

+++ Adam Riese +++ Allianz +++ AXA +++ DA Direkt +++ DKV +++ Envivas +++ Generali +++ Getsurance ++  
+ LVM +++ Neodigital +++ ottonova +++ R+V +++ uniVersa +++ WWK +++ Zurich +++ u. weitere 85 Versichere

Studiensteckbrief

# Studie Social Media-Performance Versicherungen 2022

erarbeitet von:

research tools, Esslingen am Neckar  
VICO Research & Consulting GmbH, Leinfelden-Echterdingen

Dezember 2022



**research tools**

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie Social Media-  
Performance Versicherungen 2022

**VICO**

# Informationen zur Studie

## Ausgewählte Key Facts:

- Unter den vier analysierten Social Media-Plattformen zählen Facebook und YouTube zu den beliebtesten. Plattformübergreifend beträgt der Nutzungsgrad bei den vier Plattformen 76 Prozent.
- Sechs Versicherer heben sich in Facebook ab mit jeweils mehr als 100.000 Fans. Im Schnitt werden auf dieser Plattform pro Jahr 115 Beiträge gepostet.
- Auf YouTube liegt die höchste Anzahl an Abonnenten bei über 24.000. Sechs Versicherer haben ihre Abonnentenzahl innerhalb von zwölf Monaten um mehr als 50 Prozent gesteigert.
- Über die Hälfte der Versicherer betreibt einen offiziellen Account auf Twitter. Drei Anbieter verzeichnen jeweils mehr als 600 Tweets im 12-Monats-Zeitraum.
- Eine Marke liegt mit klarem Vorsprung an der Spitze der Instagram-Performance. Sie zeichnet sich aus durch eine hohe Anzahl an Abonnenten sowie zahlreiche Interaktionen wie Reaktionen, Kommentare oder Shares. Im Schnitt wurden innerhalb eines Jahres von den analysierten Versicherern 123 Beiträge gepostet. Einige Posts erzeugten mehr als 4.000 Likes.
- Neun der zehn im Gesamtranking führenden Unternehmen sind auf allen vier Plattformen aktiv.

