

# Studie: Web-Analytics-Tools Deutscher Versicherer – 08 / 2020

# Überblick

.....

Über diese Studie

.....

Ergebnisse

.....

Details

.....

Über mediaworx berlin AG

.....

# Über diese Studie

# Zusammenfassung

Im Januar 2018 hat die Digitalagentur mediaworx berlin AG deutsche Versicherer-Websites untersucht, um die aktuelle Nutzung von Web-Analytics-Tools im Zeitalter der Daten und DSGVO zu erfassen.

**Das Ergebnis:** Deutsche Versicherer nutzen am häufigsten Google-Lösungen wie Google Analytics und Google Tag Manager. Zusätzlich hat die Mehrheit der analysierten Versicherer ein Cookie-Banner implementiert, um dem BGH-Urteil nachzukommen.

# Methodik

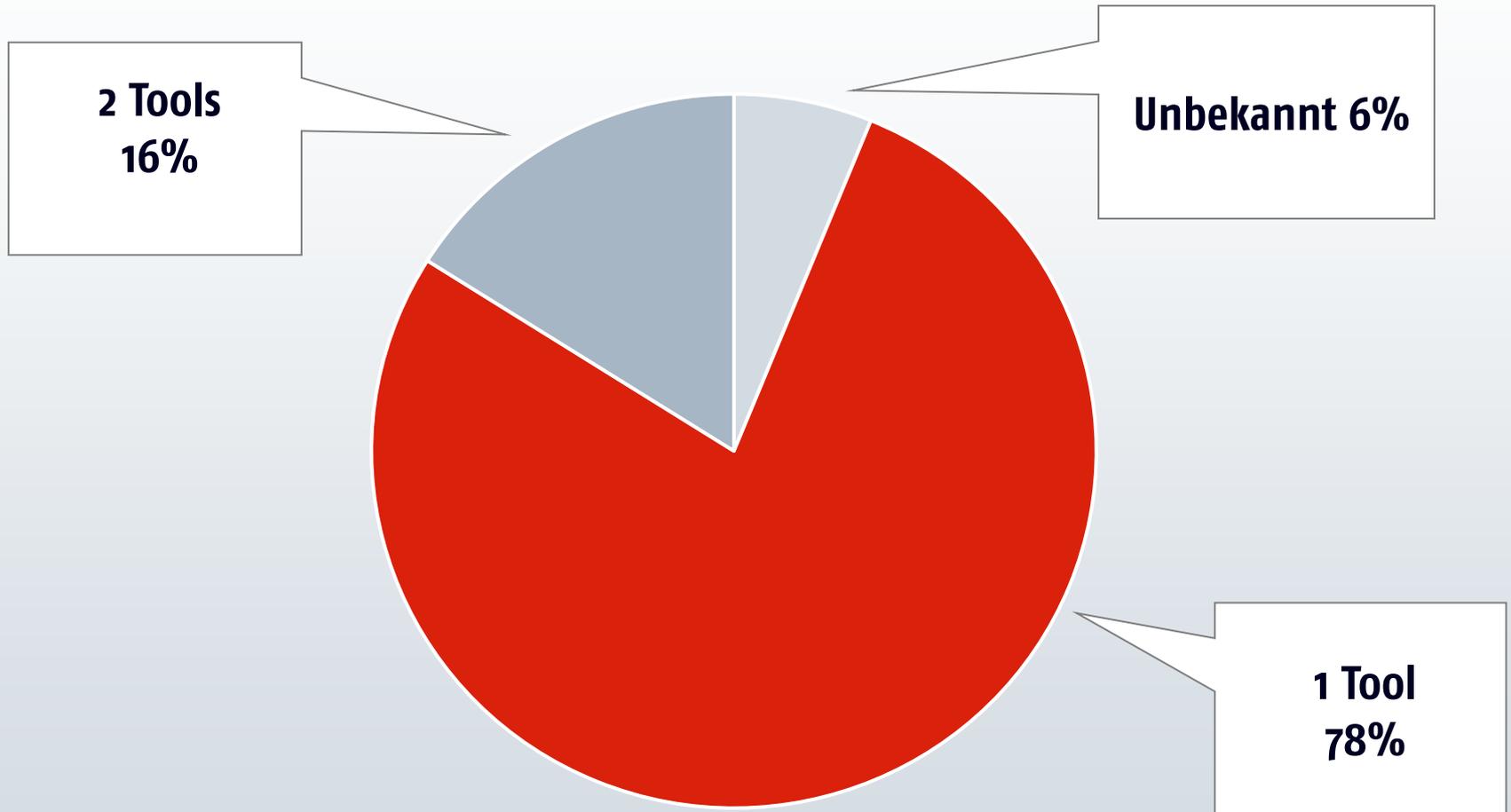
Es wurden insgesamt N=81 Web-Auftritte untersucht unter denen sich die umsatzstärksten und bekanntesten Versicherer in Deutschland wiederfinden (gem: [statista, 2015](#)). Die Stichprobe umfasst damit 15% der insgesamt 539 deutschen Versicherer (gem [GDV, 2015](#)).

