

Sie lesen in: [Startseite](#) [Nachrichten](#) [Vertrieb & Marketing](#)

So (schwer) findet man Versicherer über Social Media

31.7.2017 – Die Axa ist die am besten zu findende Versicherungs-Gesellschaft auf den vier Social-Media-Plattformen Facebook, Twitter, Youtube und Google+. Das fand das Marktforschungs-Unternehmen Research Tools heraus. In der Analyse wurde die Sichtbarkeit von Versicherungs-Unternehmen im Internet mit Hilfe verschiedener Suchbegriffe untersucht. Über die Begriffe Reiseversicherung und Unfallversicherung kommen Social-Media-Nutzer am ehesten auf die Seiten der jeweiligen Produktanbieter.

WERBUNG

Kennen Sie Ihren Marktwert?
Mit einem Stellengesuch in unserem Anzeigenmarkt finden Sie ihn heraus.
Kostenlos und unter Chiffre...

Das Marktforschungs-Unternehmen [Research Tools](#) hat die Sichtbarkeit von Versicherern im Internet (E-Visibility) untersucht. Der Begriff Sichtbarkeit wurde von den Marktforschern als messbare Präsenz in verschiedenen Kategorien – hier Internet-Suchtreffer, Suchanzeigen, Vergleichsportale und auf Social-Media-Plattformen – definiert.

Ranglisten der sichtbarsten Versicherer

Untersucht wurden Facebook, Twitter, Youtube und Google+. Die Analyse lief über zwölf Suchbegriffe, die in die entsprechenden Suchfelder der vier Plattformen eingegeben wurden. Anhand der dabei ausgeworfenen Ergebnisse wurden Ranglisten erstellt, geordnet nach den am besten sicht- und auffindbaren Versicherer im Netz.

Dafür wurden jeweils nur die ersten zehn Ergebnistreffer betrachtet. Anbieter, die an späterer Positionen auftauchen, werden laut den Studienautoren von Suchenden kaum beachtet und haben somit keine Relevanz.

Je Kategorie und Suchbegriff konnten zehn Punkte erreicht werden. Der Versicherer, der beispielsweise auf dem ersten Platz der Trefferliste auftaucht, erhält in der jeweiligen Kategorie und für den Suchbegriff zehn Punkte. Aus den erzielten Punkten wurde die jeweilige Platzierung in den Ranglisten errechnet.

WERBUNG

Fit für den Fondsvertrieb?



Tipps finden Sie im Buch
„Fondsverkauf einfach gemacht“

Cookies verzerren die Ergebnisse

Ganz unproblematisch ist dieses Vorgehen nicht. Bei Suchmaschinen zeigt sich eine Problematik, die die Ergebnisse verzerrt haben könnte, erläuterte Uwe Matzner, Geschäftsführer von Research Tools, auf Nachfrage des VersicherungsJournals.

Durch sogenannte [Cookies](#) – Programme, die Suchmuster im Internet anhand des Nutzerverhaltens erkennen – kann es vorkommen, dass unterschiedlichen Nutzern, abhängig von ihren Suchgewohnheiten, unterschiedliche Ergebnisse bei derselben Suchanfrage angezeigt werden.

„Das kann daran liegen, dass der Nutzer bereits explizit nach bestimmten Gesellschaften geogoogelt hat oder ihm vorrangig Versicherer angezeigt werden, die regional vertreten sind“, erläutert Matzner. Um diesem Problem größtmöglich aus dem Weg zu gehen, wurde während der Analyse ein neutraler Computer mit – wie Matzner sagte – wenig Historie verwendet.

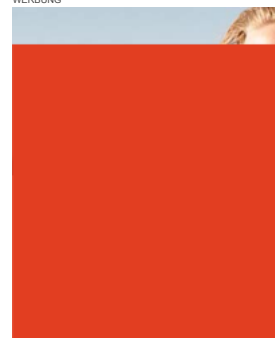
Auf den untersuchten Social-Media-Plattformen Facebook, Twitter, Google+ und Youtube seien Cookies hingegen weniger problematisch. Die Algorithmen der sozialen Medien funktionierten anders als die für Suchanfragen in Browsern oder über Vergleichsportale.

