



Branchenbericht Versicherungen

Basis: internet facts 2011-08

Grafiken zum Berichtsband

AGOF e.V November 2011

1. Management Summary
2. Zielsetzung / Studiensteckbrief
3. Vorstellung der Kundenpotenziale
4. Nutzerstrukturen
5. Haushaltsausstattung
6. Online-Nutzung
7. Mediennutzung / Freizeit-Aktivitäten
8. Psychografische Statements





1. Management Summary

Zusammenfassung und Fazit (1)

Die Resultate des Branchenberichts Versicherungen zeigen, dass eine Online-Präsenz und werbliche Aktivitäten für die Versicherungsbranche sehr effektiv sein können, weil...

- ...sie im Internet auf maßgebliche Kundenpotenziale treffen: Ein knappes Drittel der Internetnutzer (WNK) – das sind 14,80 Millionen Onliner – interessieren sich für Versicherungen.
- ...das Internet eine wichtige Informationsplattform für ihre Zielgruppe ist: Mit 27,4 Prozent nutzen 13,74 Millionen Internetnutzer (WNK) das Netz für die Online-Informationssuche rund um Versicherungen.
- ...das Internet damit bei mehr als jedem Vierten eine wichtige Rolle in der Orientierungs- und Entscheidungsphase rund um Versicherungsbelange spielt und Online-Werbung damit entscheidende Abschlussimpulse setzen kann.
- ...das Internet bereits von fast jedem Zehnten – das sind 4,31 Millionen Menschen – als Bezugsquelle für den Erwerb von Versicherungen genutzt wird und sich damit zu einem zusätzlichen Absatzkanal entwickelt.

Weitere Faktoren für den wirkungsvollen Einsatz des Internets für die Versicherungsbranche sind...

- ...die Ansprache der werberelevanten Zielgruppen zwischen 14 und 49 Jahren: 74,3 Prozent der versicherungsaffinen Nutzergruppen gehören zu dieser Altersgruppe. Dabei machen die Menschen zwischen 30 und 49 Jahren mit 44,4 Prozent den größten Anteil unter den versicherungsaffinen Usern aus und ermöglichen somit eine ideale Ansprache dieser überwiegend berufstätigen und damit auch einkommensstarken Personen.
- ...die Ansprache von solventen und erwerbstätigen Menschen: Mit 69,9 Prozent Berufstätigen und 33,2 Prozent mit einem Haushaltsnettoeinkommen von über 3.000 Euro zeichnen sich die versicherungsaffinen User durch einen überdurchschnittlichen Anteil an diesen für die Versicherungsindustrie äußerst relevanten Personengruppen aus.

Zusammenfassung und Fazit (3)

Weitere Gründe für eine Online-Präsenz von Unternehmen aus der Versicherungsbranche sind...

- ...der Aufbau eines interaktiven Dialogs durch Service: Viele der versicherungsaffinen User haben eine enge Anbindung an das Internet und nutzen es auch entsprechend intensiv zur Informationssuche. Vor diesem Hintergrund erweisen sich Online-Applikationen wie beispielsweise ein „Versicherungsrechner“ zur Kalkulation der individuellen Beiträge als effektive Wegbereiter für den späteren Abschluss.
- ...die selektive Zielgruppenansprache: Online-Werbung ermöglicht nicht nur den schnellen Reichweitenaufbau innerhalb einer breiten Kundengruppe, es können auch nahezu streuverlustfrei ganz spezifische Zielgruppen – z.B. für bestimmte Versicherungsgenres – angesprochen werden.
- ...die Multiplikatoren-Funktion der versicherungsaffinen Nutzergruppen. Rund die Hälfte von ihnen steht Werbung aufgeschlossen gegenüber und fungiert aufgrund ihres aktiven Kommunikationsverhaltens als wertvoller Empfehlungsgeber im Freundes- und Bekanntenkreis



2. Zielsetzung / Steckbrief Branchenbericht

Branchenbericht Versicherungen (1)

Im Rahmen des Branchenberichts „Versicherungen“ auf Basis der internet facts 2011-08 stellt die AGOF die online anzutreffenden Kundenpotenziale für diese Branche vor.

- Basis für den Branchenbericht ist der Weitesten Nutzerkreis (WNK) der Internetnutzer, d.h. Personen, die das Internet innerhalb der letzten drei Monate mindestens einmal genutzt haben.

- Der WNK umfasst für die internet facts 2011-08 50,15 Millionen der deutschsprachigen Wohnbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren, das entspricht 71,3 Prozent dieser Grundgesamtheit, die 70,33 Millionen Menschen umfasst.

- Die Auswertung basiert auf den Produkten:
 - Krankenversicherungen
 - Lebens- und Rentenversicherungen als private Altersvorsorge
 - Andere Versicherungen, wie z.B. Auto-, Hausrat- oder Haftpflichtversicherungen

- **Untersucht werden die Potenziale für die Versicherungsbranche innerhalb folgender Nutzergruppen:**
 - Generelles Produktinteresse an Versicherungen
 - Online-Informationssuche rund um Versicherungen
 - Online-Kauf von Versicherungen
 - Online-Information UND Online-Kauf von Versicherungen

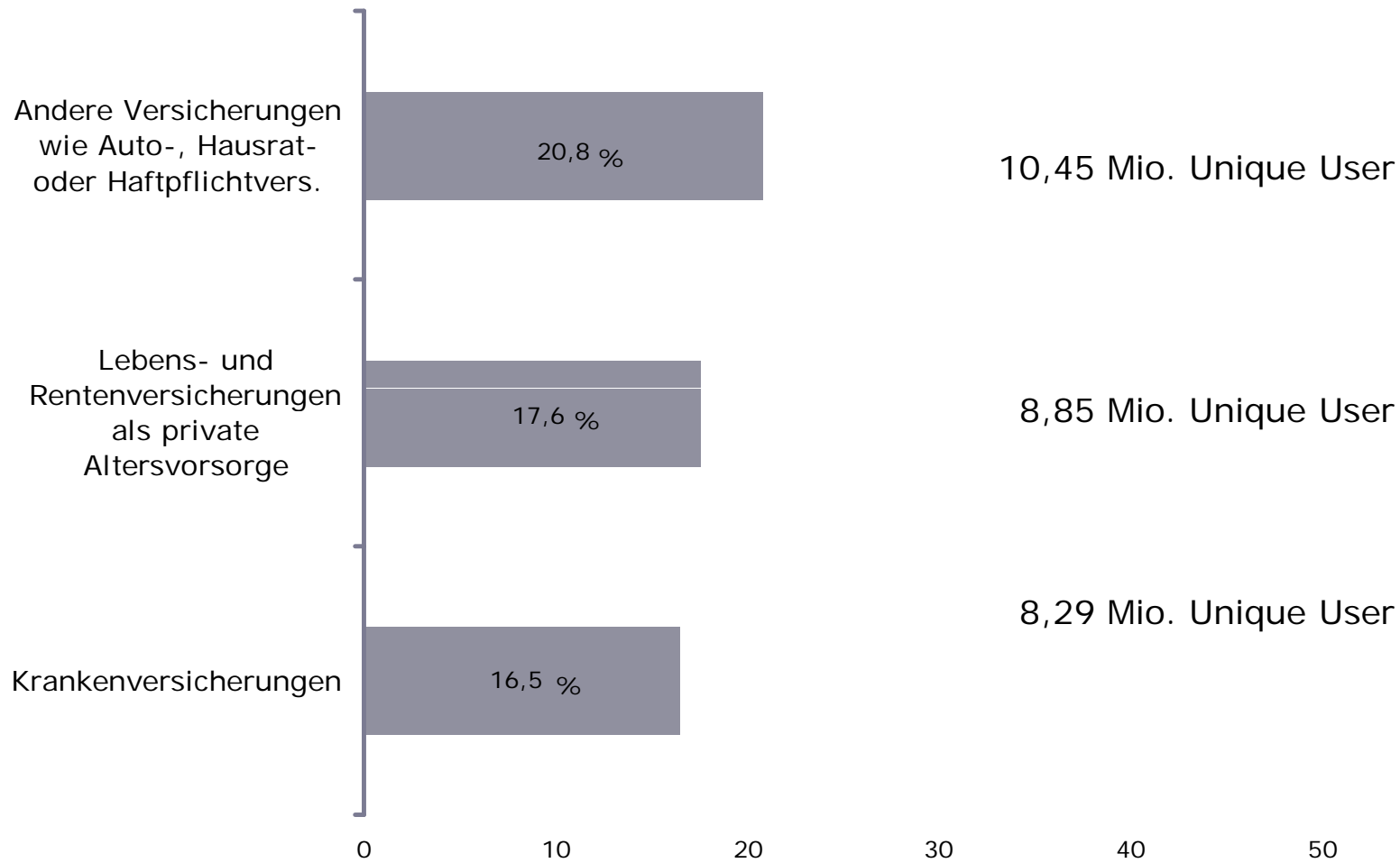
- **Für jede dieser Gruppen werden folgende Merkmale analysiert:**
 - Basis-Potenzial in Mio. und Prozent der Internetnutzer (WNK) sowie jeweils die Top-5-Produkte pro Nutzergruppe
 - Nutzerstrukturen: Geschlecht / Alter / Berufstätigkeit / Haushaltsnettoeinkommen / Haushaltsführer / Haupteinkommensbezieher
 - Haushaltsausstattung
 - Online-Nutzung: genutzte Themenschwerpunkte
 - Mediennutzung bzw. Freizeit-Aktivitäten
 - Psychografische Statements

