



# research tools

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

## Pressemitteilung

### Auf Social Media aktive Versicherer veröffentlichen durchschnittlich 294 Beiträge pro Jahr



**100 Versicherer veröffentlichen innerhalb von zwölf Monaten durchschnittlich 294 Beiträge auf sechs Social Media-Plattformen. Facebook, Instagram, LinkedIn und YouTube führen mit Nutzungsraten von 93 bis 99 Prozent die Beliebtheitskala an, während auf X mehr als die Hälfte und auf TikTok 38 Prozent der Unternehmen vertreten sind.**

*Esslingen am Neckar, 30. Januar 2025* – Die aktuelle Social Media-Studie analysiert die Performance von 100 Versicherern auf den sechs Social Media Plattformen Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok, X und YouTube. Insgesamt weisen die Institute eine plattformübergreifende Präsenz von 78 Prozent auf, was im Vergleich zu anderen Branchen über dem Durchschnitt liegt. Allerdings setzten sie auch klare Schwerpunkte.

Facebook, YouTube und Instagram verzeichnen Nutzungsraten von 99, 97 und 96 Prozent, aber auch die B2B Plattform LinkedIn ist mit 93 Prozent sehr beliebt. Im Vergleich zur Vorgängerstudie 2022 hat sich die Präsenz der Anbieter insgesamt deutlich erhöht. Bei X hingegen ist ein Rückgang von 59 auf 54 Prozent zu beobachten, wobei nur 27 Prozent der Unternehmen innerhalb eines Jahres Beiträge veröffentlicht haben. Beachtliche 38 Prozent der Versicherer führen einen TikTok-Account.

Die höchste Aktivität zeigt sich auf Instagram, mit einer mittleren Anzahl von 99 Beiträgen pro Jahr. Zudem generiert Instagram mit durchschnittlich 7.342 Likes und Kommentaren pro Anbieter und Jahr die größte Resonanz, gefolgt von TikTok mit 6.840 Interaktionen. TikTok verzeichnet auch die intensivste Aktivität eines einzelnen Anbieters: Die LV 1871 hat hier innerhalb eines Jahres 357 Videos veröffentlicht.

Das Facebook-Teilranking führen AXA und Zurich mit jeweils über einer Millionen Follower an, gefolgt von der Uelzener, die in einem Jahr 353 Beiträge veröffentlicht hat. Die Uelzener weist darüber hinaus die meisten Posts in den Top 100 Facebook-Posts nach Likes auf. Auf Instagram steht HanseMercur mit über 468 Tausend Interaktionen und den Beiträgen mit den meisten Likes an der Spitze, kann sich im Ranking aber nur knapp vor Debeka mit den meisten Followern behaupten. Sowohl auf Instagram als auch auf Facebook erreicht die Mannheimer die meisten Interaktionen je Post und Follower.

Innerhalb der Top 10 des Gesamtrankings sind sechs Versicherer auf allen Plattformen präsent. Von den übrigen vier verzichten drei auf TikTok und einer auf X.

#### **Über die Studie:**

Die ‚Studie Social Media Performance Versicherungen 2024‘ von *research tools* untersucht Präsenz und Aktivität von 100 Versicherern auf den Plattformen Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok, X und YouTube. Sie gibt auf 179 Seiten Einblick in Abonnenten/Follower, Postings/Videos sowie Interaktionen in den Social Media-Accounts. Ein Gesamtranking

führt die Bewertungen der Performances auf den sechs Plattformen zusammen und eine statistische Social Media-Positionierung visualisiert die Ergebnisse.

Weitere Informationen zur Studie:

<https://research-tools.net/studie-social-media-performance-versicherungen-2024/>

**Der Studienherausgeber:**

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

[www.research-tools.net](http://www.research-tools.net)

[www.linkedin.com/company/research-tools-net](https://www.linkedin.com/company/research-tools-net)

**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](mailto:uwe.matzner@research-tools.net)