

A man and a woman are looking at a tablet together. The man is on the left, wearing a dark sweater with yellow and orange stripes. The woman is on the right, wearing a blue top. They are both looking intently at the tablet. The background is a blurred, warm-toned setting.

Studiensteckbrief

# Studie Vergleichsportal-Marketing Versicherungen 2014

erarbeitet von:  
research tools, Esslingen am Neckar, [research-tools.net](http://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 Vergleichportalmarketing 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

# 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 Vergleichsportalspräsenz (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

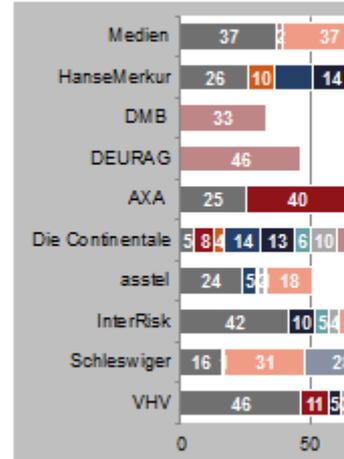
\* dominierende Produktkategorie  
portal-Marke  
Studie Vergleich



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



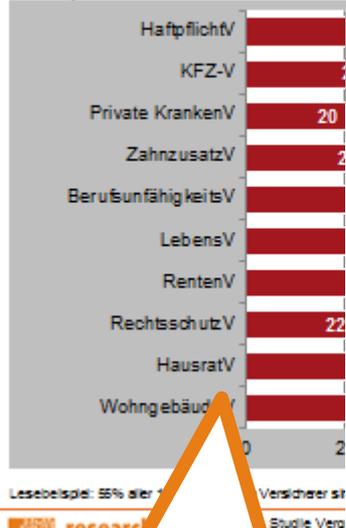
Studie VergleichsportalsMarketing Versicherungen 2014

# 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)



Lesebeispiel: 55% aller Versicherer sind in der Produktkategorie HaftpflichtV gelistet.



## Produktkategorien

Top 10 Versicherer in den Produktkategorien

Zahnzusatzversicherung (4/10)

Versicherer	Anzahl der Portale	Anzahl d. Listung
AXA	X8	X8
ARAG	X8	X8
DKV	X6	X6
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		
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 Bestplatzierungen multipliziert mit 100



Studie Vergleichsportale/Marketing Versicherungen 2014

106

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

Anmerkung: Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

# Bestellformular

**FAX: +49 (0)711 - 55090384**

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

**research tools**

Wäldenbronner Straße 2, 73732 Esslingen am Neckar  
[www.research-tools.net](http://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)