

Studie:  
**Die Superversicherer**

Die digitalen Customer Journeys  
der Versicherer im mediaworx-Vergleich

# Hallo!

Seit über 20 Jahren betreut mediaworx – teilweise ununterbrochen – Versicherer in der digitalen Welt. Die Branche hat sich in dieser Zeit mehrfach runderneuert. Vor allem durch den strategischen Einsatz von User Research und quantitativen Daten hat ein Wandel hin zur Wertschöpfung für den Kunden stattgefunden. Dem Business hat das nicht geschadet – im Gegenteil.

Die Digitalisierung setzte von Anfang an alle Unternehmen unter Druck sich ständig zu verbessern und neu zu erfinden. Mit unserer vergleichenden Studie entlang der Customer Journey wollen wir den Kunden in den Fokus rücken und Licht auf die aktuellen Best Practices der Branche werfen.

## Schöne Grüße,



**MARCUS KRAUTKRÄMER**

Performance Marketing Consultant  
krautkraemer@mediaworx.com



**BRITTA BOUZIANE-SCHWARZ**

Senior UX Strategist & Designer  
bouziane@mediaworx.com



**HEIKO STIEGERT**

Head of Performance Marketing  
stiegert@mediaworx.com



**KATJA PAAR**

Head of Strategy & Design  
paar@mediaworx.com



**NADJA LEYH**

Content Managing Editor  
leyh@mediaworx.com



**ALEXANDER FRIMPONG**

UX Designer  
frimpong@mediaworx.com



**VERONICA RIVIERA**

UX Designer  
riviera@mediaworx.com



**EVGENIJ ORLOV**

Senior SEO Consultant  
orlov@mediaworx.com

# Key Findings Sneak Peak:

mediaworx

#KEYFINDING

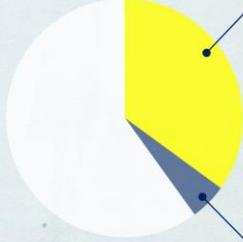
ALLIANZ UND HUK-COBURG SIND MIT ABSTAND DIE BEKANNTESTEN VERSICHERUNGSMARKEN



mediaworx

#KEYFINDING

VON 20 VERSICHERERN...



BIETEN NUR **ACHT** EINEN NEWSLETTER AN

UND NUR **EINER** DAVON SCHAFFT ES, SEINEN KUNDEN EINMAL IM MONAT ZU SCHREIBEN.

mediaworx

#KEYFINDING

KOMMENTARE DER NUTZER ZU DEN BILDWELTEN DER VERSICHERER:

... man muss schmunzeln ... putzige Motive. **SIGNAL IDUNA**

Einfach coole Leute, die coole Sachen machen. **ALLIANZ**

Typisches klassisches Familien-Modell: Haus, Garten, Familie... Sogar der Rasen sieht aus als wäre er gerade aufgezogen worden. **HUK**

mediaworx

#KEYFINDING



DIE MARKE **SIGNAL IDUNA** WIRD AM **SELTENSTEN** IM **ZUSAMMENHANG** MIT (KÜNDIGUNG) GESUCHT

mediaworx

#KEYFINDING



**Ad** COSMOSDIREKT INVESTIERT MIT ABSTAND AM MEISTEN IN DIE BEZAHLTE **GOOGLE-SUCHE**



mediaworx

#KEYFINDING

DIE **ARAG** BIETET AUF IHRER WEBSITE **DIE BESTEN SERVICES** FÜR BESTANDSKUNDEN UND NEUKUNDEN



# Studiendesign:

Kundenzentrierung ist bei vielen Versicherern zwar immer noch ein Lippenbekenntnis, aber auch größter Erfolgsfaktor. Deshalb wählten wir – im Vergleich zu anderen Studien – die Customer Journey als Basis für unsere Forschung. Die zentralen Fragen die wir uns dabei gestellt haben, werden in der untenstehenden Grafik ersichtlich. Je nach Fragestellung wählten wir die passende Erhebungsmethode aus: Es kamen klassische Analytics-Methoden, Expertenauswertung und qualitative Nutzerbefragungen zum Einsatz. Die verwendeten Erhebungs-Methoden sowie die etwaigen Bewertungskriterien werden am Anfang jedes Kapitels ausführlich geschildert.

## Übergeordnete Fragestellungen:



## Aufbau:

### Teil 1: DIE VERSICHERER IM VERGLEICH

Im ersten vergleichenden Teil stellen wir die Leistungen von 20 Versicherungsunternehmen in 19 Themenfeldern gegenüber. Bei zwölf der Unternehmen haben wir zusätzlich zwei Themen qualitativ erforscht.

### Teil 2: DIE VERSICHERER – STÄRKEN UND SCHWÄCHEN

Im zweiten Teil stellen wir die Leistungen der einzelnen Versicherer detailliert dar. Jedes Versicherungsunternehmen kann sich in diesem Teil auf mehr als 20 Seiten Daten freuen.

