



Studiensteckbrief

Studie Vergleichsportal-Marketing Versicherungen 2014

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar, research-tools.net

Januar 2014



research tools

Marktforschung
für Innovation und Handlungssicherheit

Studiensteckbrief Studie Vergleichsportal-
Marketing Versicherungen 2014

Informationen zur Studie

Key facts (Auswahl):

- 163 Versicherer bewerben auf weit über 100 Vergleichsportalen ihre Finanzprodukte
- etwa die Hälfte der Top 20 Versicherer im Portalmarketing sind kleinere Anbieter
- ARAG, DEVK und Gothaer sind die bestplatzierten Großversicherungen
- der Vergleichsportalmarketing-Gesamtsieger belegt in vier der zehn Produktkategorien vordere Plätze
- kein Versicherer erreicht in mehr als einer Produktkategorie den ersten Rang
- unter den wichtigsten 20 Vergleichsportalen für Versicherungsprodukte finden sich nur wenige Allroundportale. Spezialportale dominieren
- das wichtigste Vergleichsportal führt das Ranking mit erheblichem Vorsprung vor den Nächstplatzierten an

Informationen zur Studie

Sie möchten wissen:

- welche Versicherer in den zahlreichen Online-Vergleichsportalen präsent sind und welche Platzierung sie dort einnehmen?
- welche Produktgruppen der Versicherer auf den Online-Vergleichsportalen im Vordergrund stehen?
- welche Sonderplatzierungen von Versicherungen auf den Vergleichsportalen vorgenommen wurden?
- welche Versicherer zu den Top 20 im Vergleichsportalmarketing gehören und wo sie ihre Schwerpunkte setzen?
- welche Bedeutung die zehn untersuchten Produktkategorien bei den Top 20 Versicherern aufweisen?
- welches die Top 10 Versicherer innerhalb der einzelnen Produktkategorien sind?
- welche Vergleichsportale in welchen Produktkategorien bedeutsam sind?
- welches die Top 20 Online-Vergleichsportale sind und wie viele Versicherer in den einzelnen Produktkategorien verglichen werden?

Informationen zur Studie

Forschungsdesign:

Untersucht wurde die Präsenz und Platzierung von Versicherern auf deutschen Online-Vergleichsportalen. Die Datenbasis bilden eigene Erhebungen in Vergleichsportalen und deren Präsenz in Online-Suchmaschinen. Insgesamt wurden 100 Portale und 163 Versicherer analysiert. Ergebnisse liegen häufig differenziert für zehn Produktkategorien vor: Private Haftpflichtversicherung, Kfz-Versicherung, Private Krankenversicherung, Zahnzusatzversicherung, Berufsunfähigkeitsversicherung, Kapitallebensversicherung, Rentenversicherung, Rechtsschutzversicherung, Hausratversicherung, Wohngebäudeversicherung.

Die 120 Seiten umfassende Studie ist für 4.800 EUR zuzüglich Mehrwertsteuer erhältlich und wird als PDF- und PowerPoint-Datei per CD zur Verfügung gestellt.

Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	4
➤ Forschungsdesign	9
➤ Präsenz der Versicherer auf Vergleichsportalen	15
▪ Kennzahlen der Portalpräsenz (alle Versicherer)	19
▪ Indizes und Ränge der Portalpräsenz (alle Versicherer)	36
▪ Sonderplatzierung der Versicherer auf den Vergleichsportalen	53
▪ Nutzung der Top 20 Vergleichsportale (Top 20 Versicherer)	59
▪ Kennzahlen der Portalpräsenz (Top 20 Versicherer)	61
▪ Indizes und Ränge der Portalpräsenz (Top 20 Versicherer)	63
▪ Anzahl der genutzten Portale nach Produktkategorie (Top 20 Versicherer)	65
▪ Produktschwerpunkte (Top 20 Versicherer)	67

