



PRESSEMITTEILUNG

AGOF Branchenbericht Versicherungen: Mit dem Internet auf Nummer sicher gehen

Über ein Drittel der Onliner interessiert sich für Versicherungsprodukte / Knapp ein Drittel der Internetnutzer informiert sich online über Versicherungsangebote / Bereits jeder zehnte Onliner versichert sich über das Netz / Interaktive Beitragsrechner, Vergleichsportale und individuelle Online-Tests: Internet etabliert sich als Transparenztool für Versicherungen

Frankfurt, 09. November 2009. Die Abdeckung nicht abschätzbarer Risiken durch eine Versicherung zählt zu den Grundbedürfnissen der Deutschen. Entsprechend vielfältig und in weiten Teilen auch unübersichtlich ist inzwischen das Spektrum an Versicherungsleistungen und dahinter stehenden Anbietern. Viele Menschen nutzen daher mittlerweile das Internet, um sich einen einfachen, schnellen und vor allem transparenten Überblick über das gesamte verfügbare Angebot zu verschaffen: Über ein Drittel (35,1 Prozent bzw. 14,83 Millionen) der Internetnutzer interessiert sich für Versicherungen. Knapp ein Drittel (31,5 Prozent bzw. 13,32 Millionen) der Internetnutzer hat schon einmal Informationen zu Versicherungen online recherchiert. Und fast jeder zehnte Onliner (9,0 Prozent bzw. 3,80 Millionen) hat bereits einmal Versicherungen über das Internet abgeschlossen.

Männer und 30- bis 49-Jährige zeigen hohe Versicherungs-Affinität: Attraktive Zielgruppen machen Online zu einem unverzichtbaren Werbemedium

Charakteristisch für die versicherungsaffinen „Online-Nutzergruppen“ ist ein überdurchschnittlicher Männeranteil (mit durchschnittlich 59,1 Prozent der Nutzer) sowie eine mit durchschnittlich 47,5 Prozent ebenfalls überdurchschnittliche Präsenz in der werberelevanten Altersgruppe der 30- bis 49-Jährigen. In Kombination mit der hohen Erwerbstätigkeit sowie der Finanzkraft der online anzutreffenden potenziellen Versicherungsnehmer stellt das Internet einen leistungsstarken Zugang zu attraktiven Zielgruppen und eine vielseitige Werbepattform für die Versicherungsbranche dar.

Versicherungsvertrieb im Netz setzt auf Services

Doch nicht nur als unverzichtbares Werbemedium spielt das Internet eine wichtige Rolle. Online hat sich inzwischen auch zu einem zentralen Absatz- und Kundenbindungskanal entwickelt. So bieten viele Versicherungen z.B. interaktive Beitragsrechner an, damit sich potenzielle Versicherungsnehmer direkt im Netz ihre zukünftigen Beitragszahlungen unter Berücksichtigung ihrer persönlichen Rahmenbedingungen ausrechnen können. Damit intensivieren die Versicherungsunternehmen den Dialog mit ihren Zielgruppen und erschließen gleichzeitig neue Kundenpotenziale. Denn neben gezielten Pro-

AOL Deutschland Medien GmbH | AXEL SPRINGER MEDIA IMPACT | BAUER MEDIA | EBAY ADVERTISING GROUP | FREEXMEDIA | G+J ELECTRONIC MEDIA SALES | Hi-media S.A. | INTERACTIVEMEDIA | IP DEUTSCHLAND | IQ DIGITAL MEDIA MARKETING | MICROSOFT ADVERTISING | OMS | SEVENONE MEDIA | SPIEGEL QC | TOMORROW FOCUS | UNITED INTERNET MEDIA | YAHOO! |

Anschrift: AGOF – Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V. | Steuer-Nr.: 07_227_1482_5 |
Büro: Niddastraße 52 | 60329 Frankfurt | Tel: 069-264888-311 | Fax: 069-264888-320 |
Büro Darmstadt: Postfach 100236 | 64202 Darmstadt | E-Mail geschaeftsstelle@agof.de |
VR Darmstadt 3395 | Vorstände: Thomas Duhr | Jürgen Sandhöfer | Christian Goedecke |



duktinformationen und Services lassen sich zudem wirkungsvolle Impulse für den späteren Versicherungsabschluss platzieren.

Die achtzehnte Branchen-Auswertung basiert auf den Daten der internet facts 2009-II und zeigt die online anzutreffenden Potenziale für die Versicherungsbranche in punkto Produktinteresse, Online-Informationssuche, Online-Kauf sowie Online-Information UND Online-Kauf (Online-Conversion). Unter dem Oberbegriff Versicherungen wurden dabei die Produkte Krankenversicherungen, Lebens- und Rentenversicherungen als private Altersvorsorge und andere Versicherungen wie Auto-, Hausrat- oder Haftpflichtversicherungen zusammengefasst. Basis für die Sonderauswertung ist der Weitesten Nutzerkreis (WNK) der Online-Nutzer, d.h., Personen, die das Internet innerhalb der letzten drei Monate mindestens einmal genutzt haben. Der WNK umfasst für die internet facts 2009-II 42,22 Millionen der Deutschen ab 14 Jahren, das entspricht 65,1 Prozent der deutschen Wohnbevölkerung ab 14 Jahren, die 64,82 Millionen Menschen zählt.