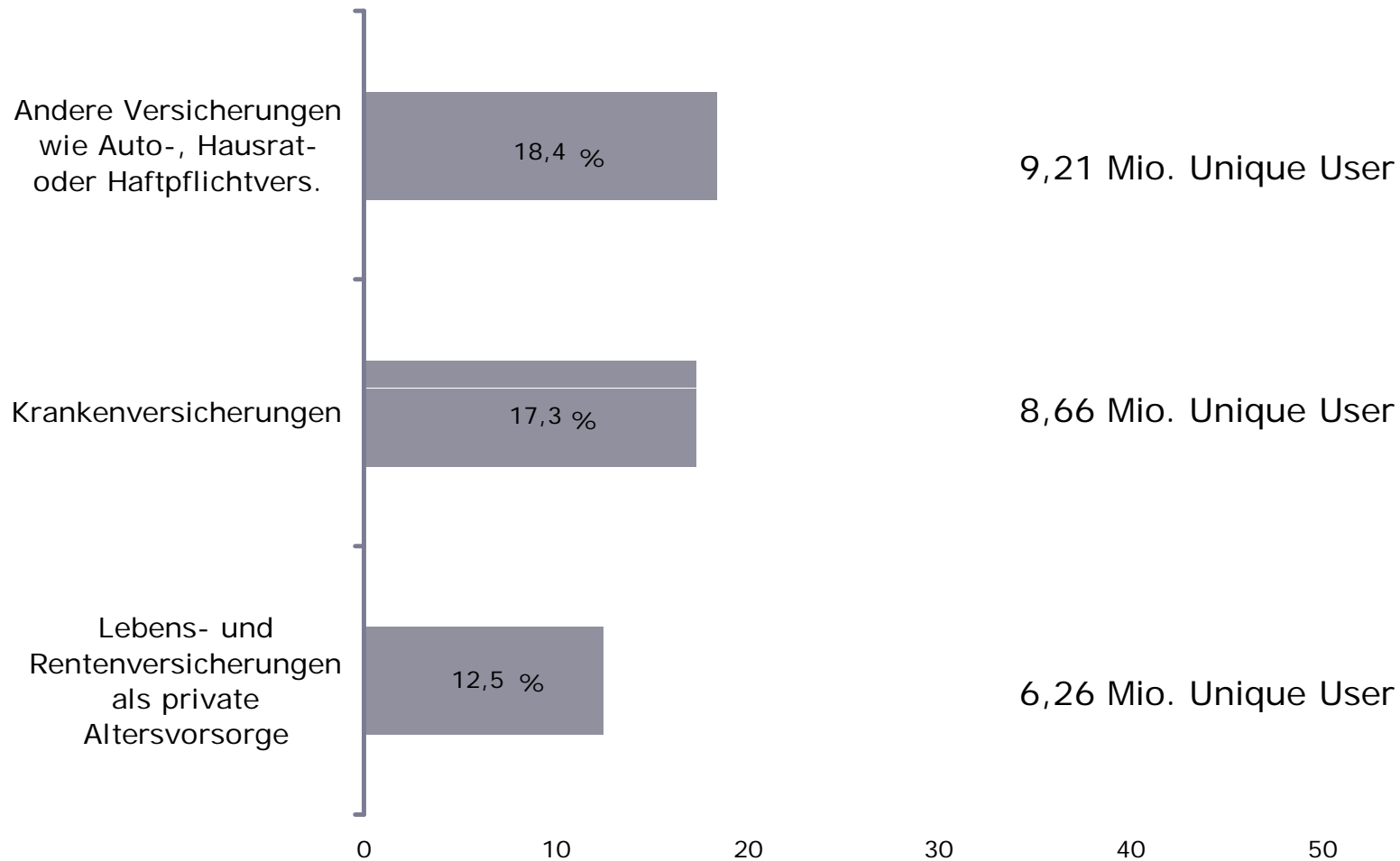


3. Vorstellung der Online-Kundenpotenziale für die Versicherungsbranche

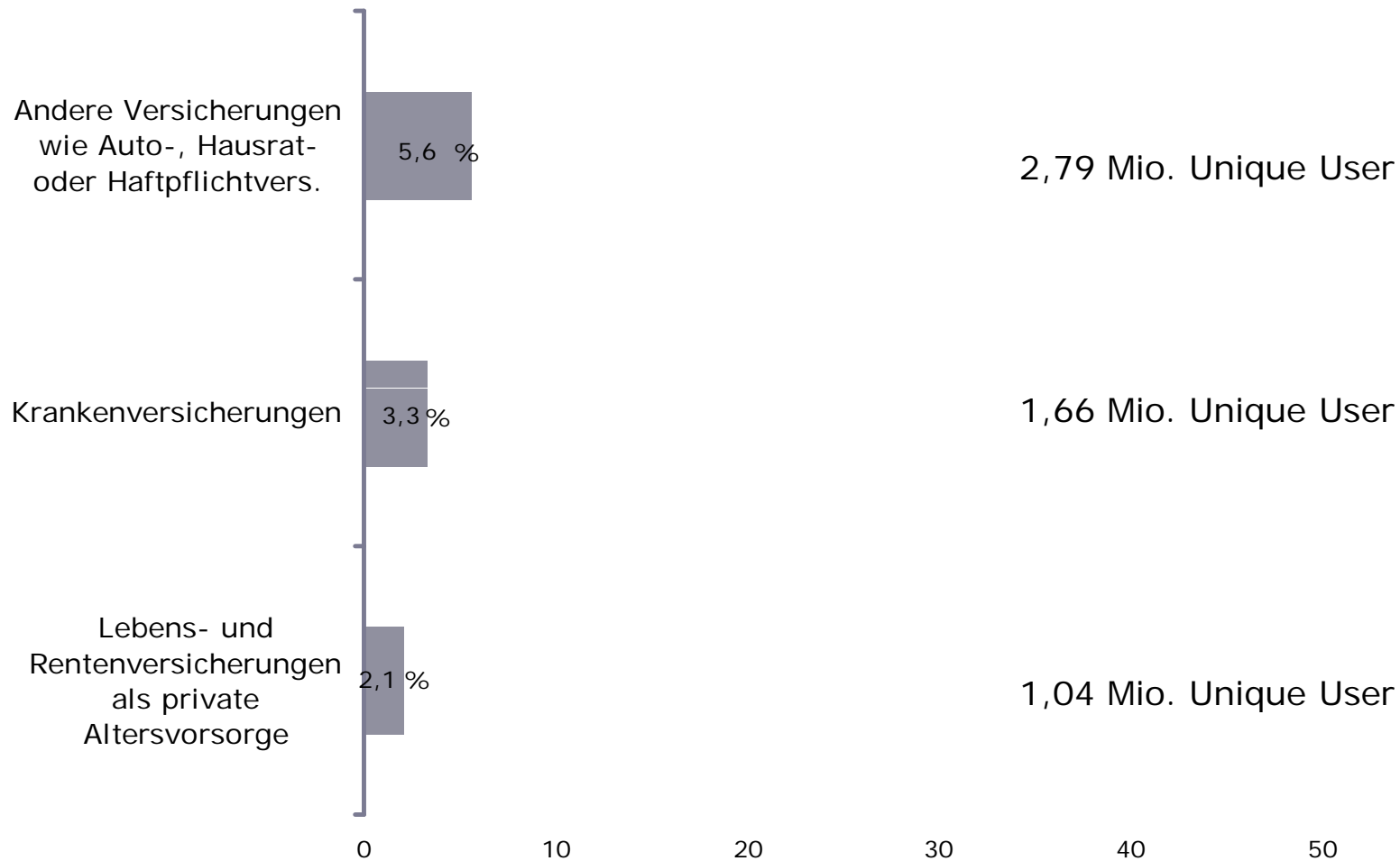
Unternehmen aus der Versicherungsbranche finden im Internet relevante Kundenpotenziale und damit eine zusätzliche Plattform zur Ansprache ihrer Zielgruppen:

- **29,5 Prozent** (14,80 Millionen) der Internetnutzer (WNK) **sind an Versicherungen interessiert.**
- **27,4 Prozent** (13,74 Millionen) der Internetnutzer (WNK) **suchen online nach Informationen** rund um Versicherungen.
- **8,6 Prozent** (4,31 Millionen) der Internetnutzer (WNK) haben in den letzten 12 Monaten **Versicherungen im Internet gekauft.**
- Und **8,2 Prozent** (4,12 Millionen) der Internetnutzer (WNK) **suchen** Informationen rund um Versicherungen online **UND kaufen** diese Produkte **über das Internet.**





AGOF Branchenbericht „Versicherungen“ 11/2011
 Basis: 101.207 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
 „Zu welchen der nachfolgenden Produkte haben Sie schon einmal Informationen im Internet gesucht?“
 Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2011-08

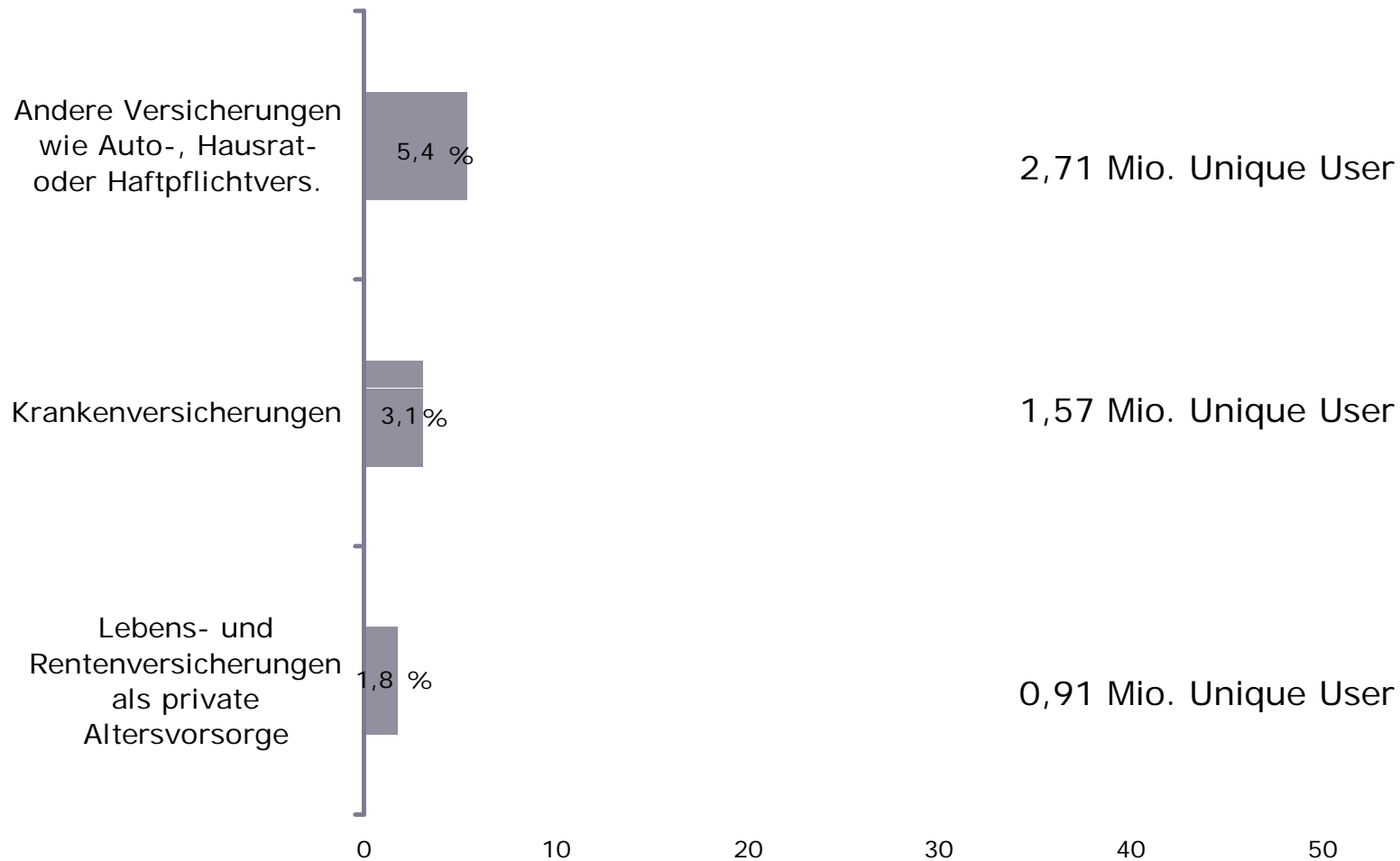


AGOF Branchenbericht „Versicherungen“ 11/2011

Basis: 101.207 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)

„Haben Sie in den letzten 12 Monaten folgende Produkte über das Internet gekauft?“

Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2011-08



AGOF Branchenbericht „Versicherungen“ 11/2011

Basis: 101.207 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)

„Zu welchen der nachfolgenden Produkte haben Sie schon einmal Informationen im Internet gesucht?“ /

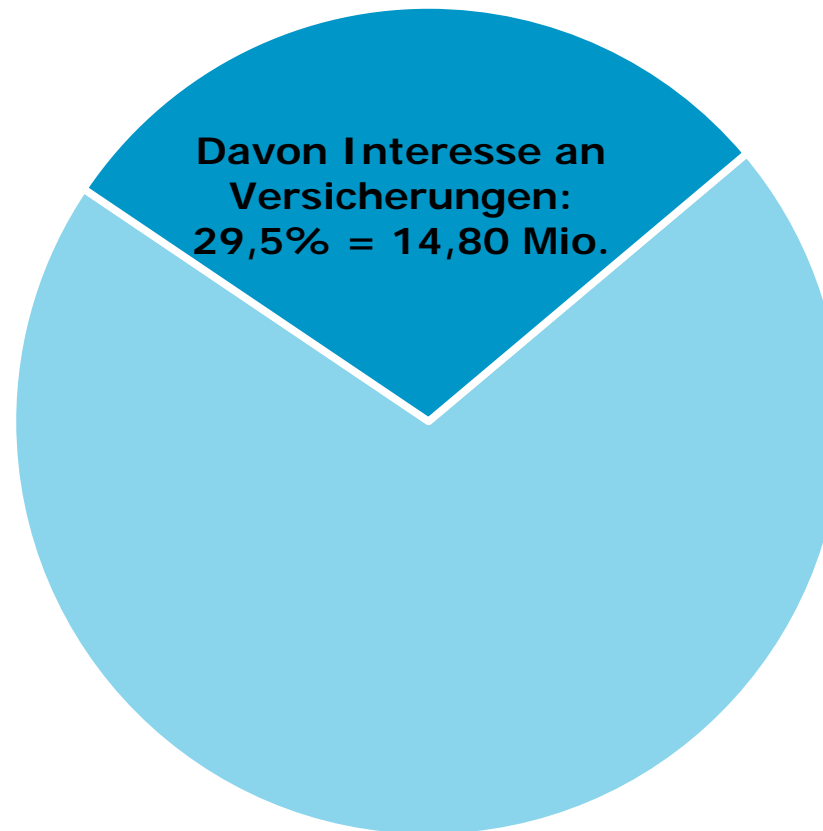
„Haben Sie in den letzten 12 Monaten folgende Produkte über das Internet gekauft?“

Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2011-08

Generelles Interesse an Versicherungen

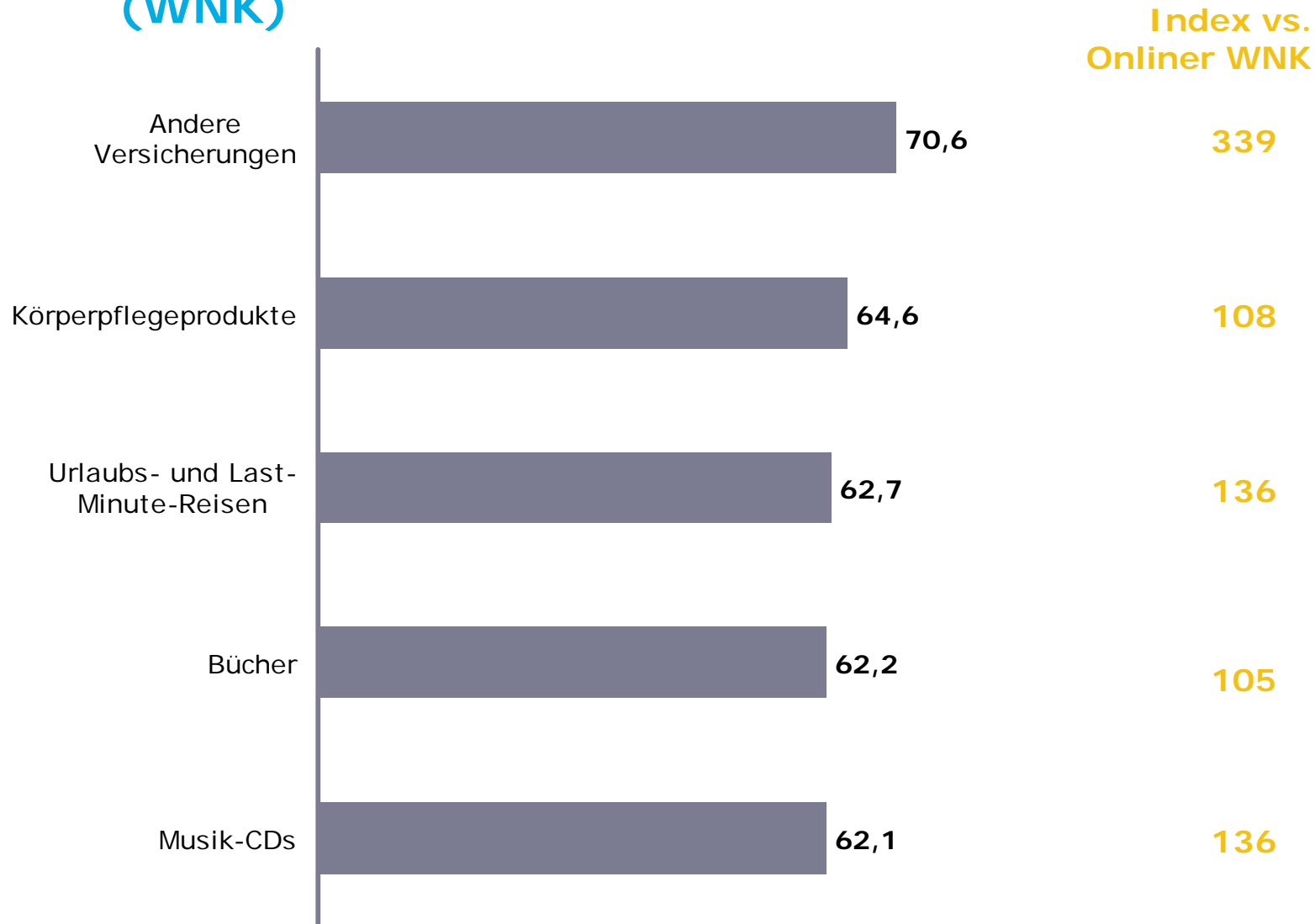
29,5 Prozent der Internetnutzer (WNK) – das sind 14,80 Millionen – sind an Versicherungen interessiert.

Internetnutzer
in den letzten 3 Monaten
(WNK): 50,15 Mio.





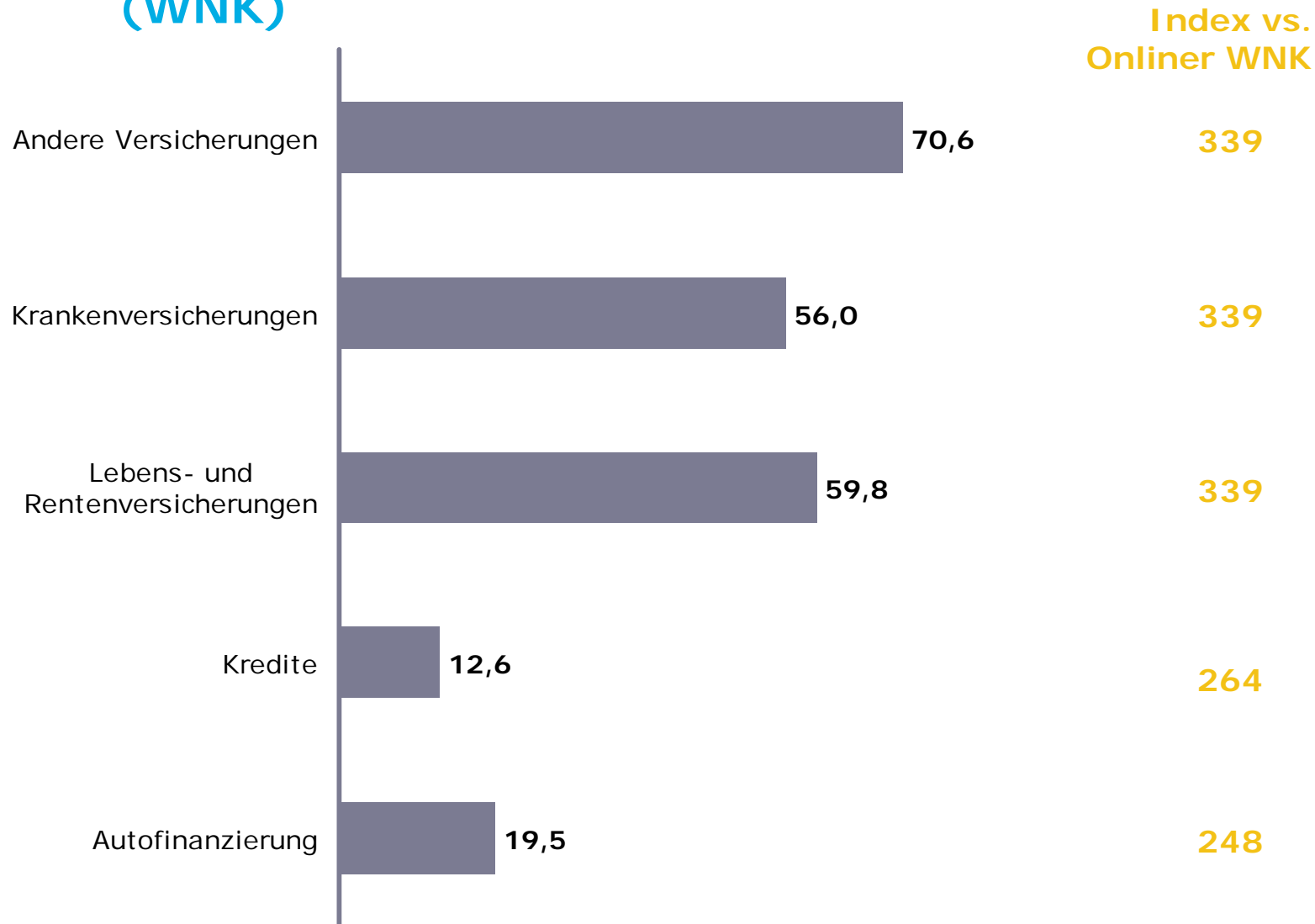
Top 5 Produkte nach Prozent bei an Versicherungen interessierten Internetnutzern (WNK)



AGOF Branchenbericht „Versicherungen“ 11/2011
Basis: 101.207 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
„An welchen der folgenden Produkte sind Sie (sehr) interessiert?“
Angaben in Prozent und als Index / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2011-08



Top 5 Produkte nach Index bei den an Versicherungen interessierten Internetnutzern (WNK)

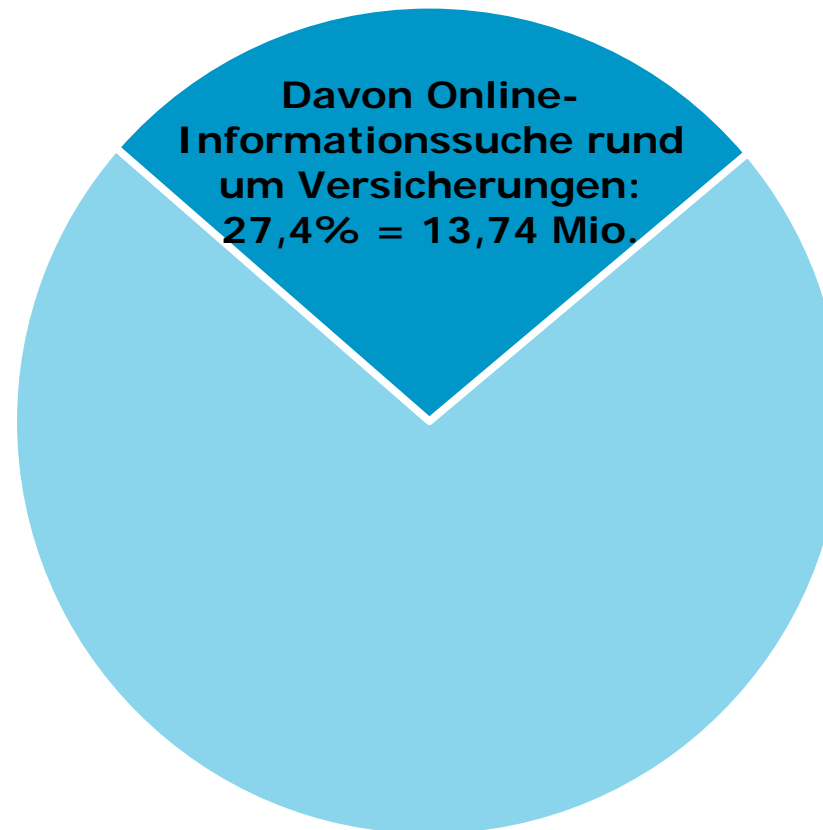


AGOF Branchenbericht „Versicherungen“ 11/2011
Basis: 101.207 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
„An welchen der folgenden Produkte sind Sie (sehr) interessiert?“
Angaben in Prozent und als Index / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2011-08

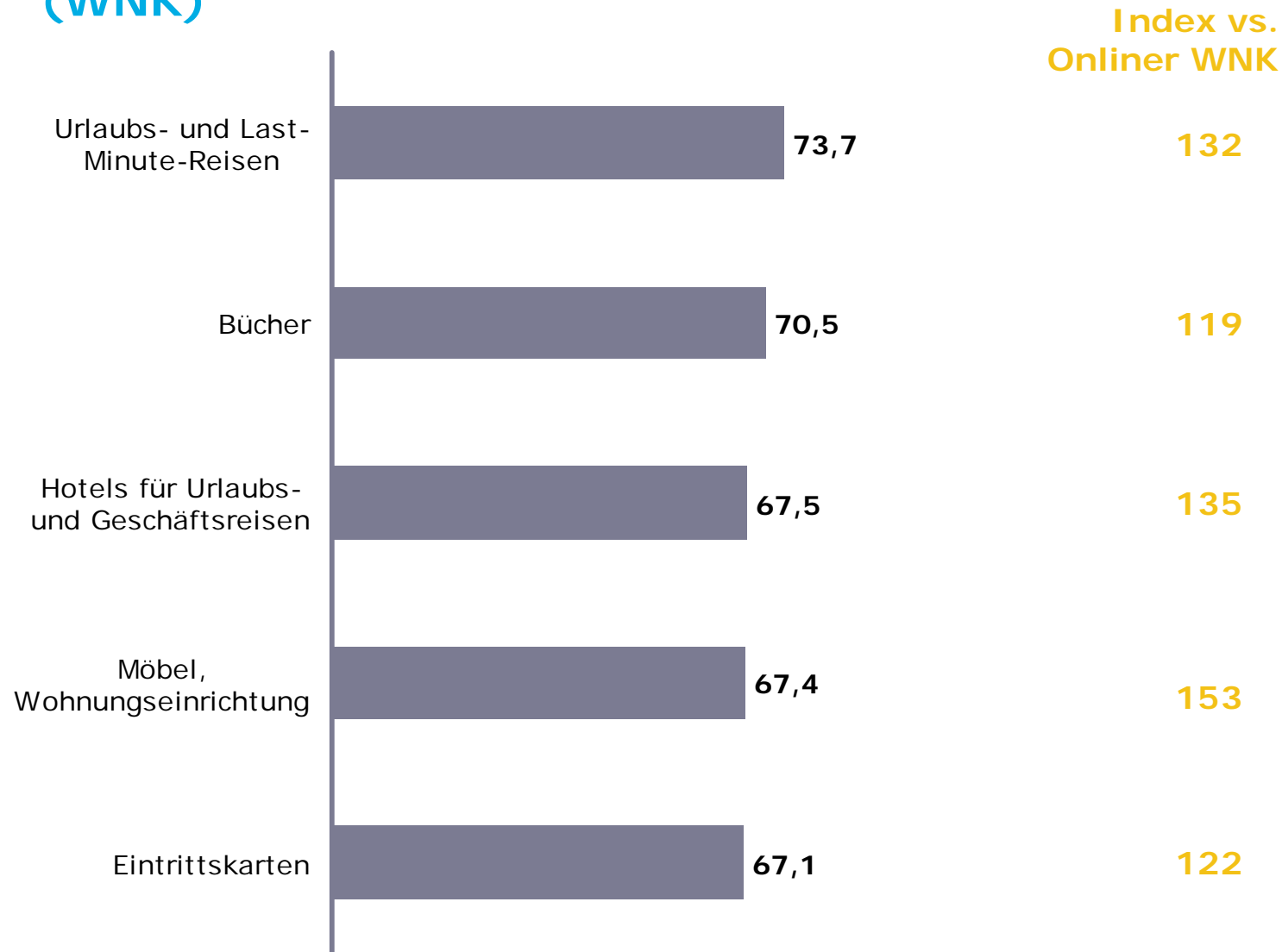
Online-Informationssuche rund um Versicherungen

27,4 Prozent der Internetnutzer (WNK) – das entspricht 13,74 Millionen – informieren sich im Internet rund um Versicherungen.