# Informationen zur Studie

## Key Facts der Social Media-Plattformen:



©Dan Leech/GraphicsVibe/iconarchive.com/Martin Leblanc/iconfinder.com

# Informationen zur Studie

## Nutzen und Umfang der Studie:

Detaillierte Analyse der Social Media-Performance

von **100 Versicherungen**

auf den Social Media-Plattformen  
**Facebook, Instagram, Twitter, YouTube**

alle Informationen **im Wettbewerbsvergleich**  
auf 133 PowerPoint-Seiten

als PDF und PowerPoint-Datei **kurzfristig** verfügbar

die Studie ist **objektiv, unabhängig** und **neutral**

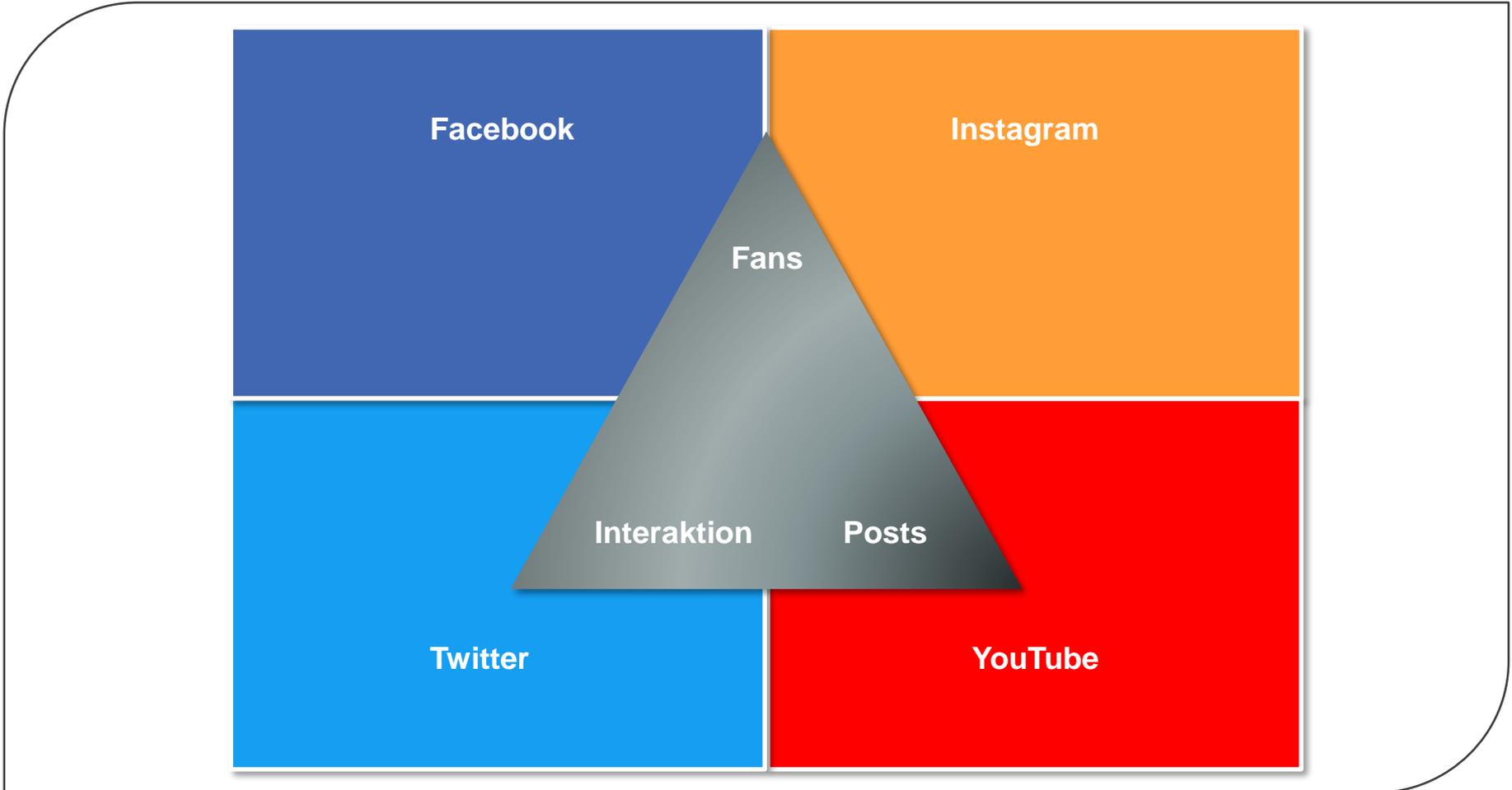
**Nutzen:** Benchmarks zur Social Media-Performance  
auf Anbieter- und Postingebe

## **100 analysierte Versicherungen:**

- Adam Riese
- AdmiralDirekt
- ADVOCARD
- AGILA
- ALH Gruppe
- Allianz
- Allianz Direct
- Ammerländer
- andsafe
- ARAG
- assona
- AXA
- Barmenia
- ...

# Informationen zur Studie

## Konzeption:



# Informationen zur Studie

## Studieninhalte:

Die Studie analysiert unter anderem folgende **Aspekte**:

- welche Anbieter sind bei den verschiedenen Erfolgskennzahlen die Benchmarks?
- auf welchen Plattformen setzen die Unternehmen ihre Schwerpunkte, wo haben sie Schwächen?
- welche Marken zählen in den Social Media zu den Großen der Branche?
- welche Anbieter verzeichnen das stärkste Follower-Wachstum?
- welches sind die erfolgreichsten Posts und Videos?
- welche Versicherungen zeichnen sich aus durch besonders viele beliebte Posts und Videos?
- welche Positionierung nehmen die 100 Unternehmen im Wettbewerbsvergleich ein?

## Forschungsdesign:

VICO als Social Media Monitoring-Anbieter stellt die Zahlenbasis für diese Studie, research tools berechnet die Social Media-Performance und stellt die Ergebnisse zusammen. Für 100 Versicherungen wurden auf Basis diverser Kennzahlen die Social Media-Performance auf den Plattformen Facebook, Instagram, Twitter und YouTube für den 12-Monats-Zeitraum 15. Oktober 2021 - 14. Oktober 2022 ermittelt und die erfolgreichsten Posts und Videos vorgestellt. Die Studie wurde objektiv, unabhängig und neutral erstellt und ist im Dezember 2022 erschienen.

