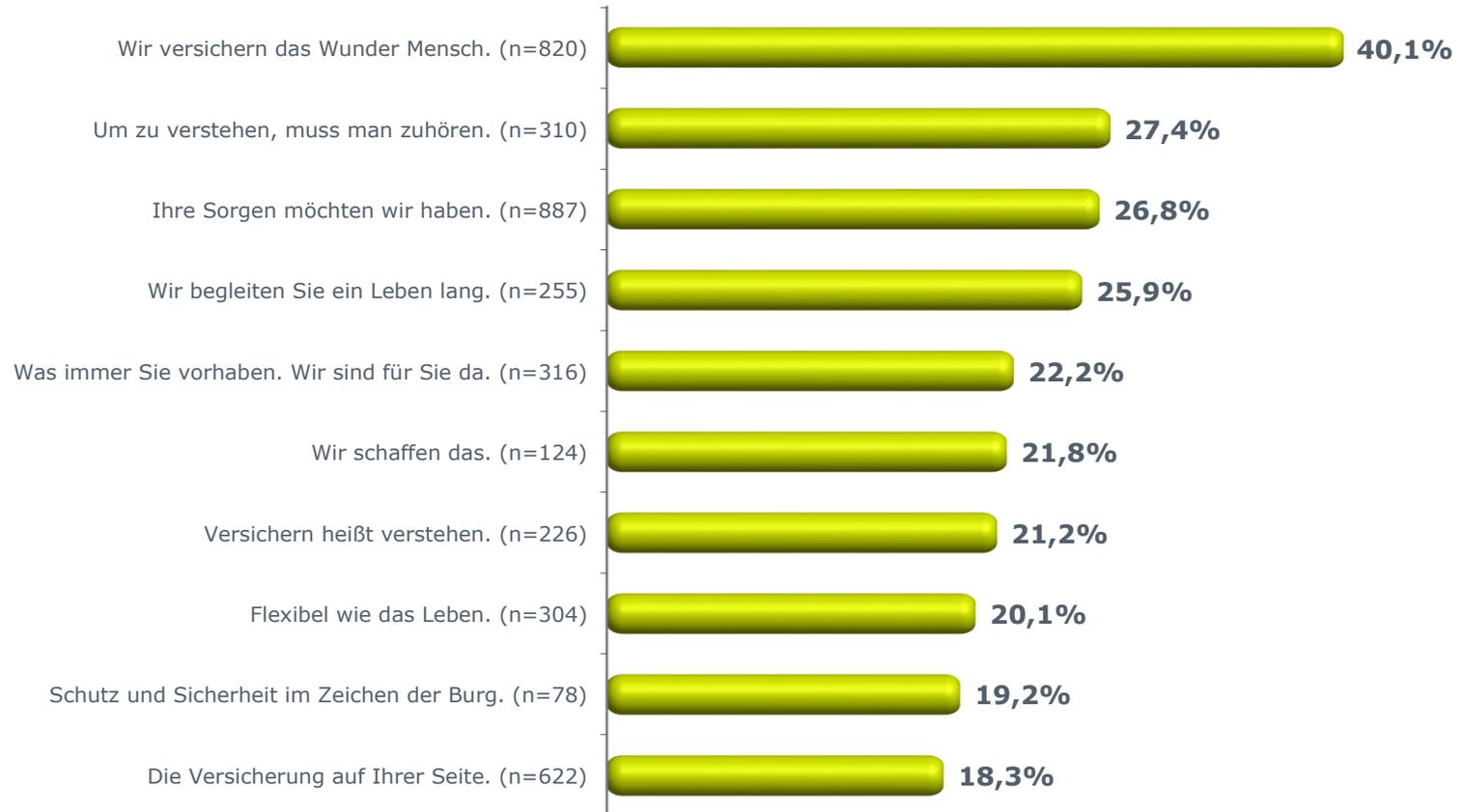
Erkenntnisinhalte:

- **Spontane** und **gestützte Bekanntheit** der Slogans
- **Eigenschaftsbewertung** der jeweiligen Slogans (ansprechend, einprägsam, glaubwürdig, hebt sich von anderen Slogans ab, modern, innovativ, originell, sympathisch, seriös, verständlich, weckt Interesse, unverwechselbar, nervig etc.)
- **Gefälligkeit** der jeweiligen Slogans
- **Slogan-Zuordnung** zu den Versicherungen
- **Category-Fit** und **Brand-Fit** der jeweiligen Slogans
- Analyse des **Kundenstatus**



Der Slogan „Wir versichern das Wunder Mensch“ ist am sympathischsten.

Top-Box: bewertet mit "sehr sympathisch" (5-stufige Skalierung) – Top 10 von 19



(Basis: Respondenten kennen die jeweiligen Versicherungslogans)

Inwieweit sind Ihnen die folgenden Versicherungslogans sympathisch? [...]



