

+ allianz.de +++ arag.de +++ cosmosdirekt.de +++ deutsche-familienversicherung.de +++ ergo.de +++ hannoversche.de +++ hansemerkur.de
+++ huk24.de +++ ruv.de +++ wgv.de +++ und weitere 190 Anbieter von Versicherungen +++ allianz.de +++ arag.de +++ cosmosdirekt.de +++ deut

Studiensteckbrief

Studie Paid Search Versicherungen 2024

Analyse von Textanzeigen bei Google und YouTube

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

Februar 2024



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie
Paid Search Versicherungen 2024

Informationen zur Studie

Nutzwert der Studie:



Wie stark sind die **Top 200 Anbieter** mit den meisten Anzeigen zu Versicherungs-Keywords bei **Google** und **YouTube** vertreten?



In welchen **Produktkategorien** werben die Anbieter?



Welche **Anbietergruppen** sind bei Paid Search am aktivsten?



Welche Anbieter erreichen besonders häufig vordere **Platzierungen**?



Mit welchen **Klickargumenten** und **Vorteilen** arbeiten die Anbieter, an welche **Zielgruppen** wenden sie sich?



Welche **Anzeigenstrukturen** sind branchenüblich?



Wer sind die **Benchmarks** bei Google und YouTube?

Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

Anzeigenvergleich und Gesamtränge von **200 Anbietern** von **Versicherungen**

in der Anzeigenform **Textanzeigen** bei **Google** und **YouTube**

24/7-Monitoring über **12 Monate** für **4 Produktkategorien**

alle Informationen **im Wettbewerbsvergleich** auf 85 PowerPoint-Seiten

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

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

Nutzen: Benchmarks Anzeigenplatzierung,
inhaltliche Impulse für Anzeigeninhalte

200 Anbieter von Versicherungen:

- ...
- adac.de
- adam-riese.de
- admiraldirekt.de
- agila.de
- ...
- huk24.de
- ikk-classic.de
- ...
- wertgarantie.de
- wgv.de
- wuerttembergische.de
- ...

