

Uwe Matzner

Vergleichsportal-Marketing: Direktversicherer vorne

Vergleichsportale sind im intransparenten Markt der Versicherungen von besonderer Bedeutung. Im viel beklagten Tarifschubel erhofft sich der Verbraucher von den Portalen eine bessere Vergleichbarkeit der Versicherungskonditionen. Doch inwieweit spiegeln sie die zahlreichen Angebote des Markts wirklich wider? Was leisten die unterschiedlichen Portalarten speziell in der Versicherungsbranche? Die Studie „Vergleichsportal-Marketing Versicherungen 2014“ analysiert die Präsenz von 163 Versicherern auf 103 Vergleichsportalen.

Allroundportale setzen sich durch

Versicherungsrelevante Portale lassen sich in vier Kategorien unterteilen. Der Verbraucher kann zwischen Allroundportalen, Portalen für Banken und Versicherungen, Branchenportalen und produktspezifischen Portalen wählen. Zur Relevanzmessung analysiert die Studie hierfür detailliert die Suchtreffer- und Anzeigenplatzierungen von 163 Versicherern innerhalb zehn verschiedener Produktkategorien auf 103 Vergleichsportalen.

Obwohl 58% der untersuchten Portale produktspezifische Portale sind, sind die Top-Vergleichsrechner in Allroundportalen zu finden. Im Vergleichsportalranking schaffen es nur zwei produktspezifische Portale in die Top 20. Hier setzen sich mehrheitlich Allroundportale durch, die neben Versicherungen beispielsweise auch Finanzleistungen, Strom-, Gas- und Internettarife zum Vergleich anbieten. An der Spitze der Top 10 platzieren sich mit check24.de und geld.de gleich zwei Allroundportale. Auf dem dritten Platz folgt comfortplan.de, ein in den Suchmaschinen sehr gut platziertes Versicherungsportal.

Ebenfalls unter den Top 10 befinden sich mit transparo.de und aspect-online.de zwei Portale, hinter denen selber große Versicherer stehen.

Tabelle 1: Ränge der Vergleichsportale

Versicherer	Rang
check24.de	1
geld.de	2
comfortplan.de	3
financescout24.de	4
tarifcheck24.com	5
versicherungstarife.info	6
transparo.de	7
aspect-online.de	8
versicherung-vergleiche.de	9
preisvergleich.de	10

Quelle: Studie Vergleichsportal-Marketing Versicherungen 2014

Zehn Produktkategorien – zehn verschiedene Top-Versicherer

Große Unterschiede hinsichtlich der Präsenz in den Vergleichsportalen zeigen sich in

den zehn untersuchten Produktkategorien Haftpflicht, KFZ, Private Kranken, Zahnzusatz, Berufsunfähigkeit, Leben, Renten, Rechtsschutz, Hausrat und Wohngebäude. Weder die Produktkategorien, noch die Versicherer sind durchgängig in allen Portalen vertreten. So verglichen 47% aller 103 analysierten Portale eine Haftpflichtversicherung in denen nur 55% der 163 Versicherer in den Portalen vertreten sind. In der Produktkategorie Lebensversicherung repräsentieren die Portale einen noch geringeren Ausschnitt des Marktes. Nur 8% der Portale verglichen Lebensversicherungen in denen nur 31% der Versicherer zu finden sind. Für den Kunden lohnt sich fraglos der Vergleich durch mehrere Vergleichsportale, denn bei keinem Portal sind alle Anbieter vertreten (s. Tab. 2).

Die ermittelten Top 20 Versicherer zeigen auf höherem Niveau in fast allen Produktkategorien eine verbesserte Präsenz. Haftpflicht und Hausrat sind erneut die Kategorien mit den meisten Anbietern. 85% der Top 20-Versicherer bieten in Vergleichsrechnern eine Versicherung dieser Kategorie an. Dies zeigt, dass die führenden Vergleichsportal-Marketer sich durch Präsenz in mehreren Produktkategorien und in den wichtigsten Portalen auszeichnen.

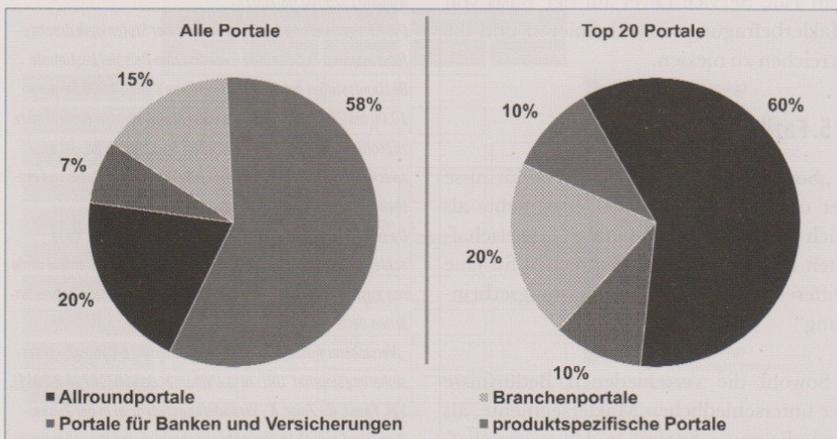
Präsenz der Versicherer ohne wirkliche Transparenz

In jeder Produktkategorie präsentiert sich ein anderer Versicherer als Top Versicherer auf Rang eins. Degenia, der Sieger im Gesamtranking, belegt zwar in keiner Produktkategorie den ersten Rang, sichert sich jedoch in allen belegten Kategorien durchgängig gute Rangplätze.