**Preis der Studie:** Die 133 Seiten umfassende Studie kostet **3.600 EUR** zuzüglich Mehrwertsteuer.

# Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	4
➤ Forschungsdesign	10
➤ Präsenz auf Social Media-Plattformen	13
➤ Facebook-Performance	25
Top 30 Anzahl Fans, Top 30 Anzahl Posts, Top 30 Anzahl Interaktionen (Reaktionen, Kommentare, Shares), Entwicklung Fans Top 10 und Low 10, Top 87 Facebook-Performance gesamt absolut und relativ, Top 10 Posts nach Likes, Top 10 Posts nach Kommentaren, Top 10 Posts nach Interaktionsrate, Anzahl der Posts in den Top Posts, Top 10 Zeitvergleich	
➤ Instagram-Performance	49
Top 30 Anzahl Abonnenten, Top 30 Anzahl Posts, Top 30 Anzahl Interaktionen (Reaktionen, Kommentare, Shares), Entwicklung Abonnenten Top 10 und Low 10, Top 66 Instagram-Performance gesamt absolut und relativ, Top 10 Posts nach Likes, Top 10 Posts nach Kommentaren, Top 10 Posts nach Interaktionsrate, Anzahl der Posts in den Top Posts, Top 10 Zeitvergleich	
➤ Twitter-Performance	73
Top 30 Anzahl Follower, Top 30 Anzahl Tweets, Top 30 Anzahl Interaktionen (Reaktionen, Kommentare, Shares), Entwicklung Follower Top 8 und Low 8, Top 59 Twitter-Performance gesamt absolut und relativ, Top 10 Tweets nach Likes, Top 10 Tweets nach Interaktionsrate, Anzahl der Tweets in den Top Tweets, Top 10 Zeitvergleich	



# Inhaltsverzeichnis

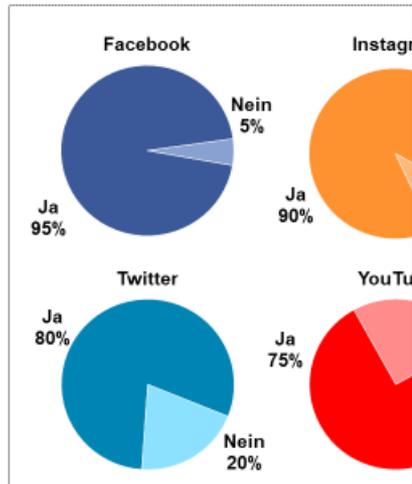
➤ YouTube-Performance	95
Top 30 Anzahl Abonnenten, Top 30 Anzahl Videos, Top 30 Anzahl Interaktionen (Reaktionen, Kommentare), Entwicklung Abonnenten Top 10 und Low 10, Top 91 YouTube-Performance gesamt absolut und relativ, Top 10 Videos nach Likes, Top 10 Videos nach Kommentaren, Anzahl der Videos in den Top Videos, Top 10 Zeitvergleich	
➤ Social Media-Performance	117
Ranking Social Media insgesamt und nach Plattform (Ränge, Index), Verteilung der Indizes auf die Plattformen, Top 10 Zeitvergleich	
➤ Social Media-Positionierung	127
Positionierung aller Anbieter nach ihrer relativen Performance auf den vier Social Media-Plattformen	
➤ Kontakt	132

# Analysebeispiele (1)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Präsenz auf Social Media-Plattformen

Nutzungsgrad\* der Social Media-Plattformen



\* Anteil der Anbieter mit einem offiziellen Account auf der jeweiligen



### Facebook-Performance

Gesamtranking Facebook (Index-Wert, alle Anbieter)

Rang	Anbieter	Follower	
		Anzahl	Index
16	Lippische	71.198	3
17	Adam Riese	5.208	
18	Neodigital	39.949	2
19	BGV	2.260	
20	assona	1.387	
21	SAARLAND Ver.	71.198	3
21	Allianz Direct	5.208	
23	ROLAND Rechtsschutz	39.949	2
24	andsafe	2.260	
25	WWK	1.387	
26	WERTGARANTIE	71.198	3
27	Deut. Familienver.	5.208	
28	UKV	39.949	2
29	AdmiralDirekt	2.260	
30	IDEAL	1.387	

Erläuterung: Der Index zeigt die Relation der Kennzahl des Anbieter Spalte eins ergibt sich aus Index  $\sum$



Welche Posts ragen mit hoher Interaktionsrate heraus?