## Diese Versicherer sind dabei:

Website	Research Set 1	Research Set 2
<b>Allianz</b>   allianz.de	■	■
<b>ARAG</b>   arag.de	■	■
<b>AXA</b>   axa.de	■	■
<b>CosmosDirekt</b>   cosmosdirekt.de	■	■
<b>DA Direkt</b>   da-direkt.de	■	■
<b>ERGO</b>   ergo.de	■	■
<b>Gothaer</b>   gothaer.de	■	■
<b>HanseMerkur</b>   hansemerkur.de	■	■
<b>HUK-COBURG</b>   huk.de	■	■
<b>R+V</b>   ruv.de	■	■
<b>SIGNAL IDUNA</b>   signal-iduna.de	■	■
<b>Zurich</b>   zurich.de	■	■
<b>Barmenia</b>   barmenia.de	■	
<b>Basler</b>   basler.de	■	
<b>DEVK</b>   devk.de	■	
<b>Die Bayerische</b>   diebayerische.de	■	
<b>HDI</b>   hdi.de	■	
<b>NÜRNBERGER</b>   nuernberger.de	■	
<b>Württembergische</b>   wuerttembergische.de	■	
<b>VHV</b>   vhv.de	■	

### Unterschiede zwischen Research Set 1 und 2:

Im Research Set 2 wurden lediglich zwei zusätzliche qualitative Befragungen mit Nutzern durchgeführt. Das betrifft die Themenbereiche Bildtonalität und Ersteindruck.

# Diese Themen erwarten Sie:

## DIE VERSICHERER IM VERGLEICH

### 01 | Awareness

- 01 | 01 | Bekanntheit der Marke online
- 01 | 02 | Auffindbarkeit in Suchmaschinen
  - Sichtbarkeit ohne Markenerwähnung
  - SEO-Effizienz
  - Ladegeschwindigkeit der Seiten: Desktop vs. Mobile
  - Anzahl verweisender Domains
  - Suchmaschinenwerbung
  - Anzahl der bezahlten Keywords
  - Geschätzter SEA-Traffic
  - Schätzung der SEA-Kosten
  - Kosten pro Besucher
- 01 | 03 | Social Media: Reichweite & Content-Mix
- 01 | 04 | Einsatz von Newsletter-Marketing
- 01 | 05 | Sichtbarkeit auf Vergleichsportalen

### 02 | Consideration

- 02 | 01 | Ersteindruck von Nutzern
- 02 | 02 | Informationsqualität
- 02 | 03 | Textqualität
- 02 | 04 | Bildqualität
- 02 | 05 | Bildtonalität

### 03 | Conversion

- 03 | 01 | Die Conversion auf Home- und Landingpages
- 03 | 02 | Die Conversion auf Produktseiten
- 03 | 03 | Die Conversion in Menü und Navigation
- 03 | 04 | Der Conversion-Funnel
- 03 | 05 | Die Conversion in Formularen

## **DIE VERSICHERER IM VERGLEICH**

### **04 | Service Experience**

04 | 01 | Servicebausteine für Bestandskunden

04 | 02 | Services für Alle

04 | 03 | Kontaktaufnahme

04 | 04 | Ecosystems

## **DIE VERSICHERER – STÄRKEN UND SCHWÄCHEN**

06 | Allianz | allianz.de

07 | ARAG | arag.de

08 | AXA | axa.de

09 | CosmosDirekt | cosmosdirekt.de

10 | DA Direkt | da-direkt.de

11 | ERGO | ergo.de

12 | Gothaer | gothaer.de

13 | HanseMerkur | hansemerkur.de

14 | HUK-COBURG | huk.de

15 | R+V | ruv.de

16 | SIGNAL IDUNA | signal-iduna.de

17 | Zurich | zurich.de

18 | Barmenia | barmenia.de

19 | Basler | basler.de

20 | DEVK | devk.de

21 | Die Bayerische | diebayerische.de

22 | HDI | hdi.de

23 | NÜRNBERGER | nuernberger.de

24 | Württembergische | wuerttembergische.de

25 | VHV | vhv.de

## Fakten zur Studie auf einen Blick:

**20**

deutsche Versicherer  
im Vergleich

Fragestellung entlang der

**Customer  
Journey**

Erhebungszeitraum:  
**Juni – September**

**2019**

Mehr als

**20**

**Seiten**

Daten & Insights pro  
Unternehmen

**Quantitative &  
qualitative**

Erhebungsmethoden

**Wo müssen wir  
online besser  
werden?**

Branchen-Benchmarks zu  
relevanten Fragen

## Kosten der Studie:

Die gesamte Studie inklusive einem 30 minütigen Skypecall mit den Researchern kostet **1.990 Euro.**

*Ihre Marke ist nicht Teil der Studie? Nehmen Sie unverbindlich Kontakt mit uns auf.*

## Interesse am Erwerb der Studie?

Kontaktieren Sie uns gerne, wenn Sie die Studie erwerben möchten oder vorab noch Fragen haben.



**Marcus Krautkrämer**

+49 (0)30 27580283

[krautkraemer@mediaworx.com](mailto:krautkraemer@mediaworx.com)