**Internetnutzer
in den letzten 3 Monaten
(WNK): 50,15 Mio.**



Top 5 Produkte nach Prozent bei sich online zu Versicherungen informierenden Internetnutzern (WNK)



AGOF Branchenbericht „Versicherungen“ 11/2011

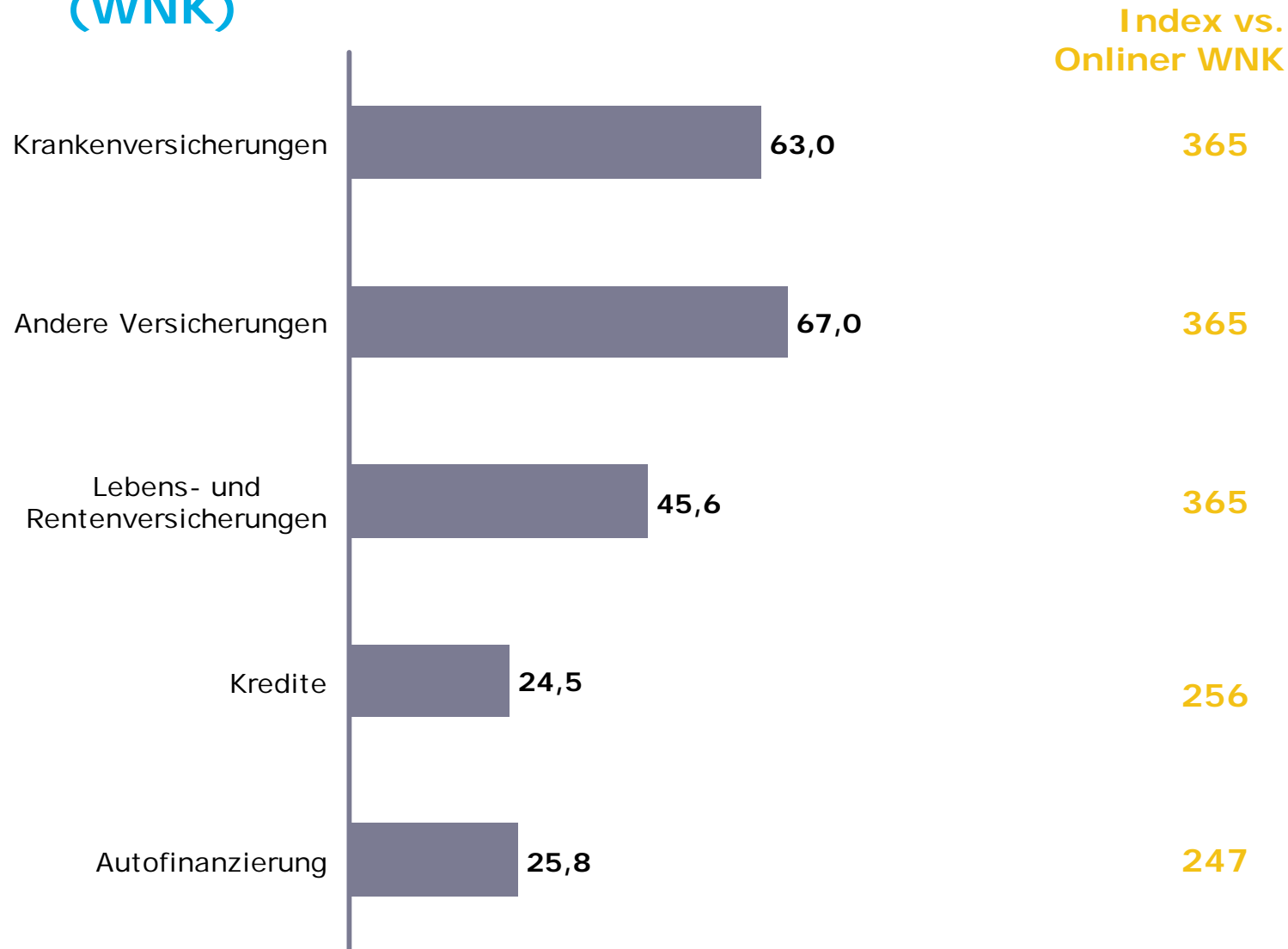
Basis: 101.207 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)

„Zu welchen der nachfolgenden Produkte haben Sie schon einmal Informationen im Internet gesucht?“

Angaben in Prozent und als Index / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2011-08



Top 5 Produkte nach Index bei sich online zu Versicherungen informierenden Internetnutzern (WNK)

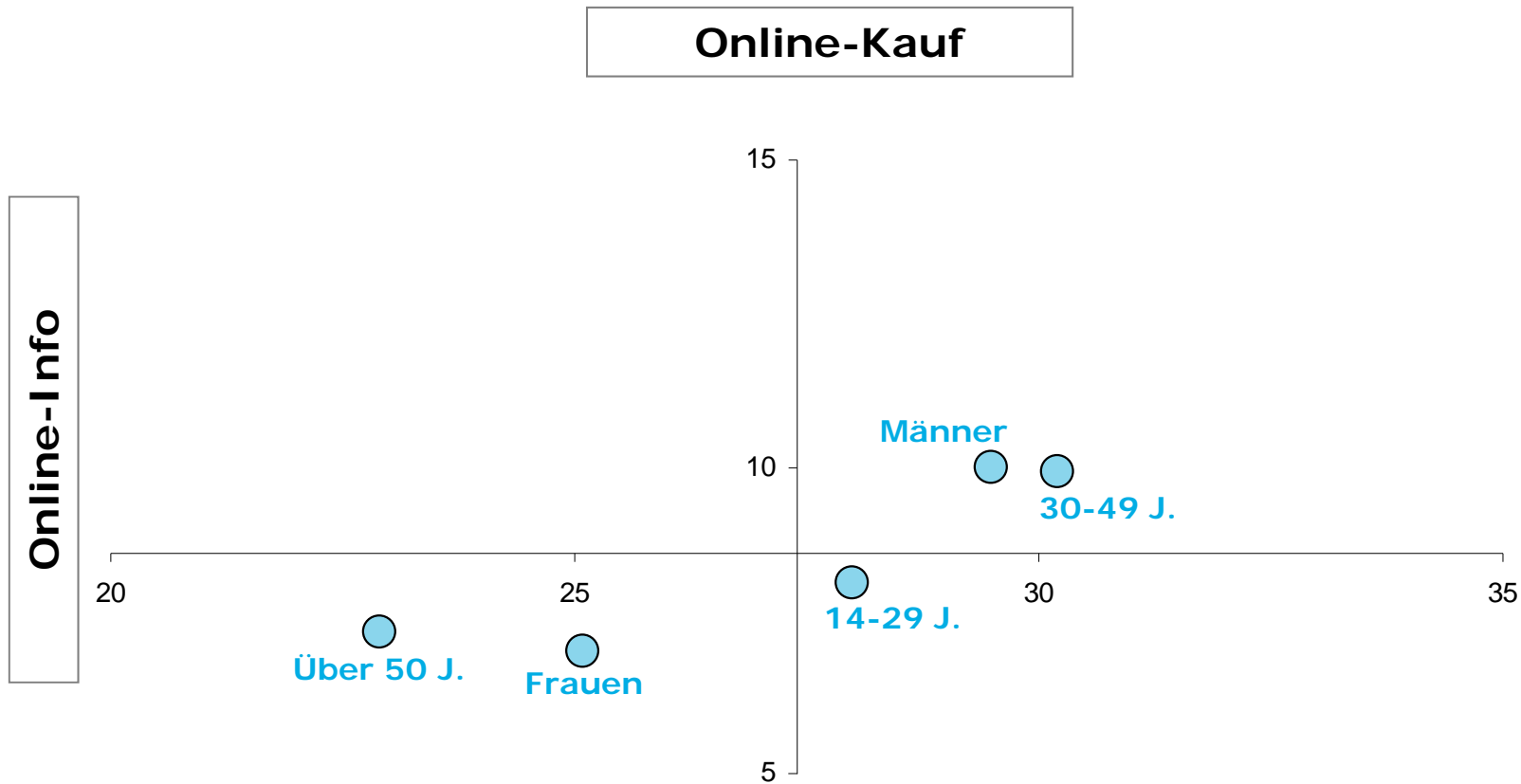


AGOF Branchenbericht „Versicherungen“ 11/2011

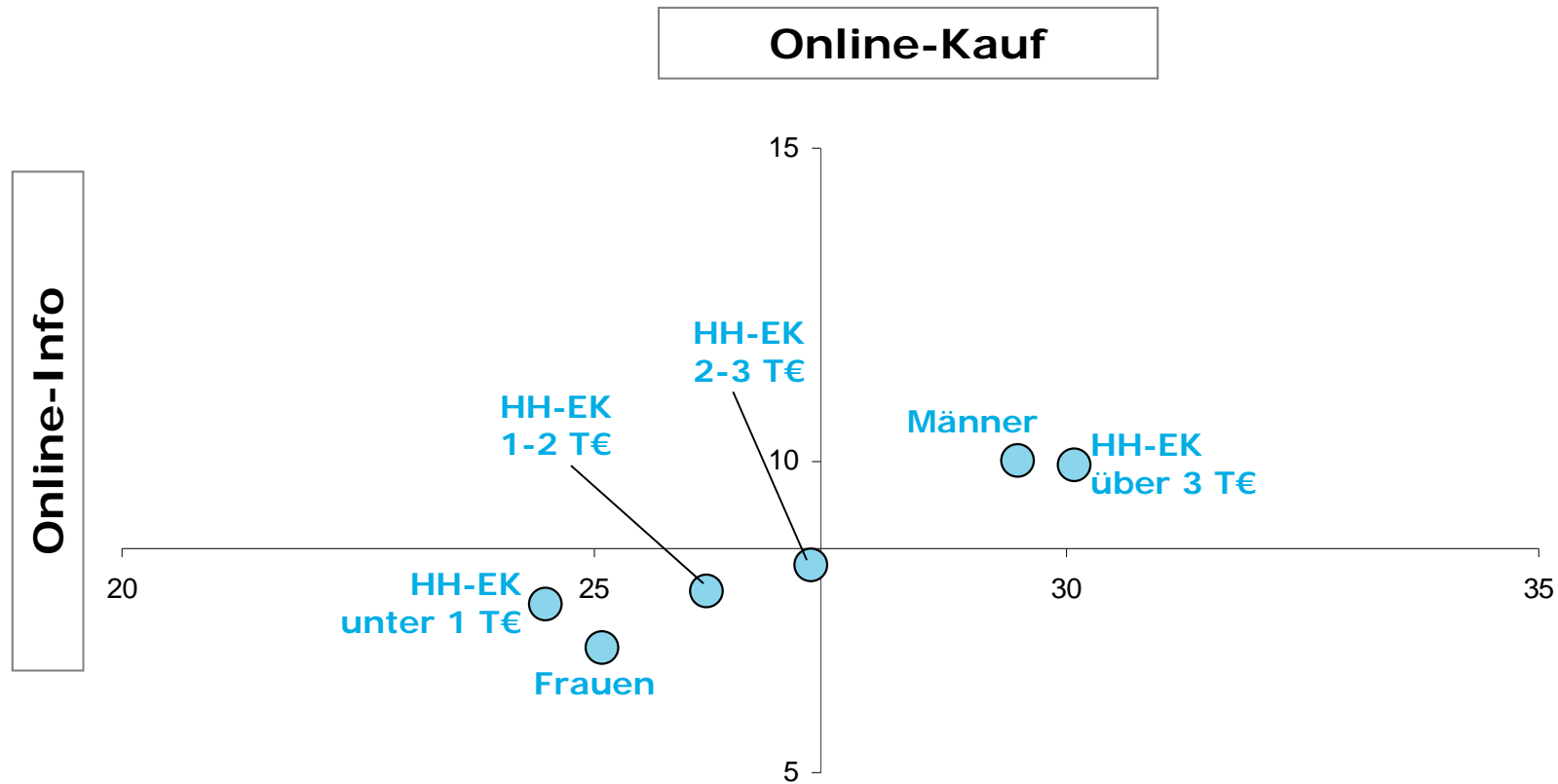
Basis: 101.207 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)