### Instagram-Performance

Top Posts nach Interaktionsrate (Top 10)

Rang	Anbieter	Datum	Inhalt	Interaktionsrate	Link
6	Adam Riese	14. Okt. 2022	„?? #GEWINNSPIEL ?? Mach mit und gewinne jetzt eine DJI Mini 2 Drohne im Wert von 459 €. ??Und so einfach ...“	0,29	<a href="#">Link</a>
7	NÜRNBERGER	14. Jul. 2022	„Was wir gemeinsam erleben, das erleben andere Vereine in ihrer ganzen Geschichte nicht. Wir blicken stolz zurück und ...“	0,29	<a href="#">Link</a>
8	Debeka	25. Jul. 2022	„👉 Gewinne jetzt ein CANYON E-BIKE 👈 Sichere Dir mit unserem Gewinnspiel auf Instagram und Facebook die doppelte ...“	0,29	<a href="#">Link</a>
9	SDK	19. Okt. 2021	„Du möchtest deine Balance wieder finden? Wir helfen aus: Gewinne heute eines von 10 Balance Boards von ...“	0,29	<a href="#">Link</a>
10	andsafe	06. Dez. 2021	„Das andsafe Nikolaus #Gewinnspiel! Wir verlosen 2 Pakete im Wert von je 150 Euro - eines für dich (auch für nicht ...“	0,29	<a href="#">Link</a>

Welche Plattformen werden am häufigsten genutzt?



Studie Social Media-Performance Versicherungen 2022

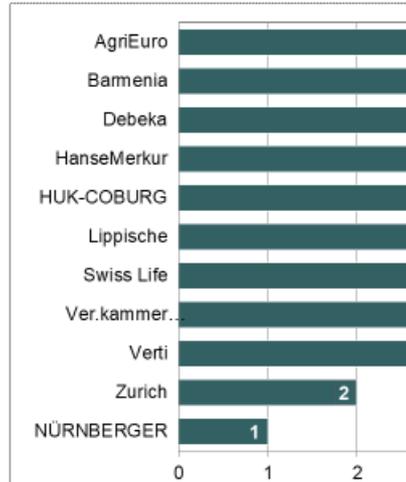


# Analysebeispiele (2)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Twitter-Performance

Anzahl der Interaktionen pro Tweet und 1.000 Follower (Top 10)



Berechnung: Interaktionen / (Fans\*Posts) \* 1000, und mehr als 10 T



### YouTube-Performance

Anzahl Abonnenten (Top 30)

Rang	Anbieter	Anzahl
1	Hannoversche	138.000
2	ALH Gruppe	128.200
3	AGILA	25.000
4	Verti	15.500
5	Barmenia	14.900
6	AdmiralDirekt	14.900
7	LV 1871	12.000
8	DEVK	10.000
9	SV SparkassenVer.	10.000
10	Coface	10.000
11	ottonova	1.800
12	Feuersozietät	1.800
13	uniVersa	1.700
14	Adam Riese	1.700
15	NV-Versicherungen	1.700

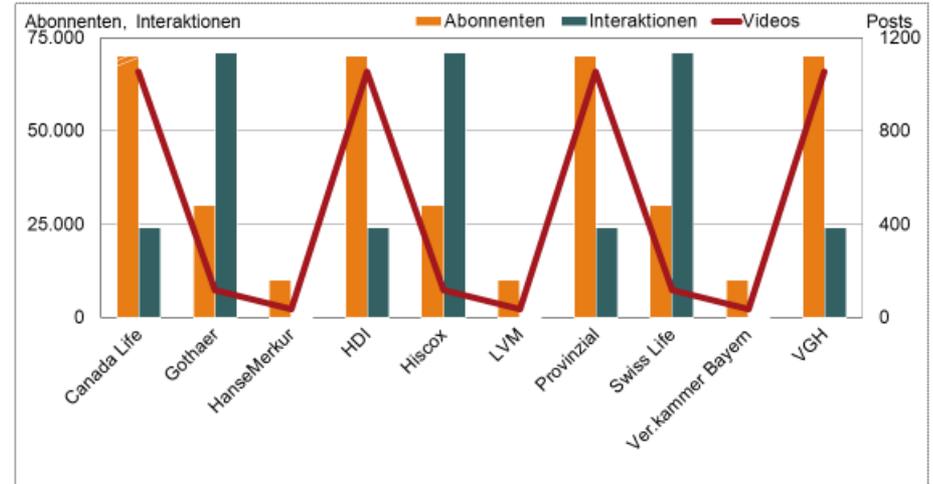


Welcher Anbieter hat die beliebtesten Tweets?

Welche Marken sind bei YouTube erfolgreich?