Axa wird über Social Media am besten gefunden

Die in den Suchfenstern der sozialen Netzwerke eingesetzten Suchwörter waren Berufsunfähigkeits-, Hausrat-, Haftpflicht-, Kfz-, Pflege-, private Kranken-, Rechtsschutz-, Reise-, Risikolebens-, Unfall- und Zahnzusatzversicherung sowie Riester-Rente. Anhand der Suchergebnisse wurde analysiert, welche Versicherungs-Gesellschaften je nach Suchbegriff an welcher Stelle in der Ausgabenliste erscheinen. Regionale Agenturen oder Vermittler wurden nicht betrachtet.

Am häufigsten auf dem ersten Rang platzierte sich der [Axa-Konzern](#) mit einer Punktzahl von 58. Die Axa wird damit auch am häufigsten gefunden, wenn man die Suchbegriffe eingibt. Ihr folgen die [Cosmos Direkt Versicherungen](#) (51 Punkte), die [Ergo-Gruppe](#) (41 Punkte) und die [Basler Versicherungen](#) (40 Punkte). Der Versicherer [Allianz](#), der studienübergreifend der Anbieter mit der höchsten Sichtbarkeit im Netz ist, taucht unter den Top Ten in den sozialen Medien gar nicht auf.

WERBUNG



Leserumfrage unterstützen Euro-Gutschein gewinnen

Helfen Sie dem VersicherungsJournal, noch besser zu werden und beantworten Sie die aktuelle Leserumfrage.

Als Dankeschön werden sechs wertvolle Preise verlost, darunter ein 500-Euro-Gutschein zahlreichen Anbietern einlösbar

[Hier mitmachen!](#) (Bild:

WERBUNG

VersicherungsJournal ist (Medium, um Versicherungs- zu erreichen. Marktforscher, ur Prüfer und Leser bestätigen die

1. PLATZ
Wochenkontakt 40%
Online, 2-7 x pro Woche

HÖCHSTE REICHWEITE

09/2016 YouGov

1. PLATZ
Wochenkontakt 40%
Online, 2-7 x pro Woche

HÖCHSTE REICHWEITE

09/2016 YouGov

WERBUNG

Von welchen Gesellschaften Vertreter weg?

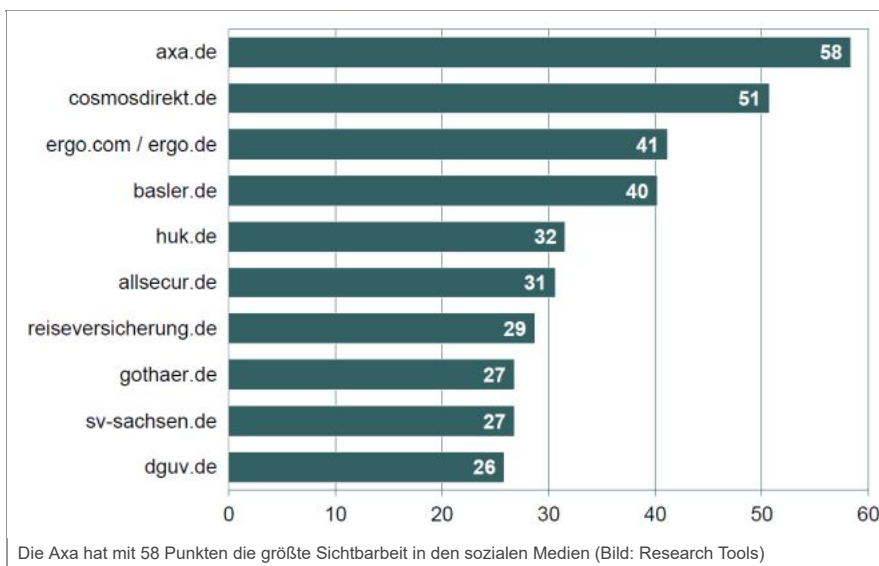
Wie steht es um die Wechselbereitschaft in der Versicherungswirtschaft?