Die Datenerhebung wurde durch Analyse des Quellcodes der Website mittels zweier Browser-Add-Ons durchgeführt, die auf das Vorhandensein der Tools prüfen. Dadurch wird die tatsächliche Nutzung der Web-Analytics-Tools erfasst, anstatt Nutzungsabsichten über Befragungen von Website-Verantwortlichen zu ermitteln.

# Ergebnisse

# Wie viele Tracking-Tools nutzen deutsche Versicherer?

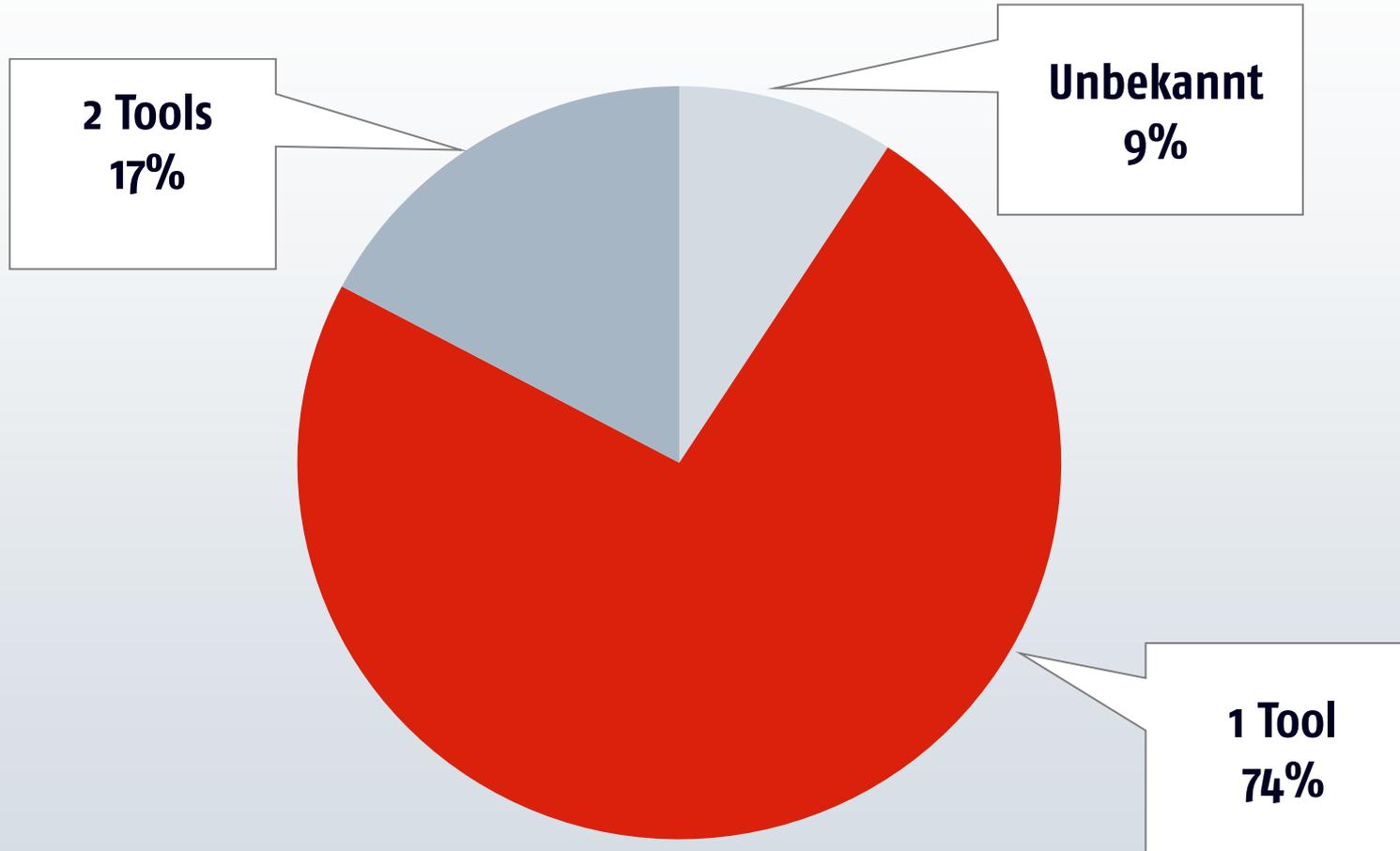
Stand: Aug 2020, N=81



© mediaworx berlin AG

# Wie viele Tracking-Tools nutzen deutsche Versicherer?

Stand: Aug 2018, N=87



© mediaworx berlin AG

# Meistgenutzte Web-Analytics-Tools deutscher Versicherer

Stand: Aug 2020, N=81 VS Stand: Jan 2018, N=87