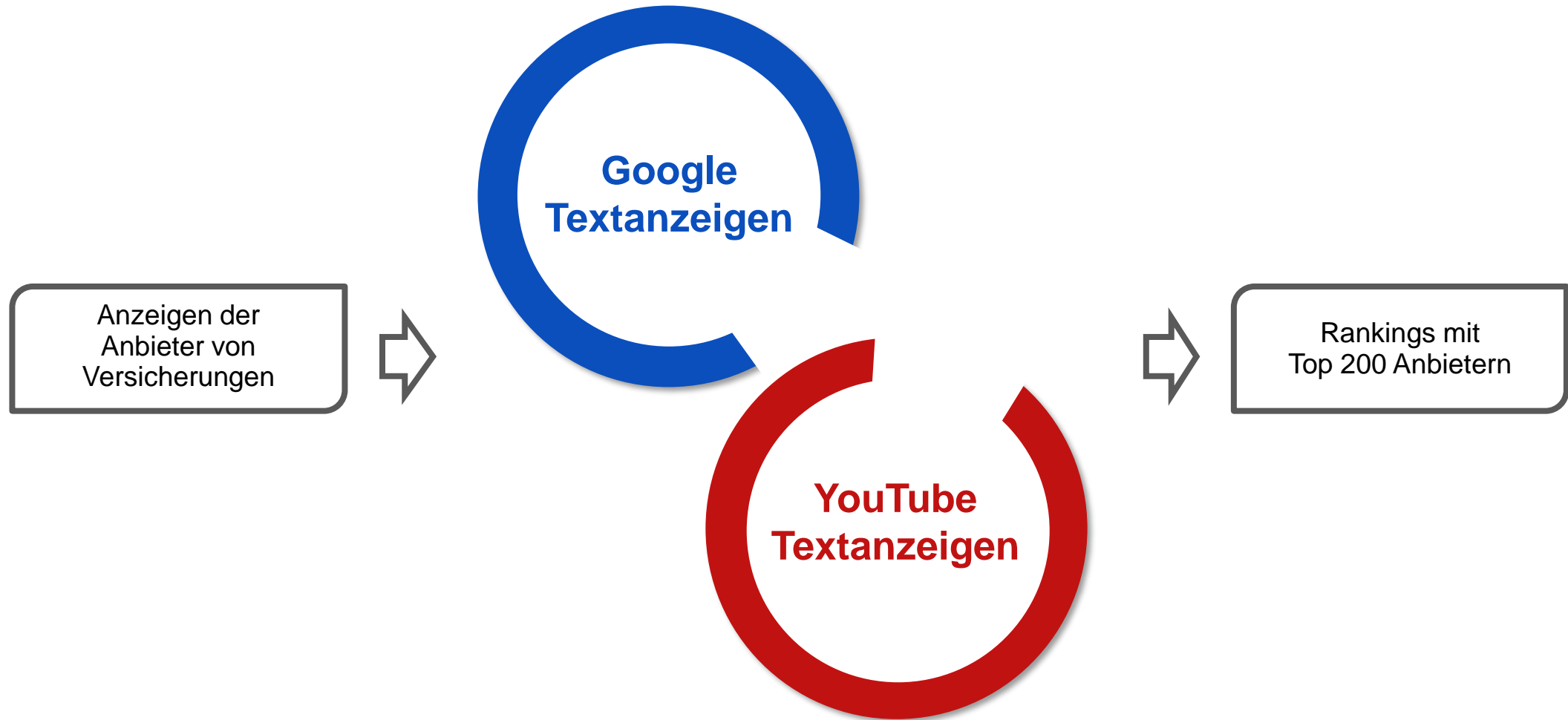
Informationen zur Studie

Analyseparameter:



Informationen zur Studie

Konzeption:



Informationen zur Studie

Studieninhalte:

Die Studie in Zahlen:

200

Anbieter von
Versicherungen

4

Produktkategorien:
Krankenversicherung,
Lebens-/Rentenversicherung,
Rechtsschutzversicherung,
Sachversicherung

9

Anbieter-
gruppen

12

Monate lang
wurden mehrmals
täglich Anzeigen in
der Branche
erfasst

100

Keywords sind der
Input für die
Anzeigenerfassung

Forschungsdesign:

Auf Basis von 100 Keywords der Branche erfasst der Webcrawler über zwölf Monate hinweg die Anzeigen auf Google und YouTube. Diese werden von den Marketinganalysten ausgewertet, bewertet und zu einem Gesamtranking sowie diversen KPIs verdichtet. Die Studie wurde objektiv, unabhängig und neutral erstellt und ist im Februar 2024 erschienen.

Preis der Studie: Die 85 Seiten umfassende Studie kostet **4.600 EUR** zuzüglich Mehrwertsteuer.

Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	4
➤ Forschungsdesign	6
➤ Textanzeigen Ranking	12
▪ Top Anbieter	13
Anteile (Top 10) , Anzahl (Top 30), Anzeigenpunkte (Top 30), Platzierungen (Top 30)	
▪ Ranking alle Anbieter	19
Anzahl Anzeigen, Platzierungen, Anzeigenpunkte, Ränge und Anteile für 200 Anbieter	
▪ Produktkategorien	35
Anzeigenanteile der Produktkategorien Top 30, Top 5 Anbieter je Produktkategorie	
▪ Anbietertypen	44
Anteile Anbietertypen, Anteile Produktkategorien, Top 5 Anbieter nach Anbietertyp	
▪ Timing	47
➤ Textanzeigen Inhalte	49
▪ Landingpage	52
▪ Formale Aspekte	53
▪ Kopfzeile	54

Inhaltsverzeichnis

▪ Klickargumente	55
Anteile, Top 10 Anbieter, Produktkategorien	
▪ Zielgruppe	61
Anteile, Top 10 Anbieter, Produktkategorien	
▪ Erweiterungen	66
Anteile, Top 10 Anbieter, Produktkategorien	
▪ Ansprache	69
▪ Vorteilsargumente	70
Beworbene Vorteile, einzelne Vorteile, Top 10 Anbieter, Produktkategorien	
▪ Strategische Aspekte	77
▪ Anzeigenbeispiele	79
➤ Kontakt	84