„Zu welchen der nachfolgenden Produkte haben Sie schon einmal Informationen im Internet gesucht?“

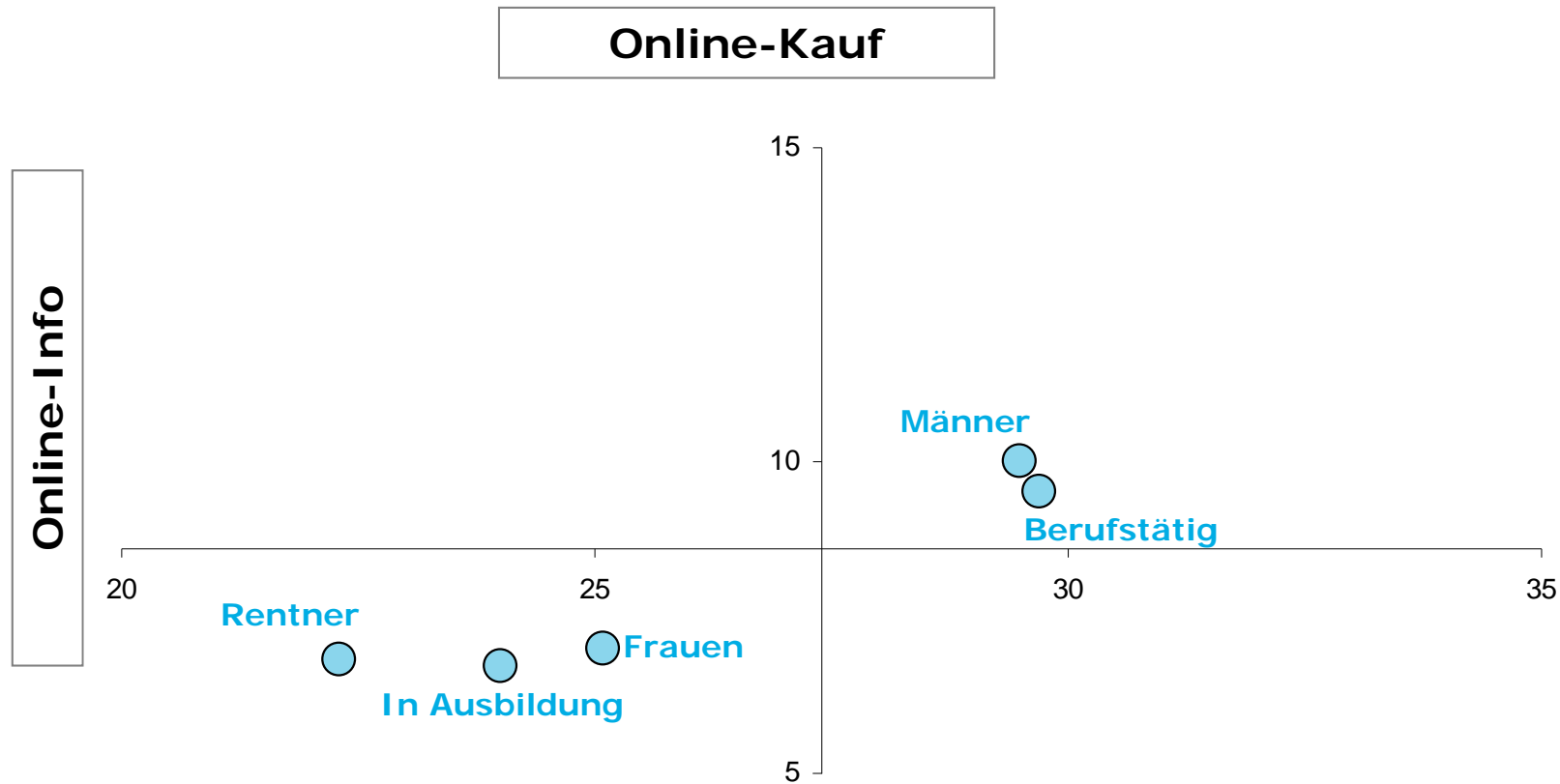
Angaben in Prozent und als Index / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2011-08



Zielgruppen-Matrix Online-Info vs. Online-Kauf für Geschlechter- und Einkommensgruppen

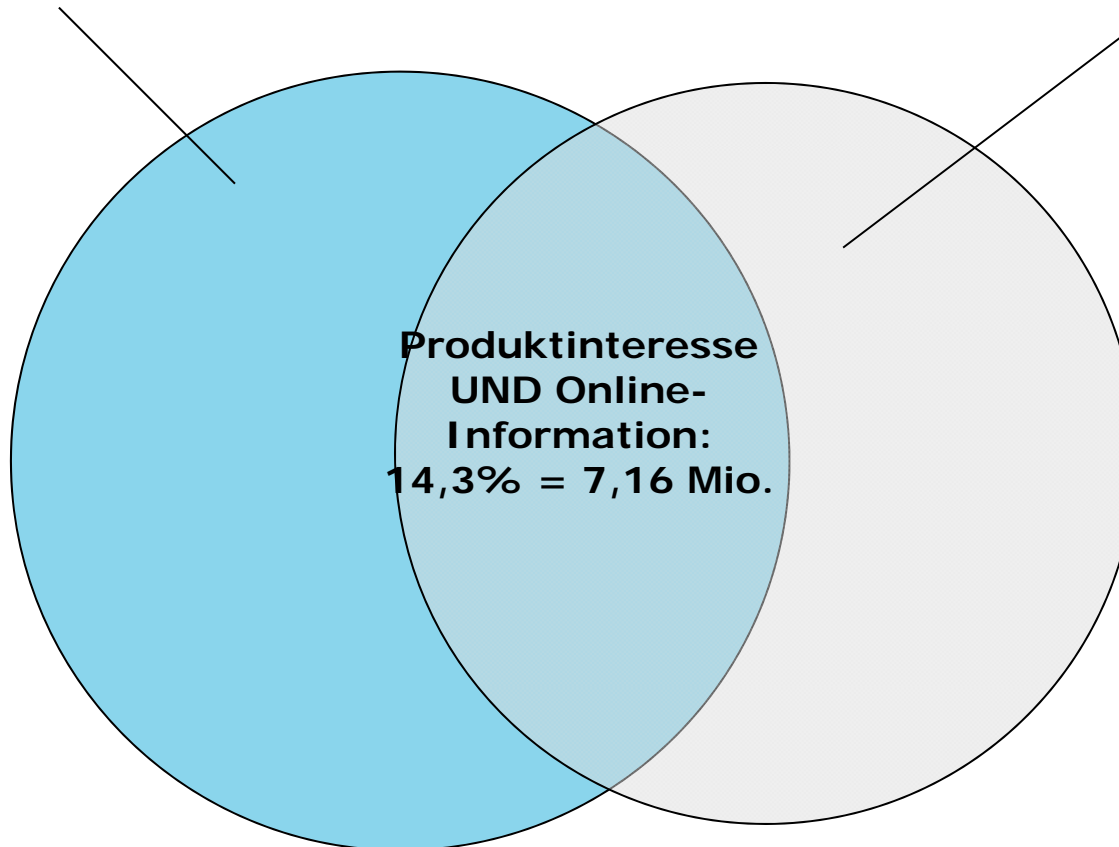


Zielgruppen-Matrix Online-Info vs. Online-Kauf für Geschlechter- und Berufstätigengruppen



Produktinteresse:
29,5% = 14,80 Mio.

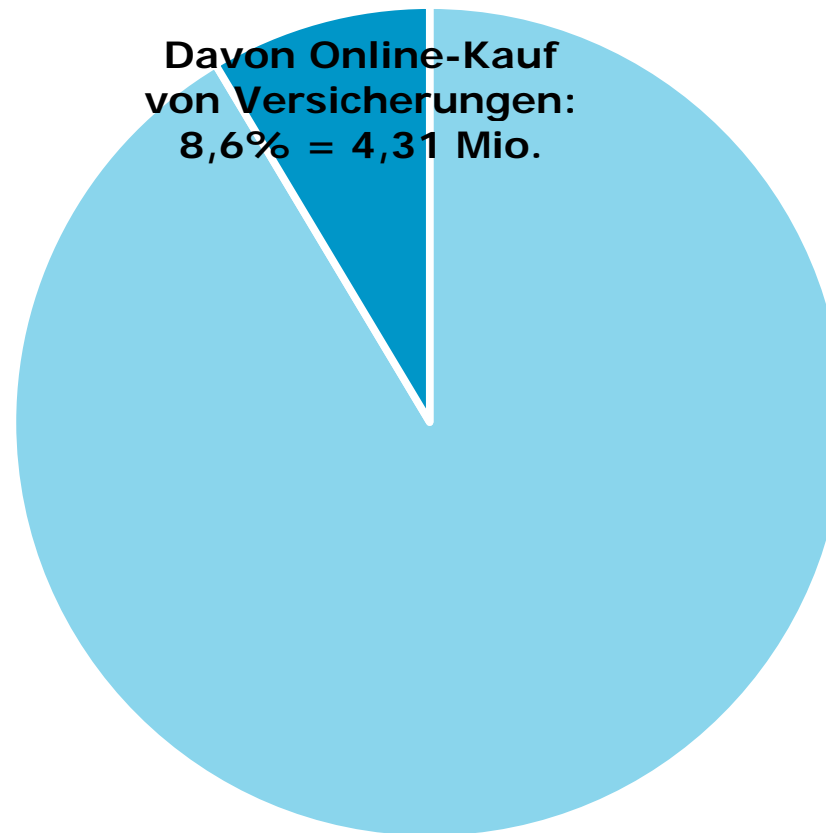
Online-Information:
27,4% = 13,74 Mio.



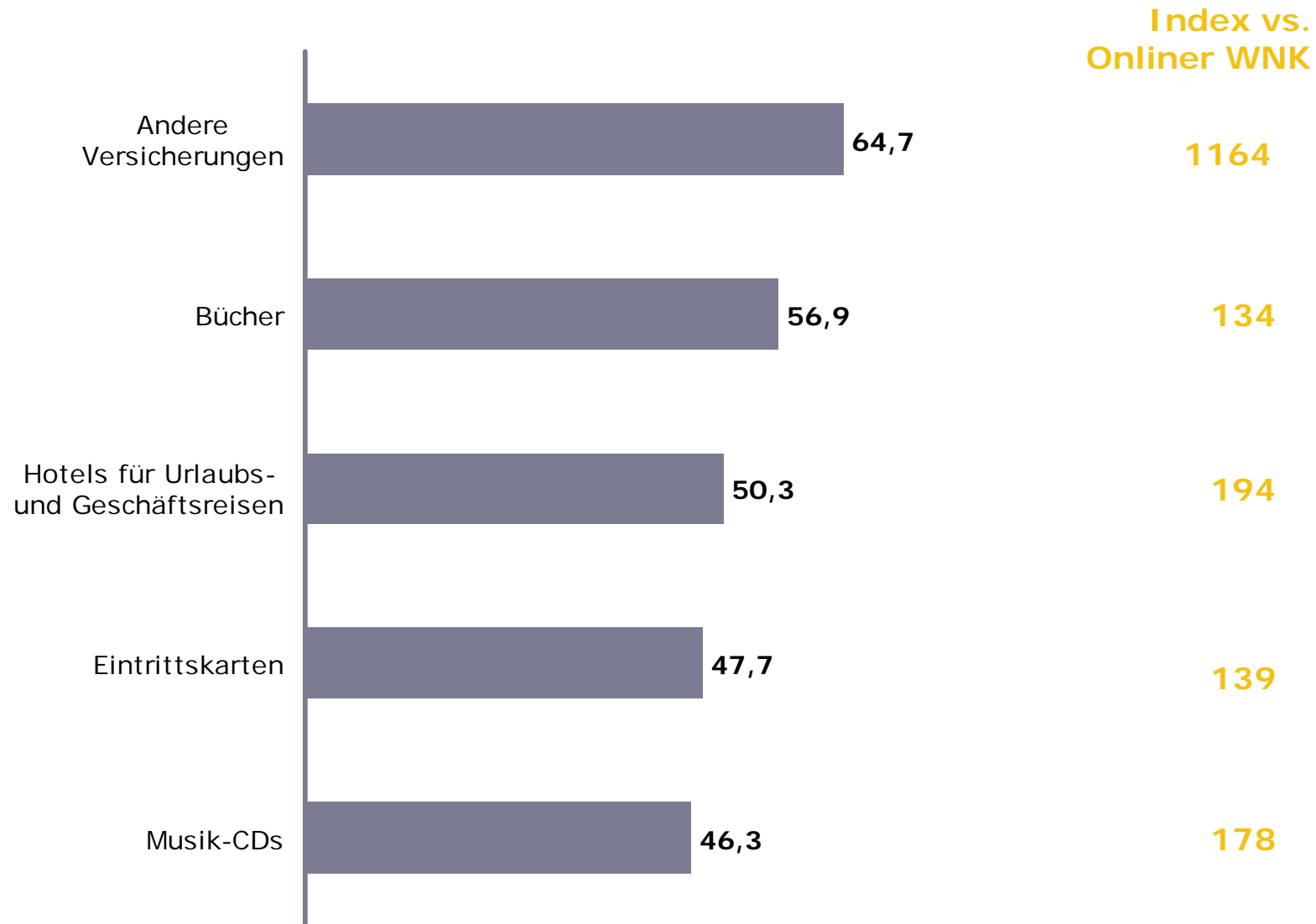
Online-Kauf von Versicherungen

8,6 Prozent der Internetnutzer (WNK) – das entspricht 4,31 Millionen – kaufen Versicherungen im Internet.