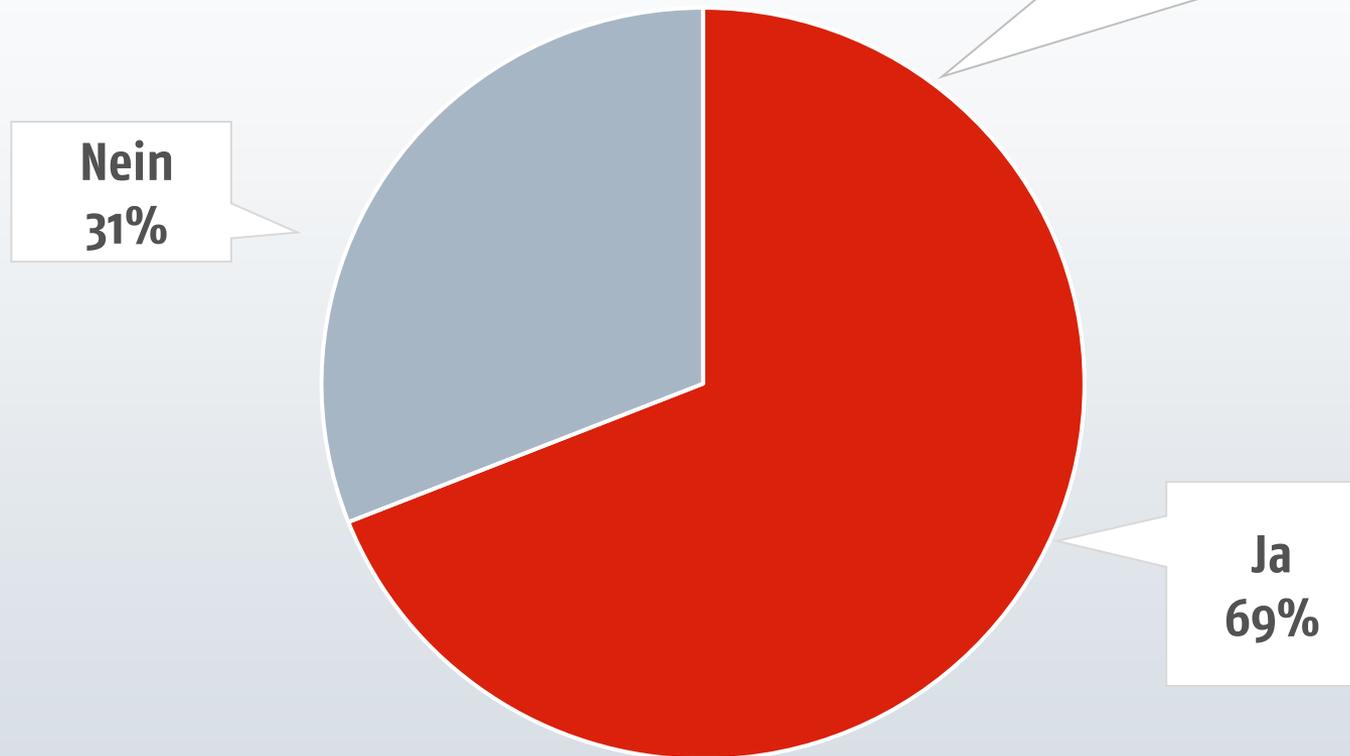


© mediaworx berlin AG

# Deutsche Versicherer-Websites: Wird ein Tag Manager eingesetzt?

Stand: Aug 2020, N=81

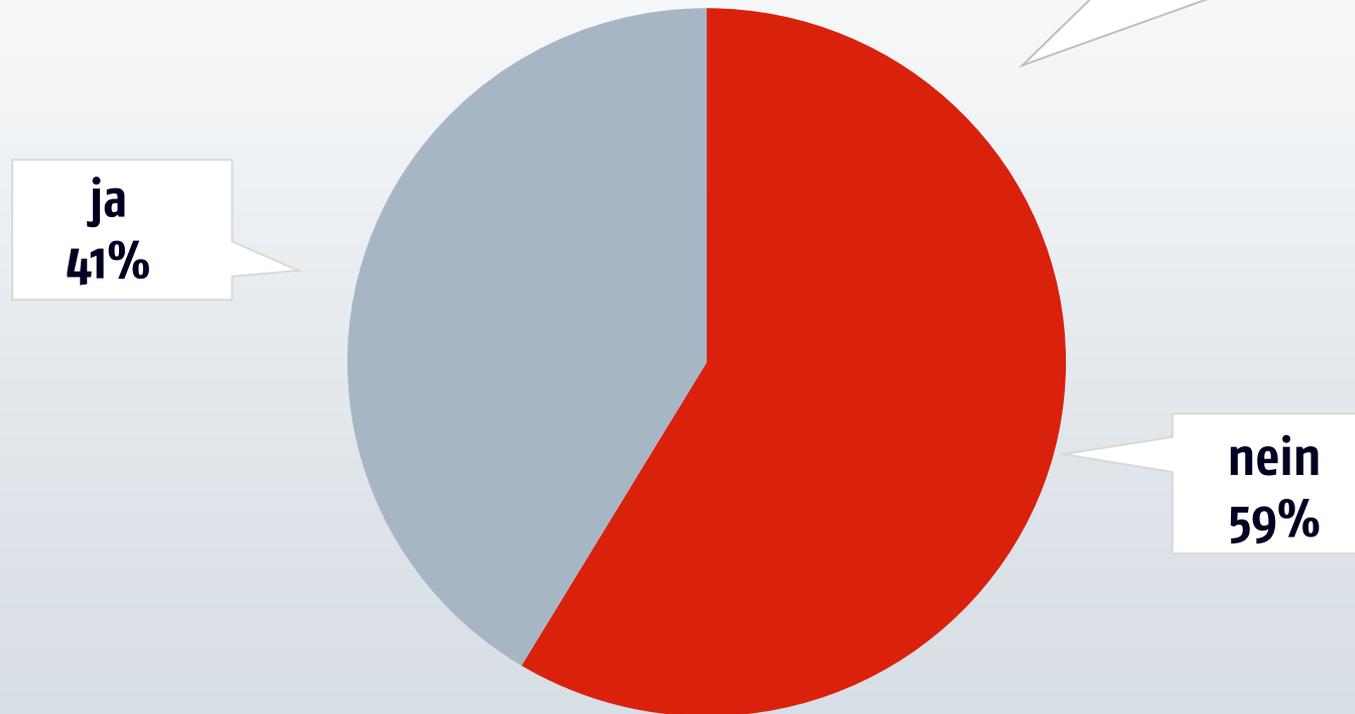
Die Nutzung des Tag-Managers ist im Vergleich zu 2018 um 28% gestiegen