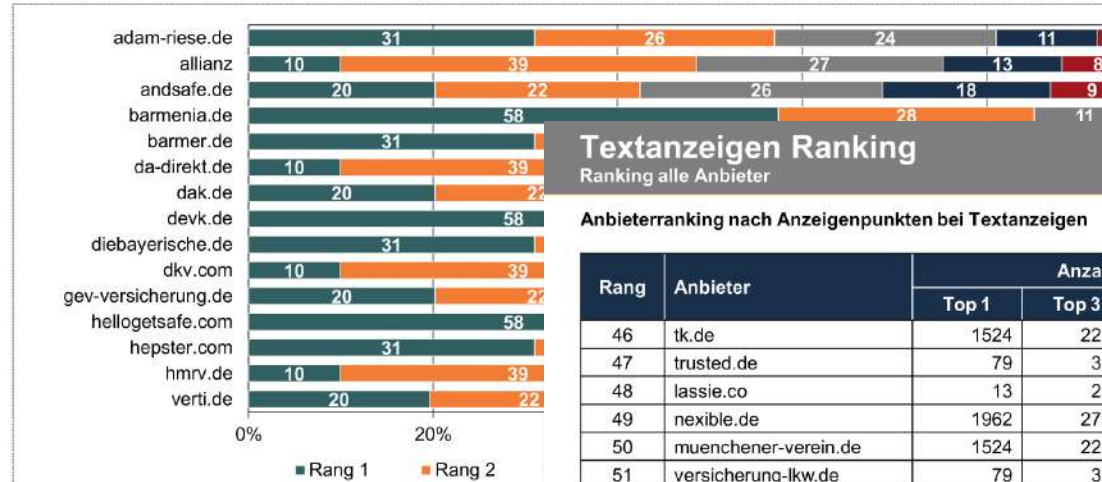
Analysebeispiele (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Textanzeigen Ranking

Top 10 Anbieter

Anteile der Platzierungen auf den Rängen 1-7 (Top 30 Branchenrelevant nach Anzeigenpunkten)



Textanzeigen Ranking

Ranking alle Anbieter

Anbieterranking nach Anzeigenpunkten bei Textanzeigen

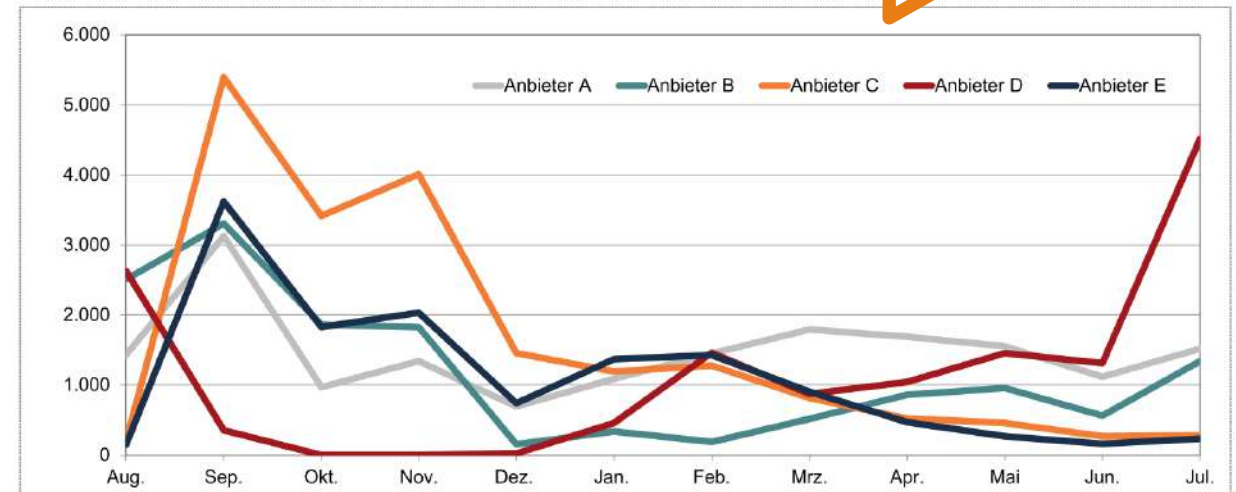
Rang	Anbieter	Anzahl	
		Top 1	Top 3
46	tk.de	1524	228
47	trusted.de	79	32
48	lassie.co	13	25
49	nexible.de	1962	278
50	muenchener-verein.de	1524	228
51	versicherung-lkw.de	79	32
52	top10-rechtsschutz.de	13	25
53	testsieger ⁸	1962	278
54	allvest.de	1524	228
55	wuerttembergische.de	79	32
56	krankenversicherung.net	13	25
57	signal-iduna.de	1962	278
58	acio.de	1524	228
59	zusatzversicherung ⁹	79	32
60	de	13	25

