



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Versicherer in Social Media: Agila platziert sich neben den Großen der Branche unter den Top 10-Performern



In der Versicherungsbranche steht YouTube hoch im Kurs. Ein Großteil der Versicherer verfügt auf dieser Plattform über einen offiziellen Account. Die meisten Likes erhält auf Twitter und YouTube jeweils ein Beitrag zum Thema Klima & Natur.

Esslingen am Neckar, 21. Dezember 2022 – Unter 100 untersuchten Versicherungsgesellschaften führt YouTube mit einem Nutzungsgrad von 91 Prozent die Beliebtheitskala der vier analysierten Social Media-Plattformen Facebook, Instagram, Twitter und YouTube an. Der Vergleich zur Vorgängerstudie 2020 zeigt, dass Instagram aufgeholt hat. Inzwischen sind zwei von drei Versicherern mit einem offiziellen Kanal auf dieser Plattform vertreten.

Versicherer investieren viel in ihre Social Media-Performance. Unter anderem sind steigende Fan- und Interaktionszahlen ein Gradmesser des Erfolgs. So hat innerhalb eines Jahres die Fanzahl auf dem Facebook-Account von Europa prozentual stark zugenommen. Auf Instagram liegt in dieser Disziplin die SDK vorn. Auf Twitter erfreuten sich Dela und Helvetia an ihrem Follower-Wachstum, auf YouTube verzeichnete AdmiralDirekt ein deutliches Plus an Abonnenten.

In ihren Beiträgen, Postings und Videos nehmen die Versicherer selbstverständlich Bezug zu ihren Produkten. Unter den Top 10-Postings nach Likes finden sich auf Facebook und Instagram neben produktspezifischen Beiträgen auch einige Gewinnspiele. Die Top-Beiträge nach Likes auf Twitter und YouTube hatten allerdings das Klima und die Natur zum Thema. Mit einem Tweet zur Naturkatastrophe im Ahrtal verzeichnete die R+V die höchste Anzahl an Likes. Und auf YouTube traf ein Video der Zurich in der Reihe ‚Planet Hero‘ den Nerv der Abonnenten.

Im abschließenden Gesamtranking sind neun der zehn führenden Versicherer auf allen vier analysierten Plattformen mit einem Account vertreten. Von dieser Riege der Top-Performer heben sich Allianz, Huk-Coburg und Zurich ab. Diese drei Marken platzieren sich zudem in allen vier Plattform-Einzelrankings unter den zehn Best-Performern. Einziger Spezialversicherer in den Top 10 ist Agila.

Über die Studie:

Die ‚Studie Social Media-Performance Versicherungen 2022‘ von research tools untersucht in Kooperation mit VICO Research & Consulting die Performances von 100 Versicherern auf den Plattformen Facebook, Instagram, Twitter und YouTube. Sie gibt auf 133 Seiten Einblick in Abonnenten/Fans/Follower, Beiträge/Postings/Videos sowie Interaktionen in den Social Media-Accounts. Ein Social Media-Ranking führt die Bewertungen der Performances auf den vier Plattformen zusammen und eine statistische Social Media-Positionierung visualisiert die Ergebnisse. Der Untersuchungszeitraum erstreckt sich bei den zeitraumbezogenen Ergebnissen vom 15. Oktober 2021 – 14. Oktober 2022.

Weitere Informationen zur Studie:

<https://research-tools.net/studie-social-media-performance-versicherungen-2022>

Video zur Studie:

<https://www.youtube.com/watch?v=AF7fHDYiMgQ>

Die Studienherausgeber:

Der Spezialist für Marketinganalyse **research tools** mit Sitz in Esslingen am Neckar bei Stuttgart bietet umsetzungsstarke, wettbewerbsorientierte Marktforschung.

www.research-tools.net

www.linkedin.com/company/research-tools-net

Die **VICO Research & Consulting GmbH** aus Leinfelden-Echterdingen bietet die Datenbasis für diese Studie. VICO unterstützt Unternehmen, Daten aus dem Web zu nutzen, um Marken und Produkte voranzutreiben. VICO ist spezialisiert auf Social Media- und Produkt-Monitoring-Lösungen, Analyse-Dienstleistungen und Social Media-Marketing.
www.vico-consulting.com

Pressekontakt:

Uwe Matzner

research tools

Kesselwasen 10

73728 Esslingen am Neckar

Tel. +49 (0)711 - 55090381

Fax +49 (0)711 - 55090384

uwe.matzner@research-tools.net