Die 10 (von 19) verständlichsten Versicherungslogans:

Top-Box: bewertet mit "sehr verständlich" (5-stufige Skalierung)



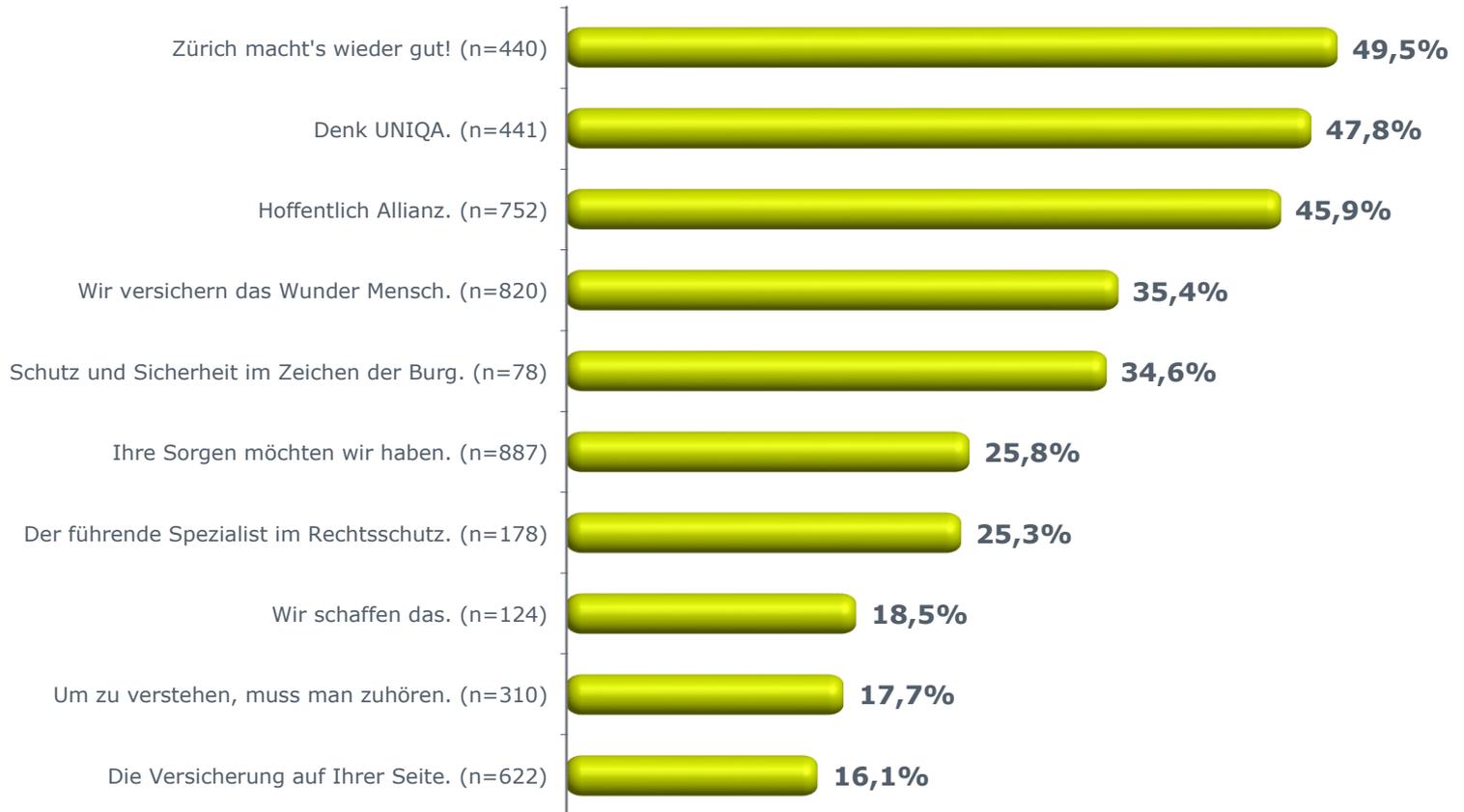
(Basis: Respondenten kennen die jeweiligen Versicherungslogans)

Inwieweit empfinden Sie die folgenden Versicherungslogans als verständlich? Damit meinen wir, inwieweit haben die folgenden Slogans eine klare Aussage? [...]



Der Slogan „Zürich macht's wieder gut“ ist der unverwechselbarste Versicherungslogans:

Top-Box: bewertet mit "sehr unverwechselbar" (5-stufige Skalierung)



(Basis: Respondenten kennen die jeweiligen Versicherungslogans)

Inwieweit empfinden Sie die folgenden Versicherungslogans als unverwechselbar? [...]



**Dominique Ertl, Mag.
d.ertl@marketagent.com
+43 (0) 2252 – 909 009 – 27**

**Mühlgasse 59
A-2500 Baden**

www.marketagent.com