Welche Dynamik zeigen die Anzeigenschaltungen im Zeitverlauf?

Textanzeigen Ranking

Timing

Entwicklung der Anzeigenschaltung in Jahresverlauf



Welche Anbieter präsentieren sich stark bei Textanzeigen?

Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Textanzeigen Ranking

Produktkategorien

Top 5 Branchenrelevant Anbieter in den Produktkategorien

Krankenversicherung

- | | | |
|----|----------------|------|
| 1. | tk.de | 8,4% |
| 2. | aok.de | 8,4% |
| 3. | bkk24.de | 8,4% |
| 4. | barmer.de | 7,4% |
| 5. | ikk-classic.de | 7,4% |

Rechtsschutzversicherung

- | | | |
|----|------------------------|------|
| 1. | arag.de | 25,3 |
| 2. | roland-rechtsschutz.de | 25,3 |
| 3. | admiraldirekt.de | 25,0 |
| 4. | adam-riese.de | 24,1 |
| 5. | comfortplan.de | 23,7 |

Lebensversicherung/Rentenversicherung

- | | | |
|----|-----------------|------|
| 1. | cosmosdirekt.de | 8,4% |
| 2. | hannoversche.de | 8,4% |

Textanzeigen Inhalte

Anzeigenbeispiele

Beispiel-Anzeigen der Top 10 Anbieter

3. hannoversche.de



Erwerbsunfähigkeit versichern - Monatliche Kosten berechnen
 Individuelle Kosten für Erwerbsunfähigkeitsversicherung unverbindlich berechnen. Teststage - Sockel - Leistungsarten - Preisgarantie.
 Anzeige - <https://www.hannoversche.de/erwerbsunfaehigkeit-versichern/kosten>

Gesponsert

Hannoversche
<https://www.hannoversche.de/erwerbsunfaehigkeit-versichern>

Vergleich 1. Platz & Sehr Gut - Berufsunfähigkeitsversicherung

Die günstigste **Berufsunfähigkeitsversicherung** unter den sehr guten Anbietern im Vergleich: **Berufsunfähigkeitsversicherung**. Rechnen & vergleichen Sie ganz unverbindlich.

Gesponsert

Hannoversche
<https://www.hannoversche.de/todesfall-versicherung>

Todesfallversicherung - Test 1. Platz und "Sehr Gut"

Todesfallversicherung vom vielfachen Teststage. Jetzt rechnen & vergleichen! Welche Varianten gibt es? Beitrag berechnen - Häufig gestellte Fragen - Tarife

Gesponsert

Hannoversche.de
<https://www.hannoversche.de/sportlich-versicherung>

Todesfallversicherung - Test 1. Platz und "Sehr Gut"

versicherung vom vielfachen Teststage. Jetzt rechnen & vergleichen! Beitrag berechnen - Häufig gestellte Fragen - Tarife