Internetnutzer
in den letzten 3 Monaten
(WNK): 50,15 Mio.

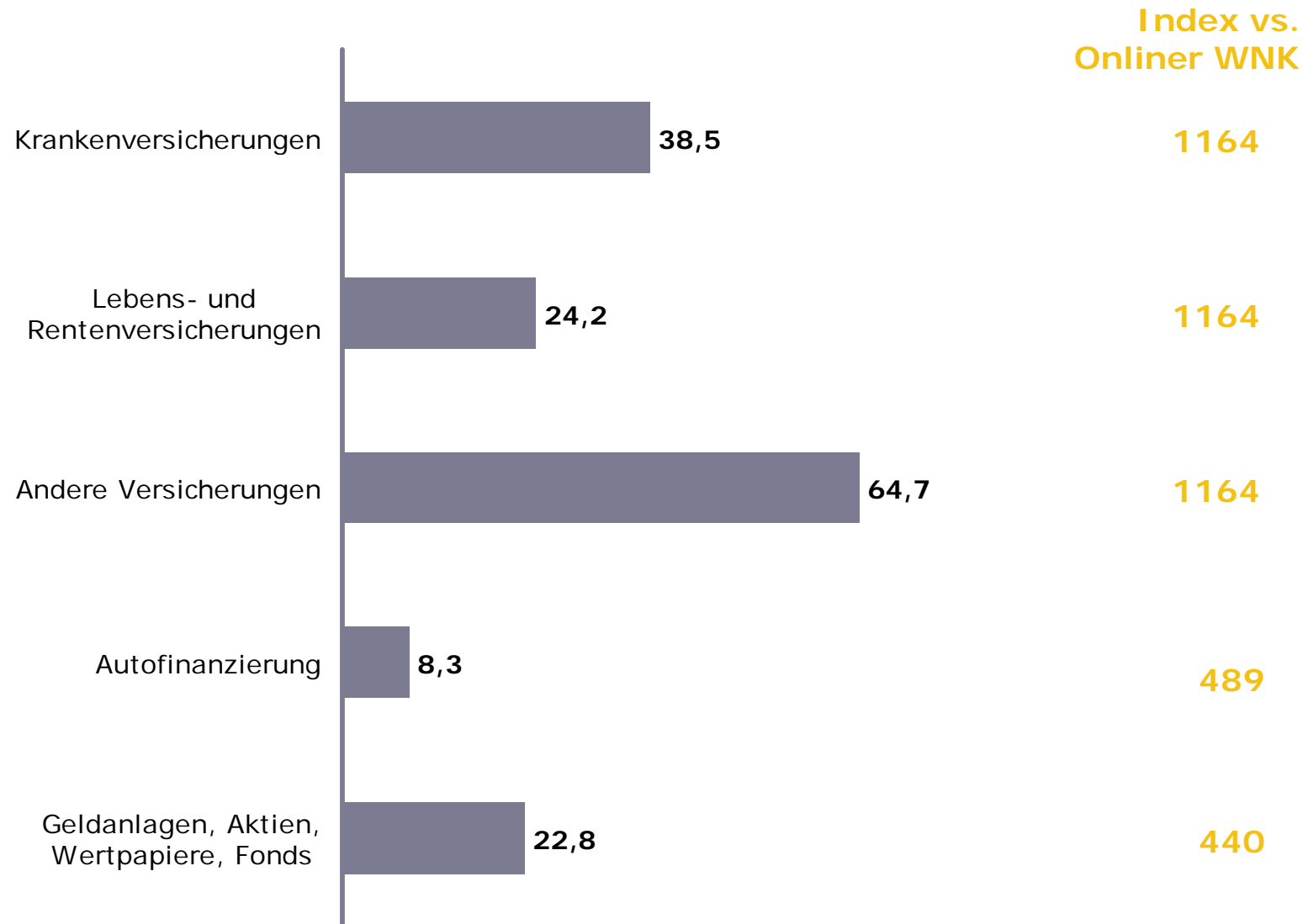


Top 5 Produkte nach Prozent bei den Online-Käufern von Versicherungen



AGOF Branchenbericht „Versicherungen“ 11/2011
 Basis: 101.207 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
 „Haben Sie in den letzten 12 Monaten folgende Produkte über das Internet gekauft?“
 Angaben in Prozent und als Index / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2011-08

Top 5 Produkte nach Index bei den Online-Käufern von Versicherungen



AGOF Branchenbericht „Versicherungen“ 11/2011

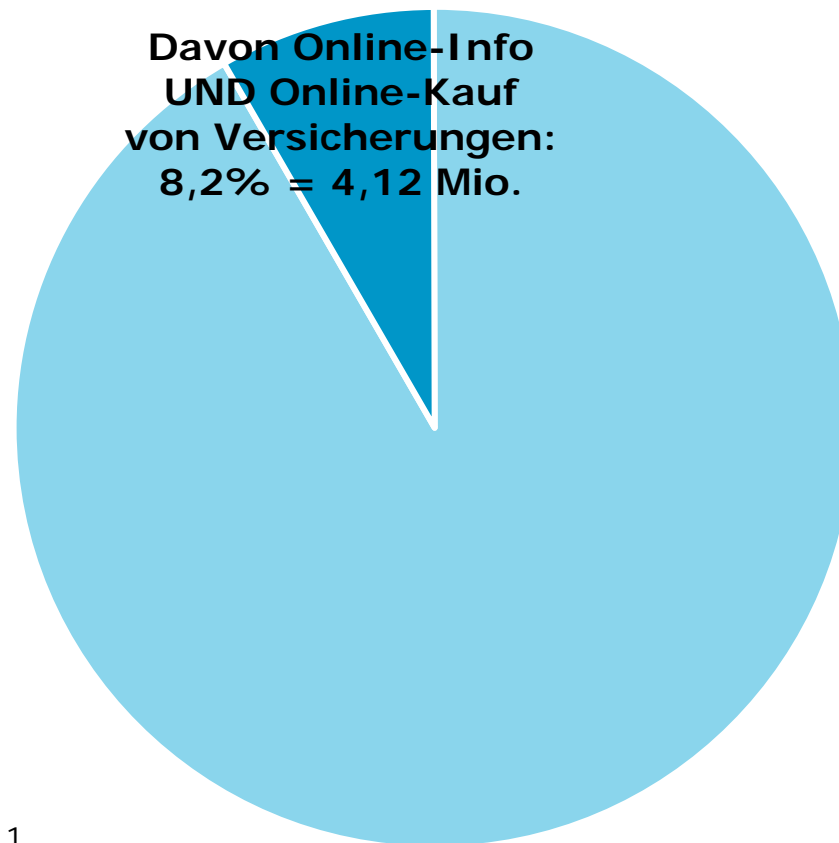
Basis: 101.207 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)

„Haben Sie in den letzten 12 Monaten folgende Produkte über das Internet gekauft?“

Angaben in Prozent und als Index / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2011-08

Online-Info UND Online-Kauf von Versicherungen

8,2 Prozent der Internetnutzer (WNK) – das entspricht 4,12 Millionen – informieren sich online über Versicherungen und kaufen diese auch im Internet.



**Internetnutzer
in den letzten 3 Monaten
(WNK): 50,15 Mio.**

AGOF Branchenbericht „Versicherungen“ 11/2011

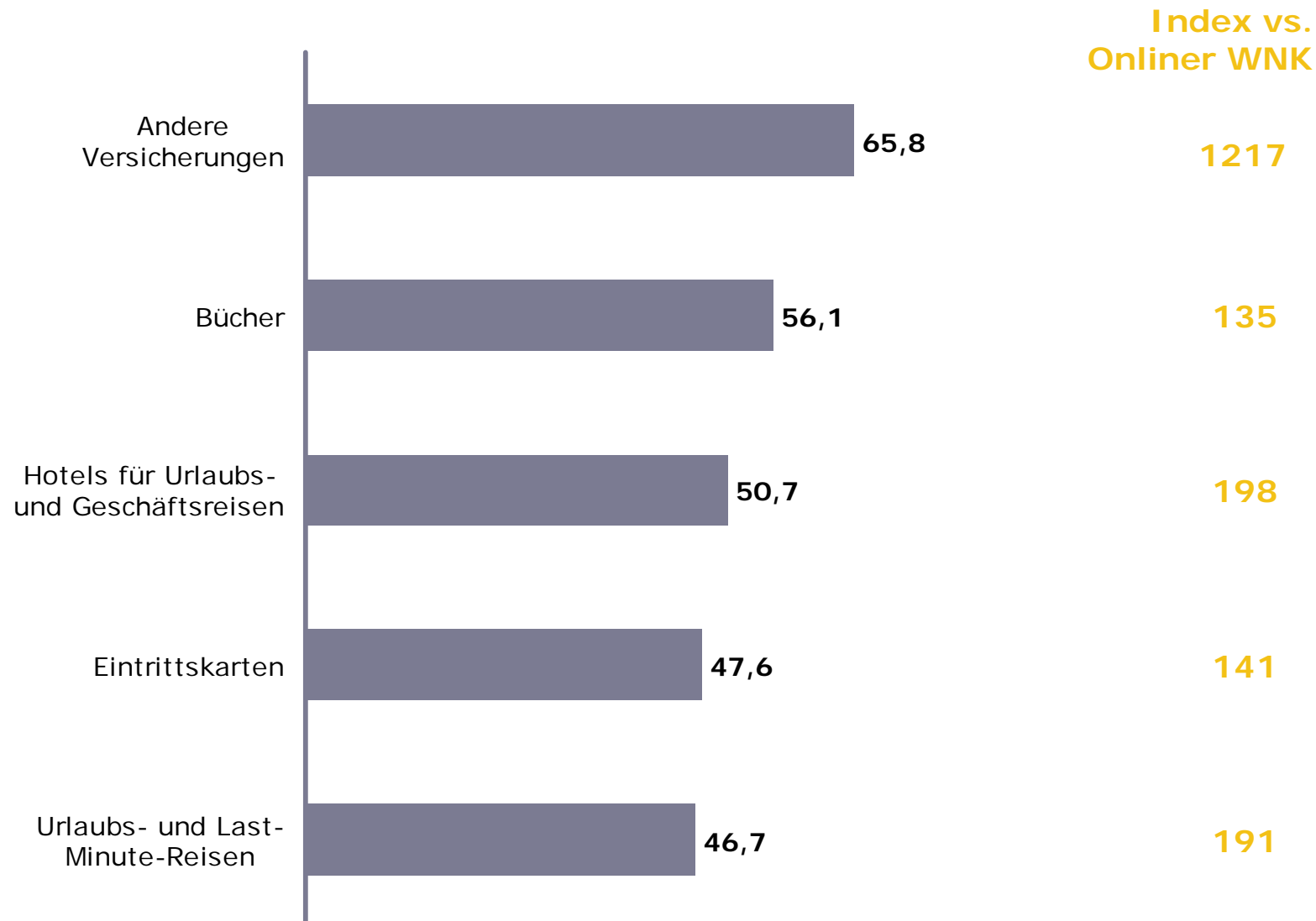
Basis: 101.207 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)

„Zu welchen der nachfolgenden Produkte haben Sie schon einmal Informationen im Internet gesucht?“ /

„Haben Sie in den letzten 12 Monaten folgende Produkte über das Internet gekauft?“

Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2011-08

Top 5 Produkte nach Prozent bei den Online-Infosuchenden und -Käufern von Vers.