Neue Erkenntnisse der Studie „Betriebswirtschaftliche Strukturen des Versicherungsvertriebs – BVK-Strukturanalyse 2016/2017“ erfahren Sie [hier](#).

VersicherungsJournal in So

Besuchen Sie das Versicherung in den sozialen Medien:

- [Facebook](#) – Ausgewähltes fi
- [Twitter](#) – alle Nachrichten vo VersicherungsJournal.de
- [Xing](#) – über den Verlag
- [Xing News](#) – Ausgewähltes ; Unternehmen
- [Youtube](#) – Hintergründe zum Buchprogramm



WERBUNG

Keine Angst vorm Zahnarzt!

Haben Sie schon einmal daran gedacht, sich auf eine Zielgruppe zu spezialisieren?

Welche **Vorteile** eine Spezialisierung besonders in Bezug auf Zahnärzte bietet, erfahren Sie [hier](#).

Ihr Wissen und Ihre Meinung

Ihre Leserbriefe können für ande wesentliche Ergänzung zu unse Berichterstattung sein. Bitte schi Kommentare unter den Artikel in vorgesehene Eingabefeld.

Die Redaktion freut sich auch ütt und Insiderinformationen, wenn Veröffentlichung unter dem Nam Informanten bestimmt ist. Wir sic Lesern absolute Vertraulichkeit z Sie bitte an redaktion@versicherungsjournal.de

Allgemeine Pressemitteilungen c meldungen@versicherungsjournal.de

Im Vergleich zu anderen Kategorien, wie etwa den Google-Suchanzeigen oder Vergleichsportalen, fallen die Punktezahlen im Bereich Social Media niedriger aus. „Das liegt vermutlich daran, dass Social-Media-Plattformen anders programmiert sind, genutzt werden und womöglich bisher eher wenige Nutzer die Suchfunktion für bestimmte Produktgruppen verwenden“, meint Uwe Matzner.

Reise- und Unfallversicherung bieten höchste Trefferquote

Untersucht man die Gesamtheit aller Suchbegriffe in den sozialen Netzwerken, so macht der Begriff Reiseversicherung mit 23 Prozent den größten Anteil der Suchtreffer aus. Danach folgt die Unfallversicherung mit 19 Prozent der Treffer sowie die Rechtsschutz-Versicherung mit 14 Prozent.

Im Kanal Twitter fanden die Studienautoren nur bei der Suche mit vier der zwölf genannten Begriffe zu den Twitter-Auftritten von Versicherern, diese dann jeweils unter den zehn ersten Treffern. Die Anbieter wurden lediglich erreicht, wenn die Wörter Reiseversicherung (47 Prozent), Unfallversicherung (26 Prozent), Rechtsschutz-Versicherung sowie Riester-Rente (je 14 Prozent) in das Suchfeld eingegeben wurden.

Nahezu gleichmäßig über alle Suchbegriffe hinweg findet man Versicherer über die Suchfunktion auf der Videoplattform Youtube. Jeder Suchbegriff hat hier einen gleich großen Anteil an den Ergebnissen der Versicherer. Das bedeutet, dass Versicherer über Youtube die größte und gleichmäßigste Chance haben, über Suchbegriffe gefunden zu werden.

Die vollständige, 72-seitige Untersuchung kann zu einem Preis von 952 Euro (inklusive Mehrwertsteuer) [per E-Mail bestellt werden](#).