### YouTube-Performance

Anzahl Abonnenten, Posts, Interaktionen der Top 10 Anbieter bei YouTube



Studie Social Media-Performance Versicherungen 2022

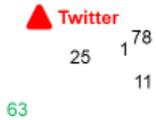


# Analysebeispiele (3)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Social Media-Positionierung

Positionierung der Anbieter\*



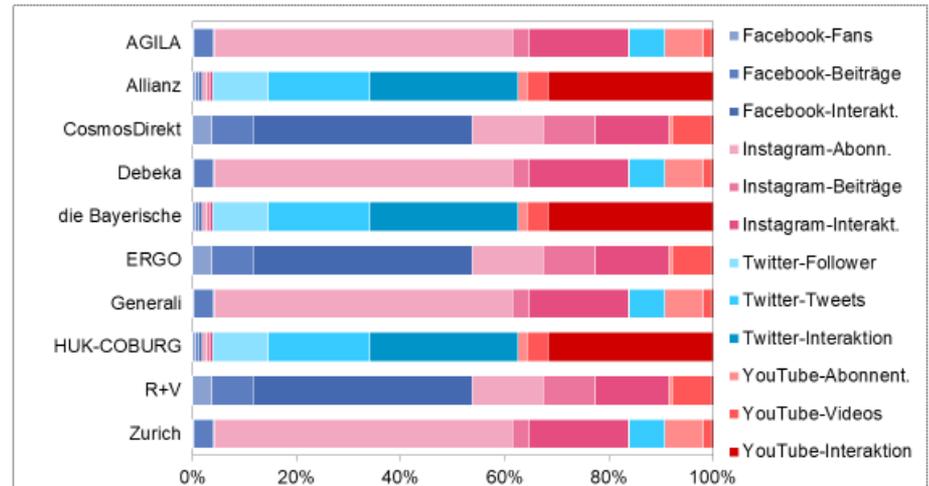
### Social Media-Performance

Ranking Social Media insgesamt\* und nach Plattform (Ränge, Index)

Rang	Anbieter	Facebook	
		Rang	Ind
16	Hiscox	15	3
17	Hannoversche	29	3
18	GEV	13	4
19	Adam Riese	15	3
20	Öffent. Ver. Braunschweig	29	3
21	otonova	13	4
22	Allianz Direct	15	3
23	INTER	29	3
24	Neodigital	13	4
25	DELA	15	3
26	AdmiralDirekt	29	3
27	UKV	13	4
28	VHV	15	3
28	Mannheimer	29	3
28	ona	13	4

### Social Media-Performance

Verteilung der Indexpunkte der Top 10 Gesamtranking auf Plattformen und Kennzahlen



Welche Anbieter überzeugen mit einer breiten Performance?

Welche Marken sind auf den vier Plattformen die Benchmarks?

# Bestellformular

Ihre Bestellung nehmen wir gerne per formloser E-Mail oder mit ausgefülltem Bestellformular entgegen.

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

**FAX:** +49 (0)711 – 55090384

**Auftragnehmer:** research tools, Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar

Hiermit bestellen wir zum Preis in Höhe von 3.600 EUR zzgl. MwSt. die  
**Studie Social Media-Performance Versicherungen 2022.**

**Auftraggeber:**

Firma:

---

Ansprechpartner:

---

E-Mail:

---

Position/Funktion:

---

Datum, Ort, Unterschrift:

---

## Ihre Ansprechpartner für diese Studie sind:



### Bettina Schneiderhan

Sales Consultant

Tel. +49 (0)711 78 78 29 701

[bettina.schneiderhan@vico-consulting.com](mailto:bettina.schneiderhan@vico-consulting.com)

VICO Research & Consulting GmbH

Friedrich-List-Straße 46

70771 Leinfelden-Echterdingen

VICO ist bei seiner Gründung im Jahr 2005 das vierte Social Media Monitoring-Unternehmen weltweit.

Ebenfalls seit 2005 positioniert sich research tools als Spezialist für Marketinganalyse und ergänzt mit der Studienreihe ‚Social Media-Performance‘ sein Marketinganalytik-Spektrum.



### Uwe Matzner

Geschäftsführer

Diplom-Kaufmann, Marktforscher BVM

Tel. +49 (0)711 – 55090381

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

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

Kesselwasen 10, 73728 Esslingen a. N.

### Weitere Versicherungsstudien:

- Stud. Kundenpfade Versicherungen 2022
- Stud. Versicher.-Zielgruppe DINKS 2022
- Studie Versicherungs-Zielgruppe Vergleichsportalkunden 2022
- Marketing-Mix-Analyse Hausratvers. 2022
- Werbemarktanalyse Versicherungen 2022
- Studie eVisibility Versicherungen 2022