AGOF Branchenbericht „Versicherungen“ 11/2011

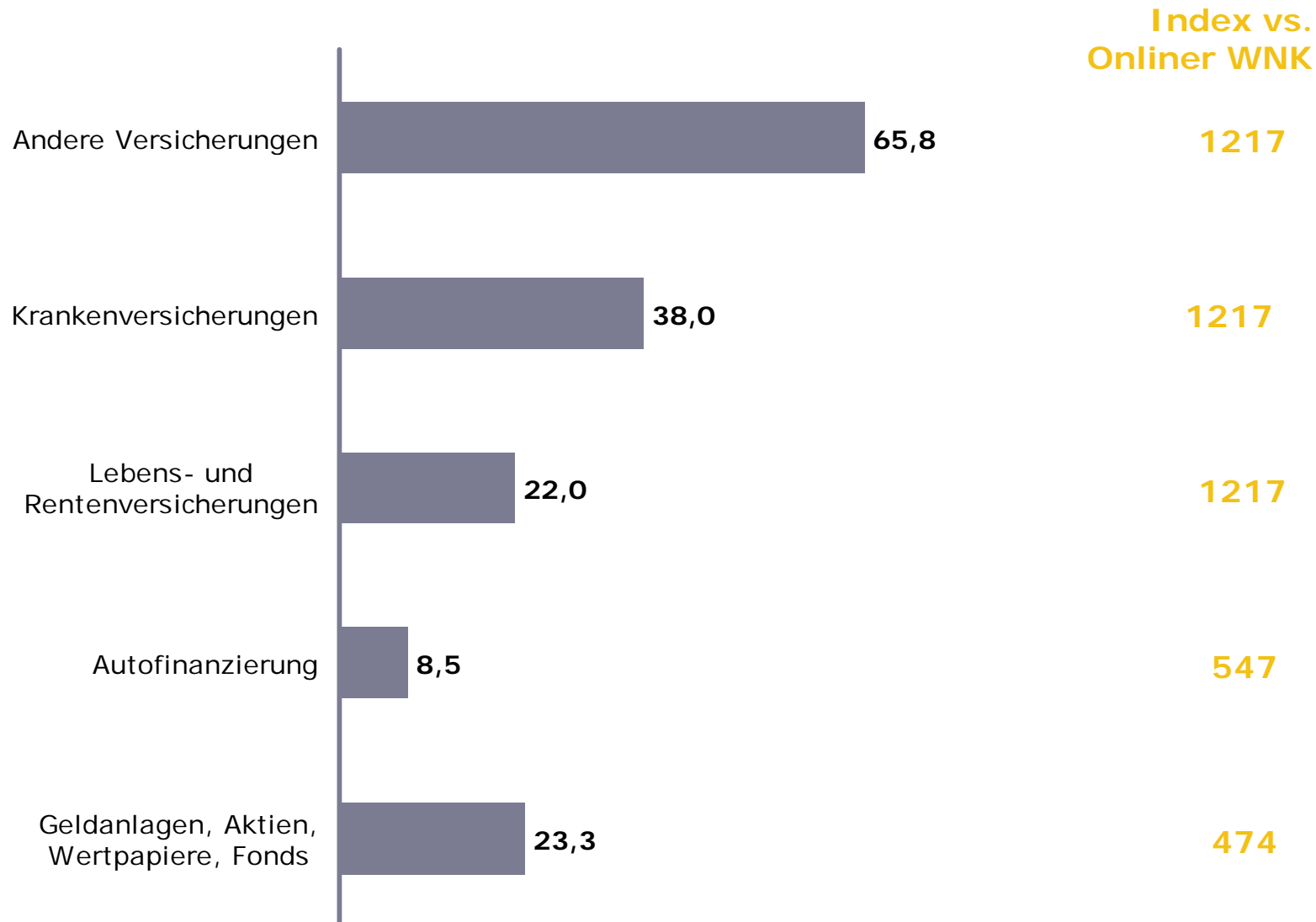
Basis: 101.207 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)

„Zu welchen der nachfolgenden Produkte haben Sie schon einmal Informationen im Internet gesucht?“ /

„Haben Sie in den letzten 12 Monaten folgende Produkte über das Internet gekauft?“

Angaben in Prozent und als Index / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2011-08

Top 5 Produkte nach Index bei den Online-Infosuchenden und Online-Käufern von Vers.



AGOF Branchenbericht „Versicherungen“ 11/2011

Basis: 101.207 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)

„Zu welchen der nachfolgenden Produkte haben Sie schon einmal Informationen im Internet gesucht?“ /

„Haben Sie in den letzten 12 Monaten folgende Produkte über das Internet gekauft?“

Angaben in Prozent und als Index / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2011-08



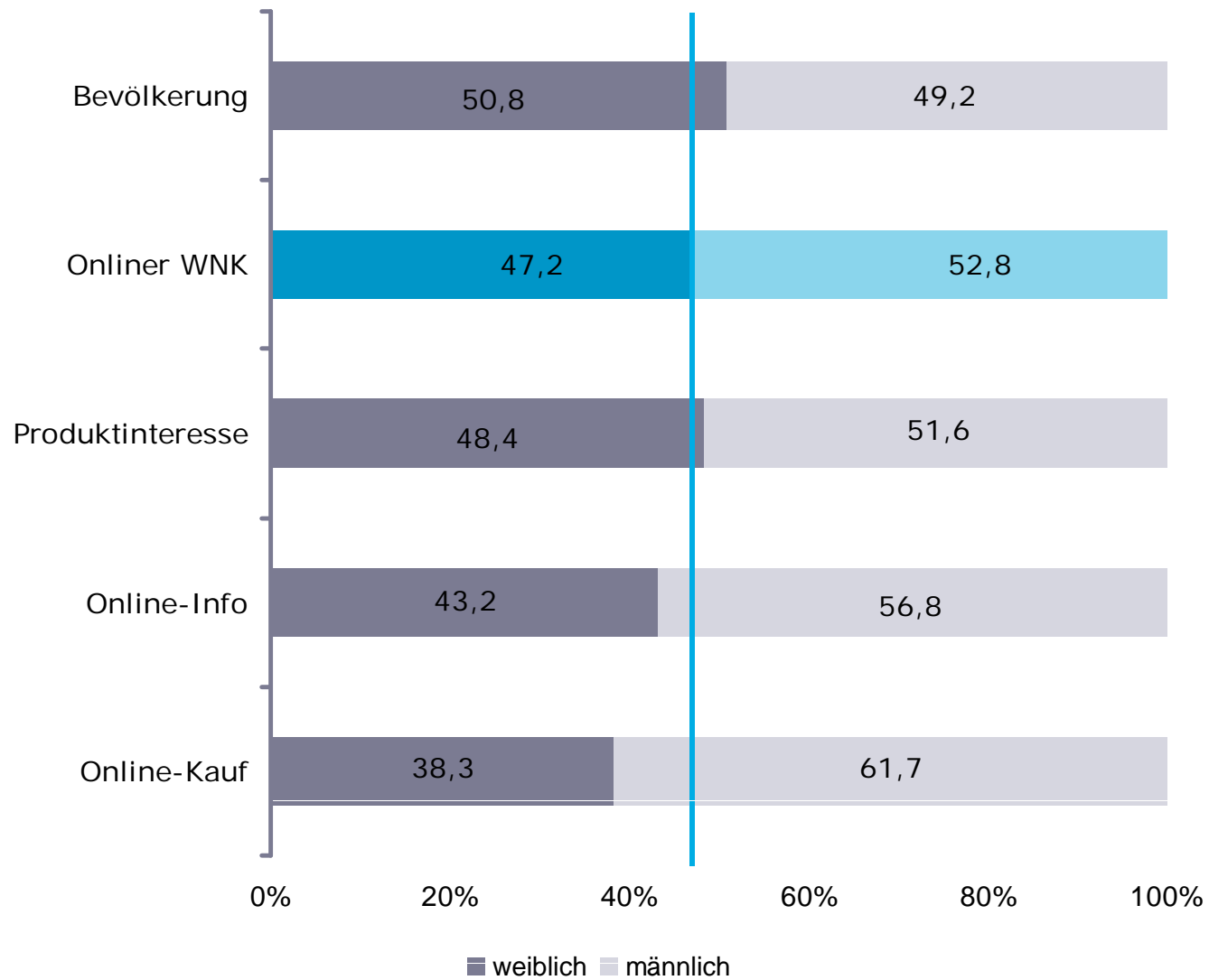
Nutzerstrukturen

Strukturen - Zentrale Daten im Überblick

Die versicherungsaffinen Nutzergruppen im Internet zeichnen sich durch einen Männerüberhang und eine starke Präsenz in der werberelevanten Altersgruppe der 30- bis 49-Jährigen aus. Über zwei Drittel von ihnen sind berufstätig und über die Hälfte zählt zu den Haupteinkommensbeziehern. Damit trifft die Versicherungsbranche auf attraktive Online-Potenziale.

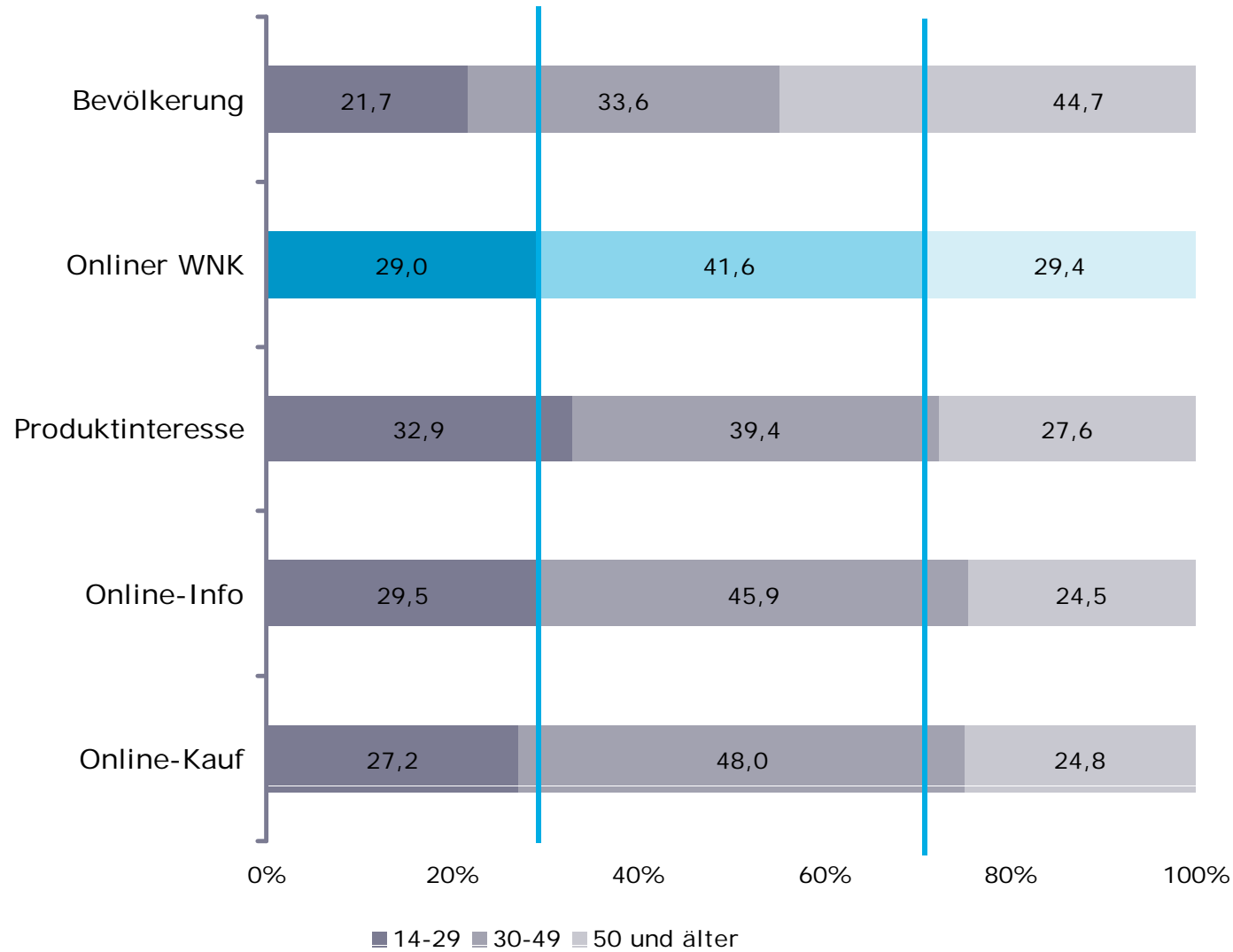
- Mit durchschnittlich 56,7 Prozent sind die Männer bei den versicherungsaffinen Nutzergruppen in der Mehrheit.
- Die 30- bis 49-Jährigen machen mit durchschnittlich 44,4 Prozent den überwiegenden Anteil aus und sind damit im Vergleich zum Onliner WNK und zur Gesamtbevölkerung überdurchschnittlich vertreten.
- Durchschnittlich 69,9 Prozent der versicherungsaffinen Nutzer sind berufstätig. Schüler bzw. nicht (mehr) Berufstätige sind mit 13,4 bzw. 16,7 Prozent unterdurchschnittlich vertreten.
- 57,0 Prozent der versicherungsaffinen Nutzer sind Haupteinkommensbezieher.
- 33,2 Prozent verfügen über ein monatliches Haushaltsnettoeinkommen von 3.000 Euro und mehr.