Carolin Hinz

[◀ vorheriger Artikel](#) [nächster Artikel ▶](#)

Wie beurteilen Sie diesen Artikel?

sehr interessant informativ unwichtig

Artikel-Werkzeuge für Sie

- Artikel drucken
- Kopierfreundliche Version
- Leserbrief schreiben
- Nutzungsrechte erhalten
- Per E-Mail weiterleiten
- Suchagent einrichten

Diese Seite empfehlen

Schlagwörter zu diesem Artikel

[Berufsunfähigkeit](#) · [Haftpflichtversicherung](#) · [Marktforschung](#) · [Ranking](#) · [Rechtsschutz](#) · [Reiseversicherung](#) · [Rente](#) · [Riester](#) · [Risiko-Lebensversicherung](#) · [Social Media](#) · [Zahnzusatzversicherung](#)

Weitere Artikel der aktuellen Ausgabe

Die beliebtesten Risikoleben-Anbieter aus Maklersicht

An welche Versicherungs-Gesellschaften unabhängige Vermittler bevorzugt Policen im Bereich Risikolebens-Versicherung vermitteln, zeigt eine aktuelle Untersuchung. (Bild: Wichert) [mehr ...](#)



Verwirrung um Provisionsabgabeverbot

Diese Artikel könnten Sie noch interessieren

Versicherer intensivieren Vertriebsunterstützung

2.11.2012 – Das Bemühen der Assekuranz, den Service für Vermittler zu erweitern, hält unvermindert an, wie die Beispiele von Roland Assistance, UniVersa, HDI, Dialog, HanseMercur, Bayerische und InterRisk zeigen. Der Schwerpunkt liegt dabei klar auf dem Onlinebereich. [mehr ...](#)

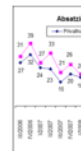


Produktfavoriten im Maklervertrieb

Die jetzt in Kraft getretenen gesetzlichen Beschränkungen werfen viele Fragen auf und offenen Widersprüche. Auch von einem „zahnlosen Tiger“ ist die Rede. Schon werden Klarstellungen und Nachbesserungen gefordert. Auch bei anderen Teilen der ID-Umsetzung ist der Start misslungen. (Bild: Harjes) [mehr ...](#)



21.7.2011 – Während sich Lebens- und Rentenversicherungen als Ladenhüter zeigen, brummt das Geschäft der Versicherungsmakler an anderer Stelle, wie eine aktuelle Untersuchung zeigt. Im Privat- und Firmenkundengeschäft gibt es allerdings eine gegensätzliche Entwicklung. [mehr ...](#)



Die häufigsten Beschwerdegründe beim PKV-Ombudsmann

Auch im Bereich der privaten Kranken- und Pflegeversicherung ist das Beschwerdeaufkommen vergleichsweise gering. Die Zahl der Beschwerden ist im Jahr 2016 aber wieder gestiegen. (Bild: PKV-Ombudsmann) [mehr ...](#)



Top- und Flop-Produkte im Maklervertrieb

3.2.2011 – Die Nachfrage im privaten wie im gewerblichen Versicherungsmarkt verabschiedet sich laut einer aktuellen Untersuchung immer mehr aus dem Tal der Tränen. In welchen Bereichen es besonders positiv lief und wo Sand im Getriebe steckt. [mehr ...](#)



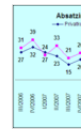
Streit mit dem Vollkaskoversicherer um Schadenregulierung

Vom Anhänger eines Autos hatte sich eine Eisplatte gelöst, die das Zugfahrzeug beschädigte. Als der Fahrzeughalter wegen des Vorfalls seinen Versicherer in Anspruch nehmen wollte, stellte der sich quer. Der Fall landete schließlich vor Gericht. (Bild: Pixabay CC0) [mehr ...](#)



Krankenversicherung beflügelt Konjunktur

15.10.2010 – Die Geschäftsentwicklung der Versicherungsmakler hat sich deutlich gebessert. Dazu tragen verschiedene Entwicklungen bei. Allerdings gibt es auch einige Bereiche, in denen die Nachfrage schwächelt. [mehr ...](#)