© mediaworx berlin AG

# Deutsche Versicherer-Websites: Wird ein Tag Manager eingesetzt?

Stand: Jan 2018, N=87

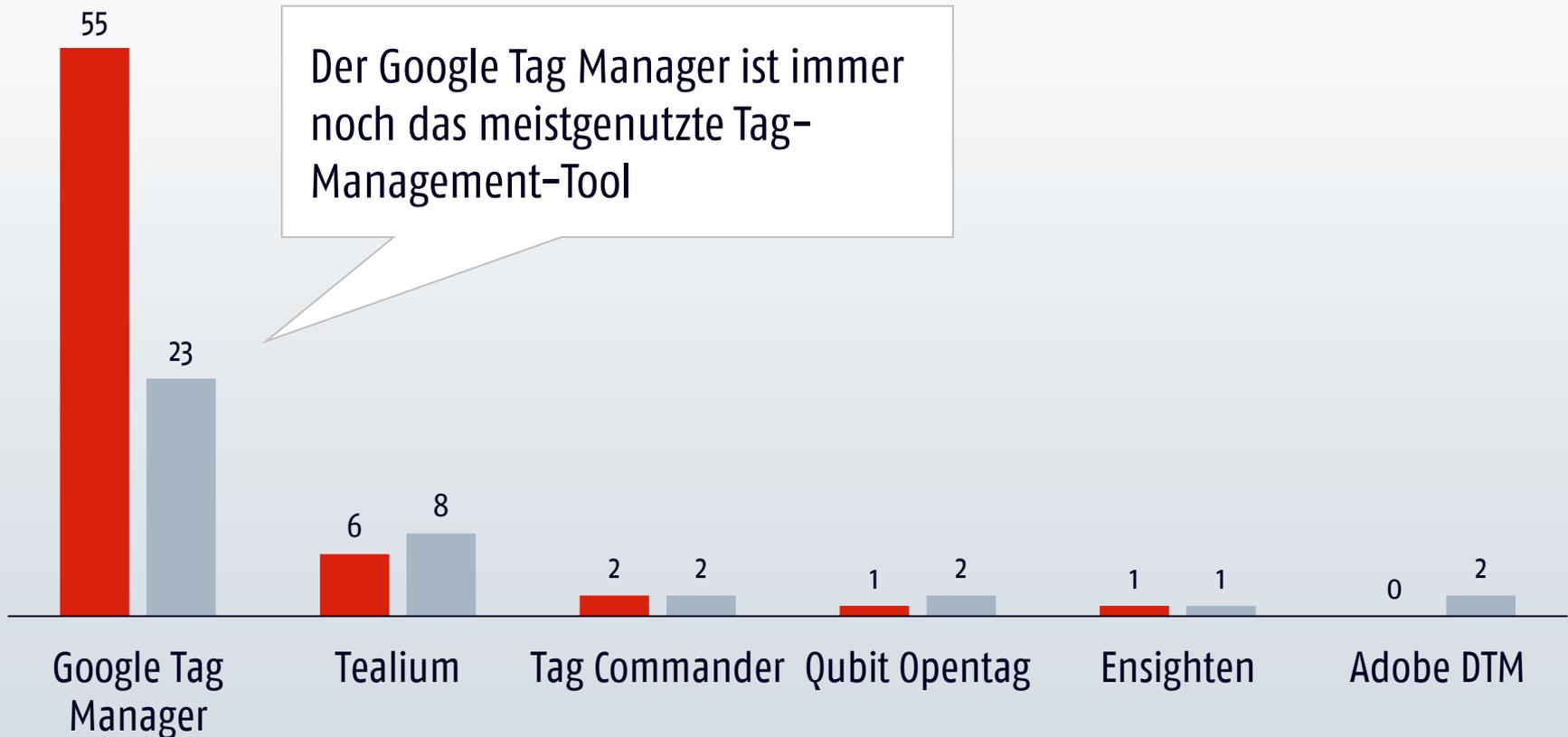


Tag Manager vereinfachen Website-Tracking und Marketing-Unabhängigkeit, werden jedoch überwiegend noch nicht genutzt.