Uwe Matzner

Diplom-Kaufmann, Geschäftsführer der auf die Analyse von Marketingmaßnahmen spezialisierten Marktforschungsberatung research tools, Esslingen am Neckar.
www.research-tools.net

Abbildung 1: Portalart: Alle Portale und Top 20 Portale



Quelle: Studie Vergleichsportal-Marketing Versicherungen 2014

Die Präsenz der Versicherer in Vergleichsportalen ergibt sich aus der Anzahl der genutzten Portale, der Listungsanzahl, der durchschnittlichen Erstplatzierungen und der Anzahl der Top-Platzierungen. Diese Kennzahlen werden zu einem Ranking zusammengefasst. Nur wenige Versicherer können hier einen guten Rang über mehrere Produktgruppen erzielen.

Die ersten Plätze im Gesamtranking erreichen degenia vor Grundeigentümer und BavariaDirekt. Diese drei Versicherer verbindet eine Präsenz in nicht allzu vielen Produktkategorien, dafür halten sie jedoch Spitzenränge in den jeweiligen Produktgruppen. Zudem ist ihnen eine hohe Anzahl an genutzten Portalen gemein sowie an Top 3 Platzierungen, die sich positiv auf die durchschnittliche Erstplatzierung auswirken. Große Versicherungen wie ARAG, DEVK und Gothaer schaffen es ebenfalls unter die Top 10 im Vergleichsportalanranking. Die AXA Versicherung liegt im Ranking auf dem fünfzehnten Platz und überzeugt mit der höchsten Anzahl an Portalen sowie Listungen. Andere marktführende Versicherungsunternehmen belegen Plätze jenseits Rang 30.

Tabelle 3: Ränge der Versicherungen in Vergleichsportalen

Versicherer	Rang
degenia	1
Grundeigentümer	2
BavariaDirekt	3
janitos	4
ARAG	5
NV	6
DEVK	7
SwissLife	8
Gothaer	9
KS/Auxilia	10

Quelle: Studie Vergleichsportale-Marketing Versicherungen 2014

Insgesamt zeichnen sich die Top 20 Versicherer durch gleichmäßig gute Portalmarketing-Performances aus. Sie werden alle in überdurchschnittlich vielen Portalen geführt und fast alle dementsprechend häufig gelistet. Einige marktführende Versicherer, die nicht unter den Top 20 vertreten sind, verzeichnen zwar häufig eine große Anzahl an genutzten Portalen und Listungen, fallen aber durch schlechte Erstplatzierungen hinter vielen anderen Versicherern zurück.

Tabelle 2: Anteile der Portale und der Versicherer in den 10 Produktkategorien

Produktkategorie	Anteil der Portale nach Produktkategorie	Anteil der gelisteten Versicherer	Anteil der gelisteten Top 20 Versicherer	Top Versicherer in der Produktkategorie
Haftpflicht-V	47	55	85	Swiss Life
KFZ-V	40	25	35	BavariaDirekt
Private Kranken-V	12	20	30	Hallesche
Zahnzusatz-V	21	25	40	AXA
Berufsunfähigkeits-V	17	26	40	HanseMercur
Lebens-V	8	31	30	EUROPA
Renten-V	12	36	50	Nürnberger
Rechtsschutz-V	45	22	55	ARAG
Hausrat-V	40	47	85	Ammerländer
Wohngebäude-V	37	29	60	Grundeigentümer

Quelle: Studie Vergleichsportale-Marketing Versicherungen 2014

Die Top 10 Versicherer im Vergleichsportale-Marketing sind überwiegend Direktversicherer. Da Vergleichsportale für Interessierte häufig die einzige Möglichkeit darstellen, die Beiträge der einzelnen Anbieter unmittelbar zu vergleichen, kommt dem Portalmarketing in der Versicherungsbranche eine besondere Bedeutung zu. Für Direktversicherer sind deshalb Vergleichsportale das Mittel der Distribution.

Überdies verdeutlichen die Ergebnisse, dass Ränge und Präsenzen in Vergleichsportalen keine Aussagen über die Stellung des Versicherers im Markt bzw. Aussagen über Marktanteile zulassen. Durch zahlreiche Neugründungen nahm die Dynamik im Vergleichsportalemarkt in den letzten Jahren zu. Namhafte Versicherungen etablierten selbst erfolgreich Vergleichsportale auf dem Markt.

Zusammenfassend ist festzustellen: Allroundportale setzen sich im Vergleichsportalemarketing der Versicherungsbranche

mehrheitlich durch. Die ersten Plätze im Präsenzranking der Vergleichsportale werden überwiegend von Direktversicherern belegt. Die Präsenzränge der Versicherer in den Vergleichsportalen spiegeln somit nicht die realen Marktanteile bzw. Marktverhältnisse wider.

„Für Direktversicherer sind Vergleichsportale das Mittel der Distribution“

Über die Studie

Die Studie „Vergleichsportale-Marketing Versicherungen 2014“ von research tools untersucht auf 120 Seiten die Auftritte von 163 Versicherern auf 103 Vergleichsportalen im Untersuchungszeitraum von September 2013 bis Oktober 2013. Neben einer produktübergreifenden Analyse der Präsenz der Versicherungen in den Vergleichsportalen wird die Vermarktung von zehn Produktkategorien mit verschiedenen Kennzahlen und Indizes untersucht. Eine Analyse der Listungen zu Suchtreffer- und Anzeigenplatzierungen ergeben ein Ranking der Vergleichsportale für Versicherungsprodukte. Verschiedene Kennzahlen der Portalpräsenz generieren außerdem ein Versichererranking.