Der Branchenbericht „Versicherungen“ sowie eine Präsentation mit allen Grafiken und ein komprimierter Tabellenband stehen unter www.agof.de/branchenberichte zur Verfügung.

Die AGOF

Die Arbeitsgemeinschaft Online Forschung wurde im Dezember 2002 gegründet. Aufgabe und Zweck der AGOF ist es, unabhängig von Individualinteressen, für Transparenz und praxisnahe Standards in der Internet- und Online-Werbeträgerforschung zu sorgen. Mit der internet facts und dem darin ausgewiesenen Leistungswert Unique User hat die AGOF die einheitliche Online-Reichweitenwährung als Basis für die Online-Mediaplanung im Markt etabliert.

Mitglieder sind: AOL Deutschland Medien GmbH, Axel Springer Media Impact, BAUER MEDIA KG, eBay Advertising Group GmbH, freeXmedia GmbH, G+J Electronic Media Sales GmbH, Hi-media S.A., InteractiveMedia CCSP GmbH, IP Deutschland GmbH, iq digital media marketing GmbH, Microsoft Advertising, OMS Vermarktungs GmbH & Co. KG, SevenOne Media GmbH, SPIEGEL QC, TOMORROW FOCUS AG, United Internet Media AG und Yahoo! Deutschland GmbH.

Lizenznehmer sind: AdBerry Media GmbH, Adconion Media Group, adflames Media – A Division of Warner Music Group Germany Holding GmbH, AdImpulse Media GmbH, ad pepper media, AdTiger.de, ADselect GmbH, allesklar media, Andreae-Noris Zahn AG, artnet AG, Axel Springer Financial Media | wallstreet:online, Business Advertising GmbH, Codex Media GmbH, CommonMedia, konstruktiv GmbH, DZH Online Media Sales Group GmbH, Euro Klassik GmbH, Fantastic Zero, Glam Media GmbH, GoYellow GmbH,

AOL Deutschland Medien GmbH | AXEL SPRINGER MEDIA IMPACT | BAUER MEDIA | EBAY ADVERTISING GROUP | FREEXMEDIA | G+J ELECTRONIC MEDIA SALES | Hi-media S.A. | INTERACTIVEMEDIA | IP DEUTSCHLAND | IQ DIGITAL MEDIA MARKETING | MICROSOFT ADVERTISING | OMS | SEVENONE MEDIA | SPIEGEL QC | TOMORROW FOCUS | UNITED INTERNET MEDIA | YAHOO! |

Anschrift: AGOF – Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V. | Steuer-Nr.: 07_227_1482_5 |
Büro: Niddastraße 52 | 60329 Frankfurt | Tel: 069-264888-311 | Fax: 069-264888-320 |
Büro Darmstadt: Postfach 100236 | 64202 Darmstadt | E-Mail geschaeftsstelle@agof.de |
VR Darmstadt 3395 | Vorstände: Thomas Duhr | Jürgen Sandhöfer | Christian Goedecke |



Greater Union Filmpalast GmbH, guentiger.de Verlag GmbH, IDG Communications Media AG, imedo GmbH, IMG GmbH, krebomedia GmbH, magnus.de, MAIRDUMONT MEDIA, mediaflite GmbH, mediaroute GmbH, MEDIENHAUS.de GmbH, Medienwirtschaft Verlags GmbH, mokono GmbH, MySpace/Fox Interactive Media GmbH, NetMediaEurope Deutschland GmbH, netpoint media GmbH, OnVista Media GmbH, QUARTER MEDIA GmbH, QWERTZ-Media GmbH, RealGames Europe B.V., Reachnet, RTL Radiovermarktung GmbH, SOMA 2 GmbH, Ströer Interactive GmbH, teltarif.de Onlineverlag GmbH, TG Publishing AG, TripAdvisor Ltd., TripleDoubleU GmbH, Unister Media, Urban Media GmbH, urbi AD orbi GmbH, Verlag Werben & Verkaufen GmbH, Vertical Network Media GmbH, VIACOM Brand Solutions, WEB FINANCIAL GROUP Company, WerbeWeischer GmbH & Co. KG, WORT & BILD VERLAG Konradshöhe GmbH und xplosion media GmbH.

Bei Rückfragen:

Nadja Elias

AGOF Pressesprecherin

Tel.: 089/14339-222

Fax: 089/14339-250

Mobil: 0151/14264224

Mail: nadja.elias@agof.de

AOL Deutschland Medien GmbH | AXEL SPRINGER MEDIA IMPACT | BAUER MEDIA | EBAY ADVERTISING GROUP | FREEXMEDIA | G+J ELECTRONIC MEDIA SALES | Hi-media S.A. | INTERACTIVEMEDIA | IP DEUTSCHLAND | IQ DIGITAL MEDIA MARKETING | MICROSOFT ADVERTISING | OMS | SEVENONE MEDIA | SPIEGEL QC | TOMORROW FOCUS | UNITED INTERNET MEDIA | YAHOO! |

Anschrift: AGOF – Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V. | Steuer-Nr.: 07_227_1482_5 |
Büro: Niddastraße 52 | 60329 Frankfurt | Tel: 069-264888-311 | Fax: 069-264888-320 |
Büro Darmstadt: Postfach 100236 | 64202 Darmstadt | E-Mail geschaeftsstelle@agof.de |
VR Darmstadt 3395 | Vorstände: Thomas Duhr | Jürgen Sandhöfer | Christian Goedecke |