©Jasminko Ibrakovic/123RF.COM

Inhaltsverzeichnis

➤ Produktkategorie	69
▪ Anteil der gelisteten Versicherer an allen Versicherern in den Produktkategorien	72
▪ Anteil der gelisteten Top 20 Versicherer in den Produktkategorien	73
▪ Anteil der Portale in den Produktkategorien	74
▪ Rankingumfang in den Produktkategorien	75
▪ Top 10 Versicherer in den Produktkategorien	85
➤ Vergleichsportale	95
▪ Portalart	98
▪ Suchtreffer- und Anzeigenplatzierungen der Vergleichsportale nach Produktkategorie (alle Portale)	101
▪ Suchtreffer- und Anzeigenplatzierungen der Vergleichsportale nach Produktkategorie (Top 20 Portale)	112
▪ Anzahl der gelisteten Versicherer in den Portalen nach Produktkategorie (Top 20 Portale)	115
▪ Abschlussmöglichkeiten der Portale (Top 20 Portale)	117
➤ Kontakt	119

Beispielseiten (1)

Präsenz der Versicherer auf Vergleichsportalen

Kennzahlen der Portalpräsenz (alle Versicherer)

Kennzahlen der Vergleichsportalphäsenz (1/17)

Versicherer	Anzahl d. Portale	Anzahl Listun
AachenMünchener	4	7
ADAC	3	3
Adcuri	33	45
Adler	1	1
AdmiralDirekt	23	23
ADVOCARD	44	44
Aeguron	3	6
Ageas	1	1
AIG		9
Allianz		52

* dominierende Produktg portal-Marke

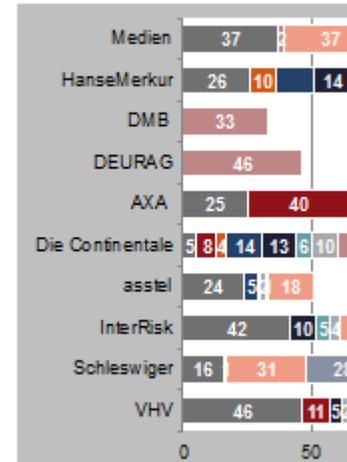


Wo setzen die Top 20 Versicherer ihre Produktschwerpunkte?

Präsenz der Versicherer auf Vergleichsportalen

Anzahl der genutzten Portale nach Produktkategorie (Top 20 Versicherer)

Anzahl der genutzten Portale* nach Produktkategorie (2/2) (Angaben in absoluten Werten)



Präsenz der Versicherer auf Vergleichsportalen

Produktschwerpunkte (Top 20 Versicherer)

Produktschwerpunkte der Versicherer (1/2) (Angaben als Rang von allen Versicherungen)

Versicherer	HP	KFZ	PKV	ZZ	BU	LV	RV	RS	HR	WG
degenia	9							7	3	YY
Grundeigentümer	7								6	YY
BavariaDirekt	10	ZZ		18					10	
janitos	X	28		5					YY	14
ARAG	25		2	2			51	X	33	
NV	X								YY	20
DEVK	29	10	21			7	19	X	13	27
SwissLife	X				10	42	9		12	
Gothaer	14	33	16	24	7	19	15		7	ZZ
KS/Auxilia								XX		

Setzen Ihre Wettbewerber auf breite Streuung in vielen Portalen oder auf gezielte Schwerpunkte?