ang für hannoversche.de - 4,8 - 55 Rezensionen

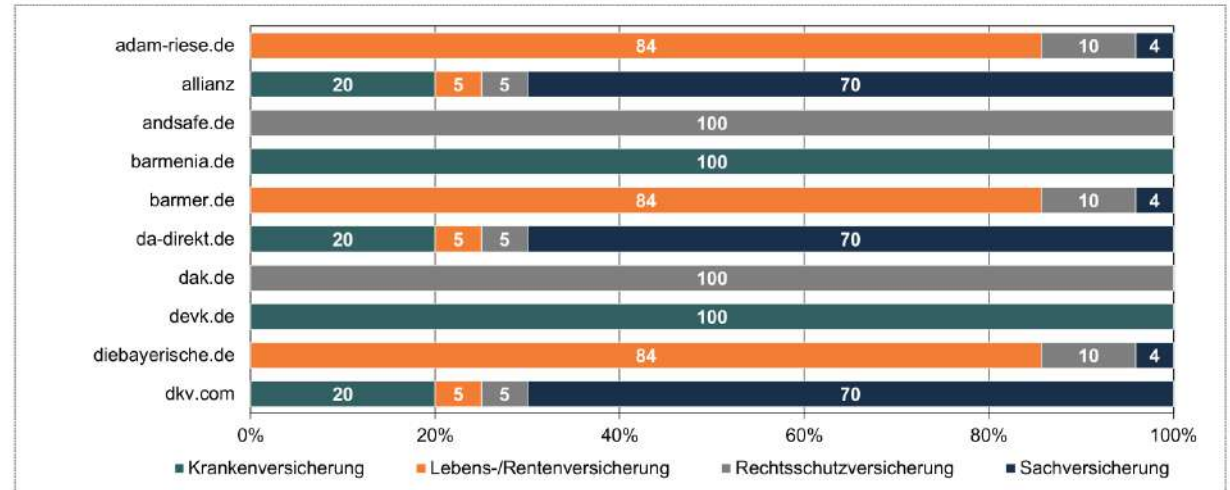
erung - ab 2,31 €/Monat - Familie abschließen - Mehr

Welche Produkte werden von den Anbietern beworben?

Textanzeigen Ranking

Produktkategorien

Verteilung der Anzeigenpunkte nach Produktkategorien (Top 30 nach Anzeigenpunkten)



Wer sind die Benchmarks in den Produktkategorien?

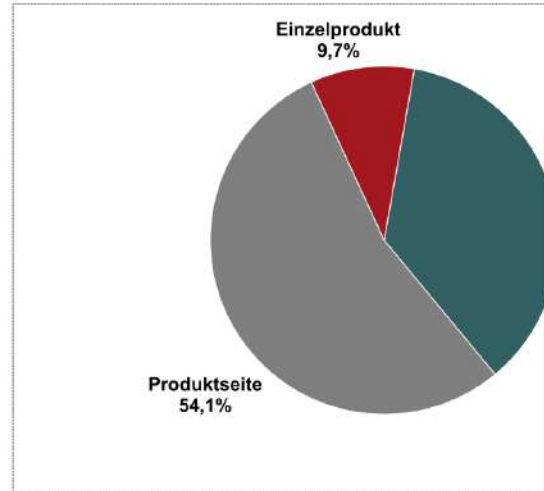
Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Textanzeigen Inhalte

Landingpage

Anteile der Landingpage*-Typen



* Landingpage = Webseite des Anbieters, auf die man durch Anklicken der Anzeige gelangt



Textanzeigen Inhalte

Zielgruppe

Adressierte Zielgruppe*

Zielgruppe	Definition
Beratungssuchende	Ansprache ist auf eine
Individualisten	Versicherung arten mit
Preisbewusste	Rabatte, Angebote ode
Qualitätsbewusste	Produkt- und/oder Anb
Sonstige	Keine Zeilgruppe ange
Spezialisten	Einzelne Funktionen w
Unentschlossene	Preis- bzw. Produktver