# Welche Tag Manager nutzen deutsche Versicherer?

Stand: Aug 2020, N=81 VS Stand: Jan 2018, N=87

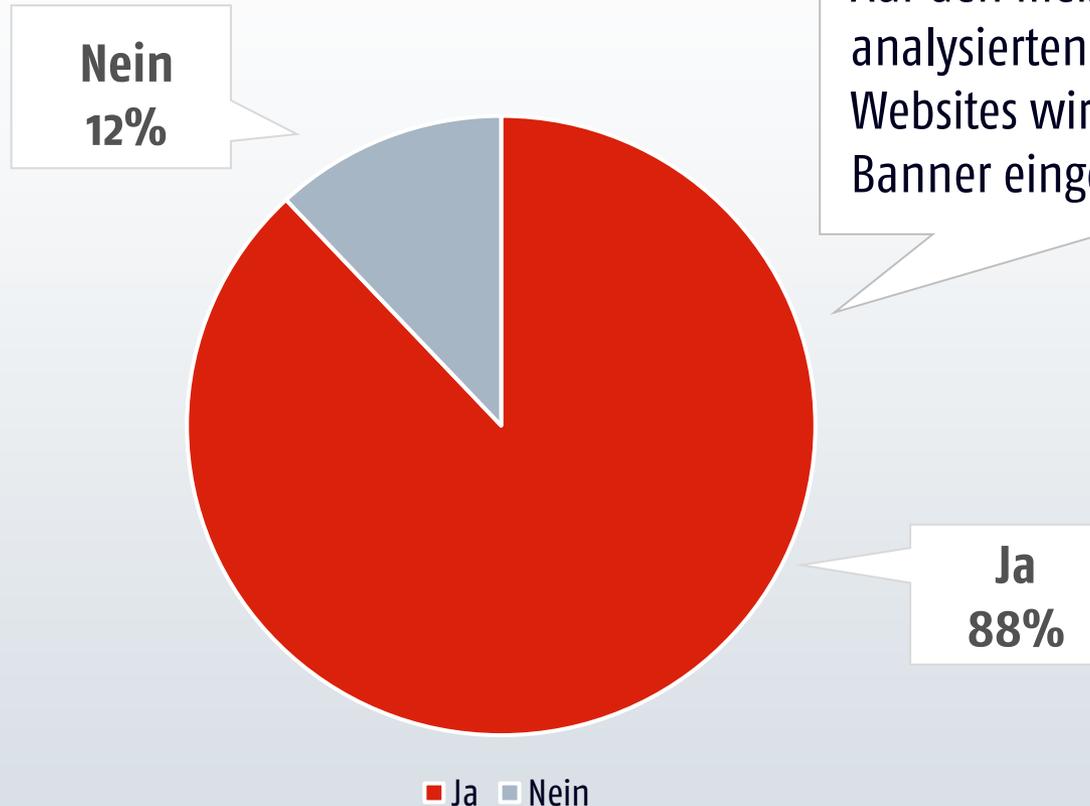
■ 2020 ■ 2018



© mediaworx berlin AG

# Deutsche Versicherer-Websites: Wird ein Cookie-Banner eingesetzt?

Stand: Aug 2020, N=81



Auf den meisten der analysierten Versicherer-Websites wird ein Cookie-Banner eingesetzt

Ja  
88%

# Details

# Wie viele Tracking-Tools nutzen deutsche Versicherer?

Studie

## Web-Analytics-Tools auf deutschen Versicherer-Websites

Stand: 08/2020, N=81

[mediaworx.com](http://mediaworx.com)

mediaworx

Versicherung	Google Analytics	Matomo	Mapp	Adobe Analytics	AT Internet	econda	etracker	Webtrends	Mixpanel	Cookie Banner
Advocard			X							
Allianz Group	X			X						X
Allianz DE				X						X
Allianz Deutschland AG	X									X
Allianz Direct				X						X
Alte Oldenburger		X								X
Ammerländer Versicherung	X									
ARAG	X									X
Axa	X									X
Barmenia	X									X
Basler	X									X
VK Bayern (VKB)	X						X			X
Canada Life			X							X
Concordia	X									X
Continental		X								X
Cosmos Direkt	X									X
DA Direkt	X		X							X
Debeka Versicherung										X
Deutsche Familienversicherung	X									X
Deutsche Ärzteversicherung	X									X
Deutscher Ring	X									X
DEVK	X									X
Dialog Lebensversicherung			X							X
Die Bayerische	X		X							X
Verti (ehemals: Direct Line)	X									X
DIREKTE LEBEN Versicherung AG	X									X

© mediaworx berlin AG

# Wie viele Tracking-Tools nutzen deutsche Versicherer?

Studie

## Web-Analytics-Tools auf deutschen Versicherer-Websites

Stand: 08/2020, N=81

[mediaworx.com](http://mediaworx.com)