IDD-Umsetzungsgesetz ist in Kraft getreten

Seit Freitag gelten unter anderem schon das Provisionsabgabeverbot, das Durchleitungsgebot und die ebenfalls ganz neuen Regeln zur „Vertriebsvergütung und Vermeidung von Interessenkonflikten“. Wie die Vorschriften anzuwenden sind, dazu bleiben vorerst manche Fragen offen. (Bild: Geralt, Pixabay CC0) [mehr ...](#)



Produktthitparade im Maklervertrieb

2.6.2017 – In der Absatzzrangliste der unabhängigen Vermittler gab es im vergangenen Jahr zahlreiche Verschiebungen, wie eine aktuelle Untersuchung zeigt. Welche Produktlinien am besten verkauft werden und welche zu den größten Ladenhütern gehören. (Bild: Wichert) [mehr ...](#)



Neuigkeiten aus den Unternehmen

Die Fahrlehrerversicherung und FM Global gaben Änderungen in ihren Führungsriegen bekannt. Die R+V, Rheinland Versicherungen und Axa sind neue Projekte eingegangen. Und auf dem Dach der DEVK gab es ein Feuerwerk. (Bild: FV) [mehr ...](#)



Diese Produkte laufen bei unabhängigen Vermittlern am besten

14.12.2016 – Vorsorge-Produkte gehören in der Absatz-Hitliste von Maklern und Mehrfachvertretern nach einer aktuellen Studie zu den großen Ladenhütern. Welche Produktlinien am besten verkauft werden. (Bild: Wichert) [mehr ...](#)



Kundengeschenke können teuer werden

Kosten für Präsente für Geschäftsfreunde können als Betriebsausgaben beim Finanzamt geltend gemacht werden, heißt es meist. Das ist jedoch nur bedingt richtig, wie eine Entscheidung des Bundesfinanzhofs belegt. (Bild: Pixabay CC0) [mehr ...](#)



Akademiker wollen an die Hand genommen werden

3.11.2016 – Es gibt noch keine Versicherungs-(Vergleichs-) Portale, die den Ansprüchen von jungen Akademikern gerecht werden. Dies zeigt eine Studie des IVW der TH Köln, die auch eine Anleitung für den Bau eines solchen gibt. (Bild: Screenshot Studie „Erfolgsfaktoren eines Online-Portals für Akademiker“) [mehr ...](#)



VersicherungsJournal.de

Suchbegriff/e

Erweiterte Su

- Themenbereiche**
- [Versicherungen & Finanzen](#)
- [Markt & Politik](#)
- [Vertrieb & Marketing](#)
- [Unternehmen & Personen](#)
- [Karriere & Mitarbeiter](#)
- [Büro & Organisation](#)

- Inhalte**
- [Nachrichten](#)
- [Kommentare](#)
- [Praxiswissen](#)
- [Dossiers](#)
- [Bilderrätsel](#)
- [Medienspiegel](#)
- [Leserbriefe](#)
- [Extrablatt](#)
- [Map-Report](#)
- [Bücher](#)
- [Kundeninformation](#)
- [Anzeigenmarkt](#)
- [Veranstaltungen](#)
- [Originaltexte](#)

- Über den Verlag**
- [Ansprechpartner](#)
- [Aktuelles über den Verlag](#)
- [Impressum / Über uns](#)
- [Datenschutz](#)
- [In eigener Sache](#)
- [Zehn Jahre VersicherungsJournal](#)
- Werbung schalten**
- [Abrufzahlen](#)
- [Leserstruktur](#)
- [Mediadaten](#)
- [Aktuelles für Werbekunden](#)
- [Aktuelles für Stellenanbieter](#)

- Leserservice**
- [Kontakt](#)
- [Häufige Fragen](#)
- [VersicherungsJournal](#)
- [Premium-Abo](#)
- [Nutzungsrechte erhalten](#)
- [Mitteilungen an die Red](#)
- [Newsletter](#)
- [RSS](#)
- [Suchagenten](#)
- [Schlagwörter](#)
- [Mobilversion](#)
- Mitarbeiten**
- [Autor werden](#)
- [Aktuelles für Autoren](#)