Anmerkung: Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten



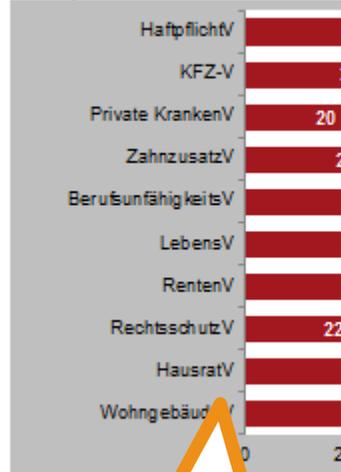
Studie Vergleichsportalmarketing Versicherungen 2014

Beispielseiten (2)

Produktkategorien

Anteil der gelisteten Versicherer an allen Versicherern in den Produktkategorien

Anteil der gelisteten Versicherer an allen Versicherern in den Produktkategorien (Angaben in Prozent)



Lesbeispiel: 55% aller Versicherer sind gelistet



Produktkategorien

Top 10 Versicherer in den Produktkategorien

Zahnzusatzversicherung (4/10)

Versicherer	Anzahl der Portale	Anzahl d. Listungen
AXA	X8	X8
ARAG	X8	X8
DKV	X8	X8
R+V	X3	X3
janitos	X4	X4
Barmenia	X7	X7
die Bayerische	X1	X1
ERGO	X3	X3
Universa	X3	X3
Allianz	X5	X5

Wer ist der führende Versicherer in der Produktkategorie Zahnzusatzversicherung?

Vergleichsportale

Suchtreffer- und Anzeigenplatzierungen der Vergleichsportale nach Produktkategorie (Alle Portale)

Suchtreffer- und Anzeigenplatzierungen der Vergleichsportale nach Produktkategorie (6/11)

Portal	Suchtreffer/Anzeigen (Angaben in Prozent von max.)										Index*	Rang
	HaftpflichtV		KrankenV		LebensV			Rechts-schutz	SachV			
	HP	KFZ	PKV	ZZ	BUV	LV	RV	RS	HR	WG		
51	48	60						32	19	58	1083	10
52	5										24	80
53								3			16	88
54	2										8	96
55	5										23	83
56			8								40	69
57							35				176	41
58	4										20	86
59								6			32	77
60								5	48		264	27

* Berechnet als Suchtreffer- und Anzeigenplatzierungen in Relation zu den maximal möglichen Bespielplatzierungen multipliziert mit 100



Studie Vergleichsportale/Marketing Versicherungen 2014

Wie viele Versicherer werden in den Produktkategorien der Online-Vergleichsportale gelistet?

Anmerkung: Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Bestellformular

FAX: An research tools via AMC, +49 (0)221-99786820

Auftragnehmer:

research tools
Herrn Dipl.-Kfm. Uwe Matzner, Marktforscher BVM
Wäldenbronner Straße 2
73732 Esslingen am Neckar

Hiermit bestellen wir zum Preis in Höhe von 4.800 EUR abzgl. 10% AMC-Rabatt zzgl. MwSt. die **Studie Vergleichsportal-Marketing Versicherungen 2014.**

Auftraggeber:

Firma: _____

Ansprechpartner: _____

E-Mail: _____

Position/Funktion: _____

Unterschrift: _____

Datum/Ort: _____

Kontakt

Ihr Ansprechpartner für diese Studie ist:

Uwe Matzner



Geschäftsführer, Diplom-Kaufmann,
Marktforscher BVM, Lehrbeauftragter für Marktforschung
Tel. +49 711 55090381, Fax +49 711 55090384,
E-Mail: uwe.matzner@research-tools.net

research tools

Wäldenbronner Straße 2, 73732 Esslingen am Neckar
www.research-tools.net

research tools: Marketingmaßnahmen erfassen – verstehen – bewerten.
Branchenfokus: Financial Research

jüngste Versicherungsstudien:

- Studie Marketing-Mix-Analyse Kfz-Versicherungen 2013 (November 2013)
- Studie Versicherungs-Zielgruppe BU-Versicherte 2013 (Oktober 2013)
- Studie Versicherungs-Zielgruppe DINKS 2013 (Oktober 2013)
- Studie Versicherungs-Zielgruppe direktversicherungsaffine Verbraucher 2013 (August 2013)
- Studie Marketing-Mix-Analyse Risikolebensversicherung 2013 (Mai 2013)