mediaworx

Versicherung	Google Analytics	Matomo	Mapp	Adobe Analytics	AT Internet	econda	etracker	Webtrends	Mixpanel	Cookie Banner
DKV				X						X
ENVIVAS			X							X
Ergo				X						X
Eulerhermes	X									X
Europa Versicherungen	X									X
Generali Versicherung			X							X
Getsurance GmbH	X									X
Gothaer	X		X							X
GVV-Privatversicherung AG	X					X				X
Hallesche								X		X
Hamburger Pensionskasse von 1905		X								X
Hannover Rück		X								X
Hannoversche	X									X
HanseMerkur	X									X
HDI	X						X			X
Heidelberger Lebensversicherung AG		X								X
IDEAL Versicherung	X									X
Inter	X									X
Itzehoer Versicherungen	X									X
Janitos Versicherung	X									X
Karlsruher Lebensversicherung AG	X									X
LVM										X
Mannheimer	X									X
Mecklenburgische		X								X
Medien-Versicherung		X								X
Munich Re Versicherung				X						X
Münchener Verein	X									X
nexible (ehemals Neckermann Versicherung)	X									X

© mediaworx berlin AG

# Wie viele Tracking-Tools nutzen deutsche Versicherer?

Studie

## Web-Analytics-Tools auf deutschen Versicherer-Websites

Stand: 08/2020, N=81

[mediaworx.com](http://mediaworx.com)

mediaworx

Versicherung	Google Analytics	Matomo	Mapp	Adobe Analytics	AT Internet	econda	etracker	Webtrends	Mixpanel	Cookie Banner
neue leben Versicherung	X									X
NRV Rechtsschutz	X									X
Nürnberger Versicherung										X
ottonova	X									X
Postbeamtenkrankenkasse		X								
Provinzial	X						X			X
R + V	X									X
RheinLand Versicherungsgruppe	X									X
ROLAND-Gruppe	X									X
Signal Iduna	X									X
SONO										
Swiss Life				X						X
Süddeutsche	X						X			X
Talanx AG (Gruppe)	X									X
UKV Union	X						X			X
universa		X								
Vereinigte Versicherungsgesellschaft	X			X						
VHV Versicherung	X									X
Vigo		X								X
Volkswagen Versicherungsdienst										
wefox	X									X
WGV-Versicherungen							X			X
WWK Allgemeine Versicherung AG							X			X
Württembergische	X									X
Wüstenrot Bausparkasse	X									X
Zurich Gruppe	X							X		X
Öffentliche Versicherung Oldenburger	X						X			X

© mediaworx berlin AG

# Wollen Sie mehr über Analytics bei mediaworx erfahren?

Mehr erfahren

© mediaworx berlin AG

The background of the slide is a dark teal color with a bokeh effect, consisting of numerous out-of-focus light spots in various shades of teal and green. The text is centered horizontally and vertically.

# mediaworx berlin AG



Digitale  
Strategie

User  
Experience

Technologie

Performance  
Marketing

# Leistungsspektrum





Digitale  
Strategie

User  
Experience

Technologie

Performance  
Marketing

### ZIELE DEFINIEREN:

- Analyse: User Research, Tracking
- Beratung: Vorgehensweise
- Moderation: Ziele + Maßnahmen

Digitale  
Strategie

User  
Experience

Technologie

Performance  
Marketing

**MASSNAHMEN KONZIPIEREN:**

- Konzeption + Visual Design
- Text + Redaktion
- Prototypen, Nutzertests, Brand Experience



Digitale  
Strategie

User  
Experience

Technologie

Performance  
Marketing

### IMPLEMENTIERUNG:

- Frontend: HTML, CSS, JavaScript, Frameworks
- Backend: J2EE, PHP, .net, Standardsysteme
- Testing: Fachliche-, Technische-, Automatisierte Tests



Digitale  
Strategie

User  
Experience

Technologie

Performance  
Marketing

**ERFOLG VERSTÄRKEN:**

- Content Strategy
- SEO, SEA, Conversion-Optimierung
- Continuous Optimization, A/B-Testing, Messung



# Finanzdienstleister Kompetenz

## Finanzdienstleister-Kompetenz seit 16 Jahren

- Sehr tiefes Verständnis von Finanzdienstleistern
- 30 Banken und Versicherungen als Kunden

## Fokus auf vertrieblicher Optimierung

- Digitale Strategie
- Optimierung Produktdarstellung
- Performance Marketing / Conversion Optimierung

## Hervorragende Kundenzufriedenheit

- Kundenbeziehungen länger als 10 Jahre
- Spitzenposition im Bewertungsportal [benchmark.de](https://www.benchmark.de)

## Beratende, konzeptuelle und technische Kompetenz



**Danke!**