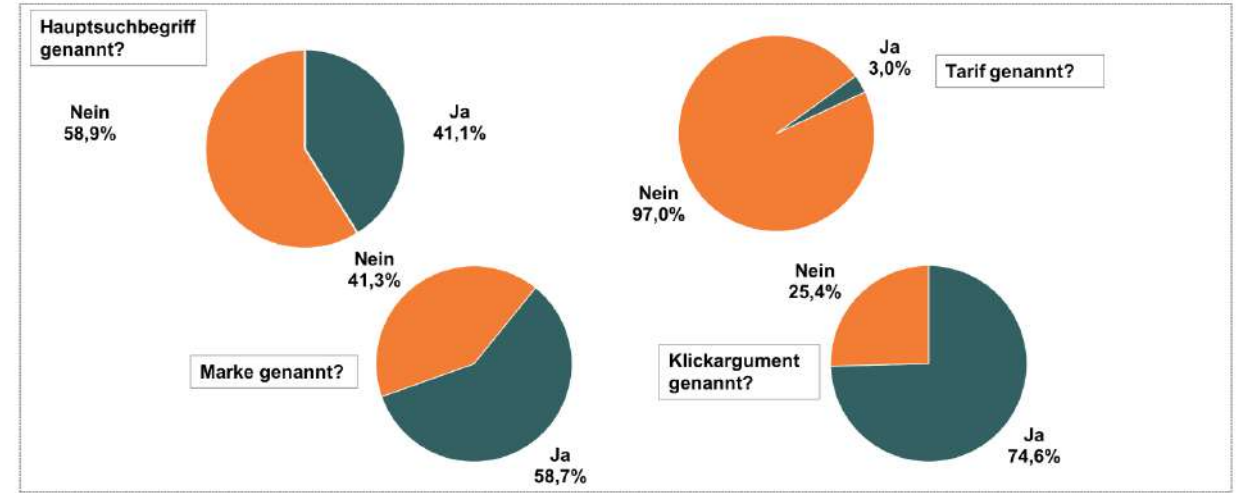
auf Adressierung in der Kopfzeile



Textanzeigen Inhalte

Kopfzeile

Kopfzeileninhalte der Textanzeigen



Studie Paid Search Versicherungen 2024

Welche Infos beinhalten die Anzeigen-Kopfzeilen?

Welche Landingpage-Typen werden bevorzugt genutzt?

auf Adressierung in der Kopfzeile



Studie Paid Search Versicherungen 2024

Analysebeispiele (4)

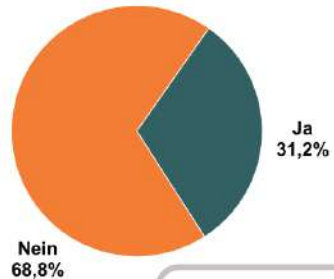
Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Textanzeigen Inhalte

Ansprache

Ansprache in den Textanzeigen

Motive der Verknappung



Motive der Verknappung:
Hinweise auf zeitliche Knappheit
Verfügbarkeit wie „Neukunden-A
„Pflegezusatzversicherung –Nur

Call-to-Action:
Handlungsaufforderungen wie
„anmelden!“ oder „Jetzt
Hausratversicherung abschlie

Textanzeigen Inhalte

Strategische Aspekte

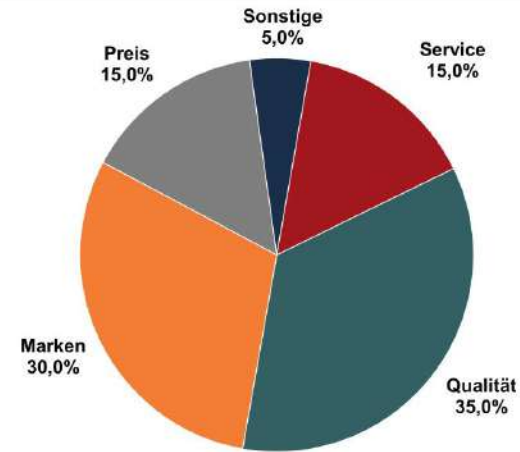
Strategien der Top 10 Anbieter

Nr.	Anbieter	Zielgruppe
1	arag.de	Qualitätbe
2	cosmosdirekt.de	Keine Ziel
3	hannoversche.de	Keine Ziel
4	deutsche-familienversicherung.de	Qualitätbe
5	hansemerkur.de	Preisbew.
6	allianz.de	Qualitätbe
7	ergo.de	Keine Ziel
8	huk24.de	Keine Ziel
9	wgv.de	Qualitätbe
		Preisbew.

Textanzeigen Inhalte

Vorteilsargumente

Beworbene Vorteile (Mehrfachnennungen möglich)



Welche Vorteile kommunizieren die Anbieter?

Mit welchen Motiven verschaffen sich die Anbieter Aufmerksamkeit?



Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten



Studie Paid Search
Versicherungen 2024

Studie Paid Search
Versicherungen 2024