

Marketingstudie: knapp zwei BUV- Postings pro Anbieter im Monat

Durchschnittlich 4,3 Berufsunfähigkeitsversicherungsprodukte halten die zehn analysierten Versicherer in ihrem Portfolio. Knapp zwei Postings pro Anbieter und Monat informieren in den Social Media die Community über relevante Produktnews.

Erwartungsgemäß gibt es bei den analysierten Versicherern in allen vier Marketing-Mix-Bereichen ein breites Spektrum an Aktivitäten. Eine ausgedehnte Performancespanne wird unter anderem in der Kommunikation deutlich. So veröffentlichen beispielsweise in den sozialen Medien alle Anbieter BUV-relevante Postings. Von den gezählten 223 Beiträgen innerhalb eines Jahres auf [Facebook](#), [Instagram](#), [Twitter](#) und [YouTube](#) entfallen knapp die Hälfte auf [Hannoversche](#) und [LV 1871](#). Über alle analysierten Versicherer stehen die beiden Plattformen Facebook und Instagram hinsichtlich der Postinganzahl im Fokus mit jeweils rund 80 Beiträgen. Bei der Presseresonanz liegen [Allianz](#) und [Nürnberger](#) vorn. Von insgesamt 146 Pressemeldungen in deutschen Tageszeitungen sowie Fach- und Publikumszeitschriften entfallen 69 Beiträge auf diese beiden Versicherer.

Mit Suchmaschinenmarketing (SEA) besser gefunden werden

Ein weiterer Baustein im Bereich Kommunikation ist das Suchmaschinenmarketing. Hier sind zum Begriff Berufsunfähigkeitsversicherung bei den organischen

Suchmaschinenergebnissen in [Google](#) neun der zehn Anbieter innerhalb der ersten 100 Listungen auffindbar, allerdings schaffen es nur drei davon auf die erste Seite. Mittels Paid Search erhöhen sieben Anbieter ihre Chancen zur Auffindbarkeit, vier davon mit First-Page-Listungen.

Allianz und Hannoversche liegen beim Suchmaschinenmarketing vorn. Eher nachrangig spiegelt sich das Thema Berufsunfähigkeit in den Werbeaktivitäten wider, sie werden von den betrachteten Anbietern meist nur in begrenztem Umfang geschaltet. In der Summe beläuft sich das Werbevolumen innerhalb eines Jahres auf 8,7 Millionen Euro, ein Großteil davon entfällt auf TV-Spots der Nürnberger. Mit einer überdurchschnittlich starken Performance setzt sich der Versicherer aus Mittelfranken an die Spitze des Marketing-Mix-Teilbereichs Kommunikation zum Produkt BUV.

Versicherungs- und Finanznachrichten

expertenReport



<https://www.experten.de/id/4924621/marketingstudie-knapp-zwei-buv-postings-pro-anbieter-im-monat/>