Geschlechterstrukturen – in Prozent



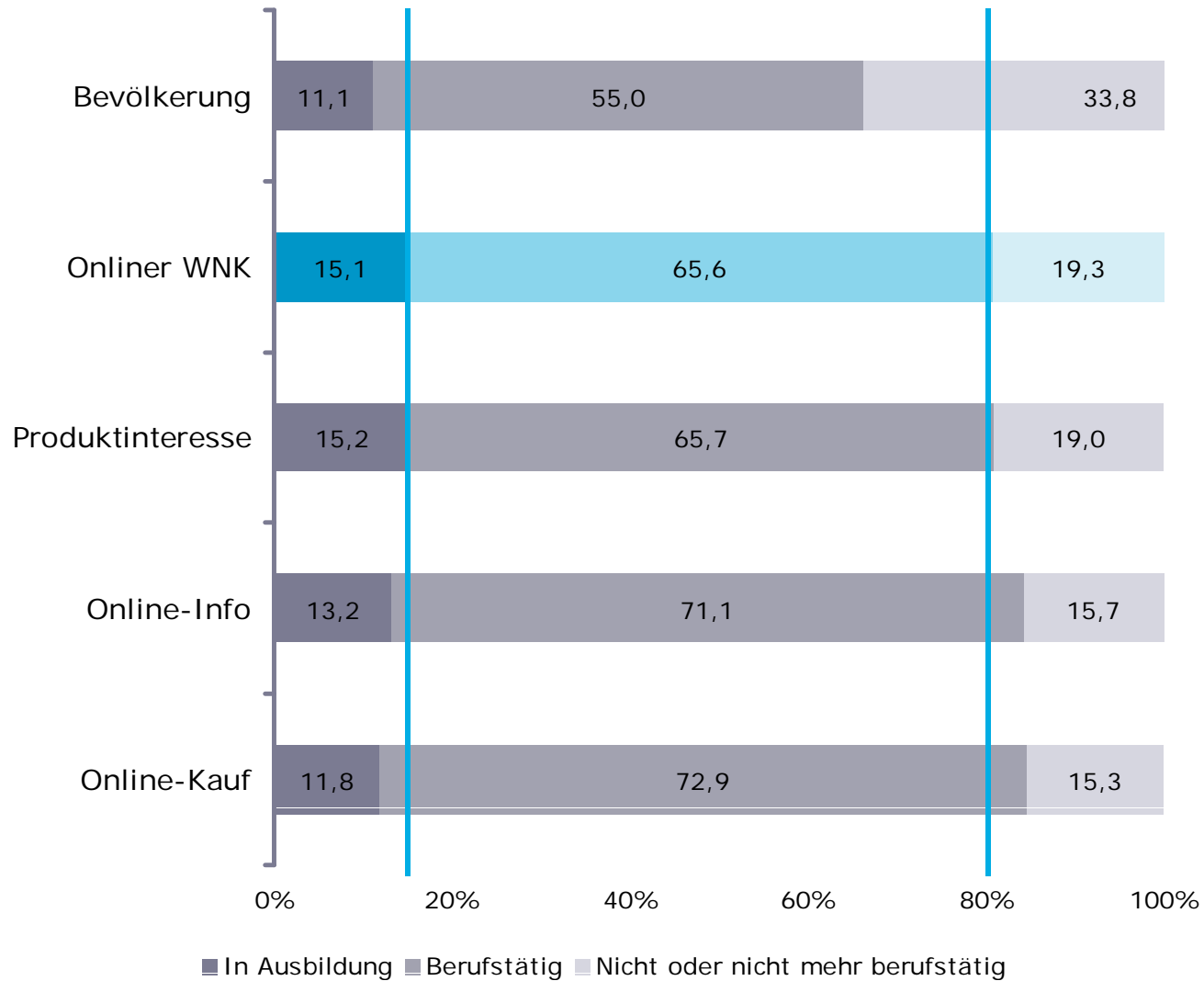
AGOF Branchenbericht „Versicherungen“ 11/2011
 Basis: 101.207 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
 112.443 Fälle (deutschsprachige Wohnbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren)
 Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2011-08

Altersstrukturen – in Prozent



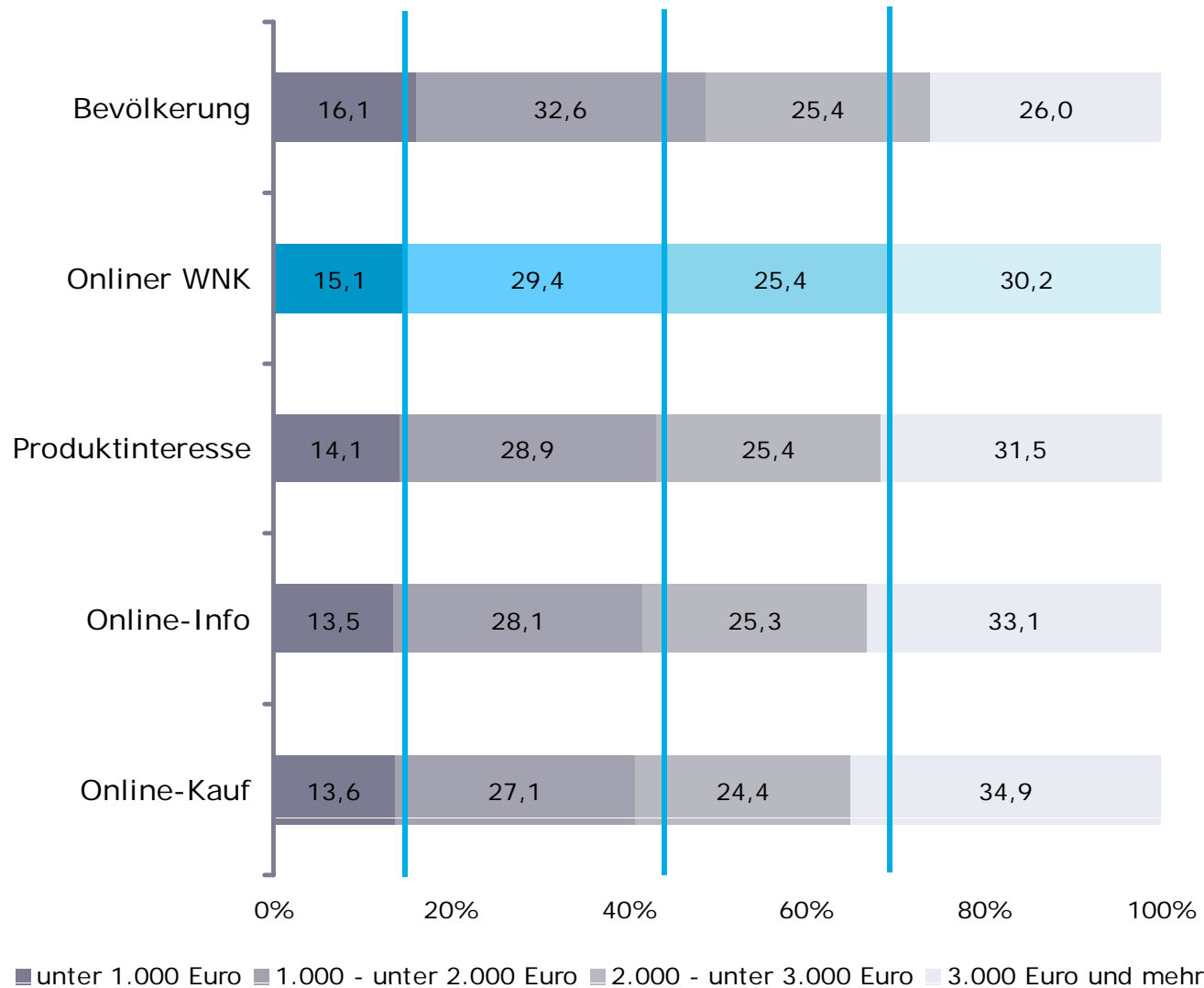
AGOF Branchenbericht „Versicherungen“ 11/2011
 Basis: 101.207 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
 112.443 Fälle (deutschsprachige Wohnbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren)
 Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2011-08

Berufstätigkeit – in Prozent



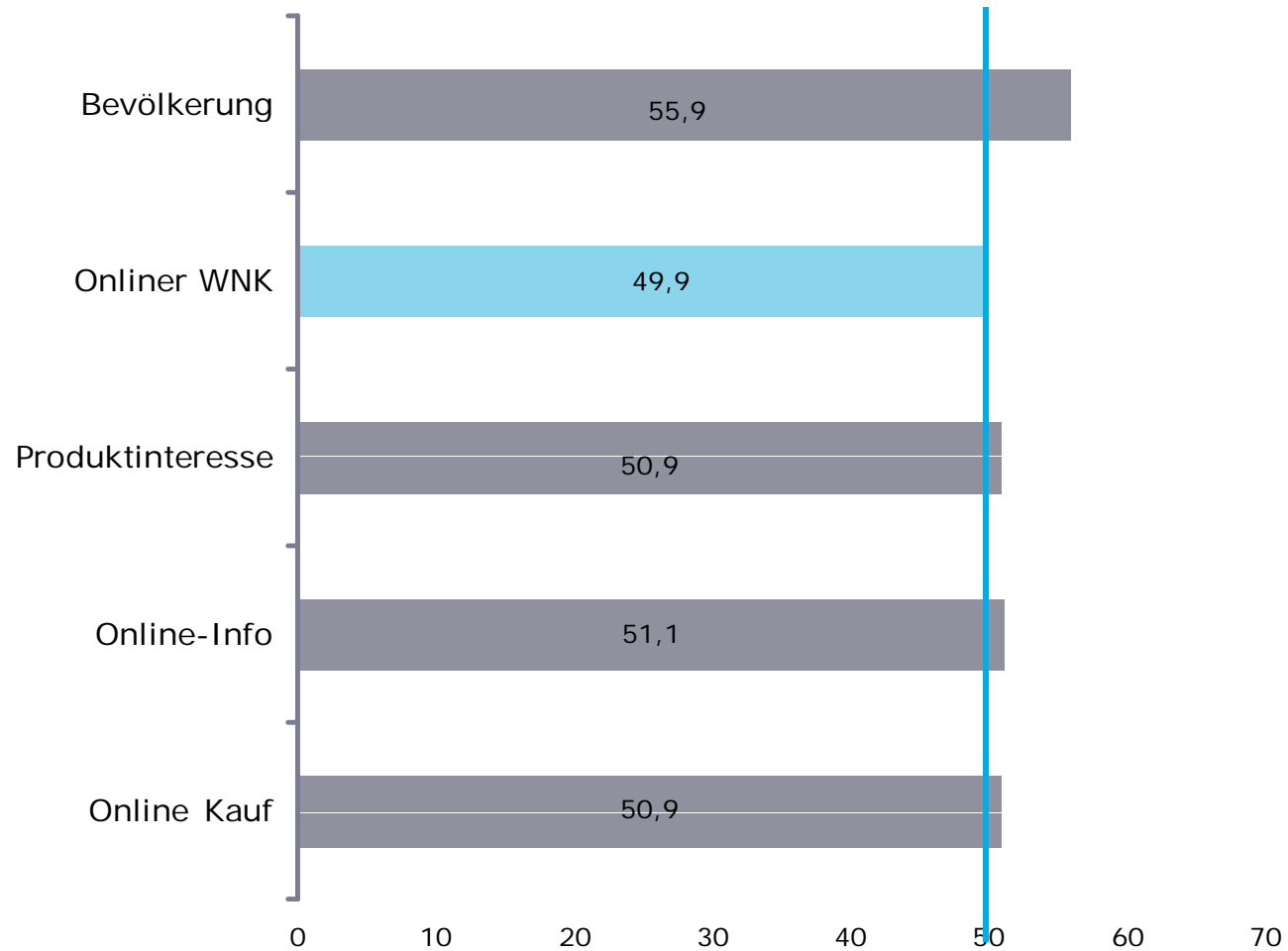
AGOF Branchenbericht „Versicherungen“ 11/2011
 Basis: 101.207 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
 112.443 Fälle (deutschsprachige Wohnbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren)
 Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2011-08

Haushaltsnettoeinkommen – in Prozent



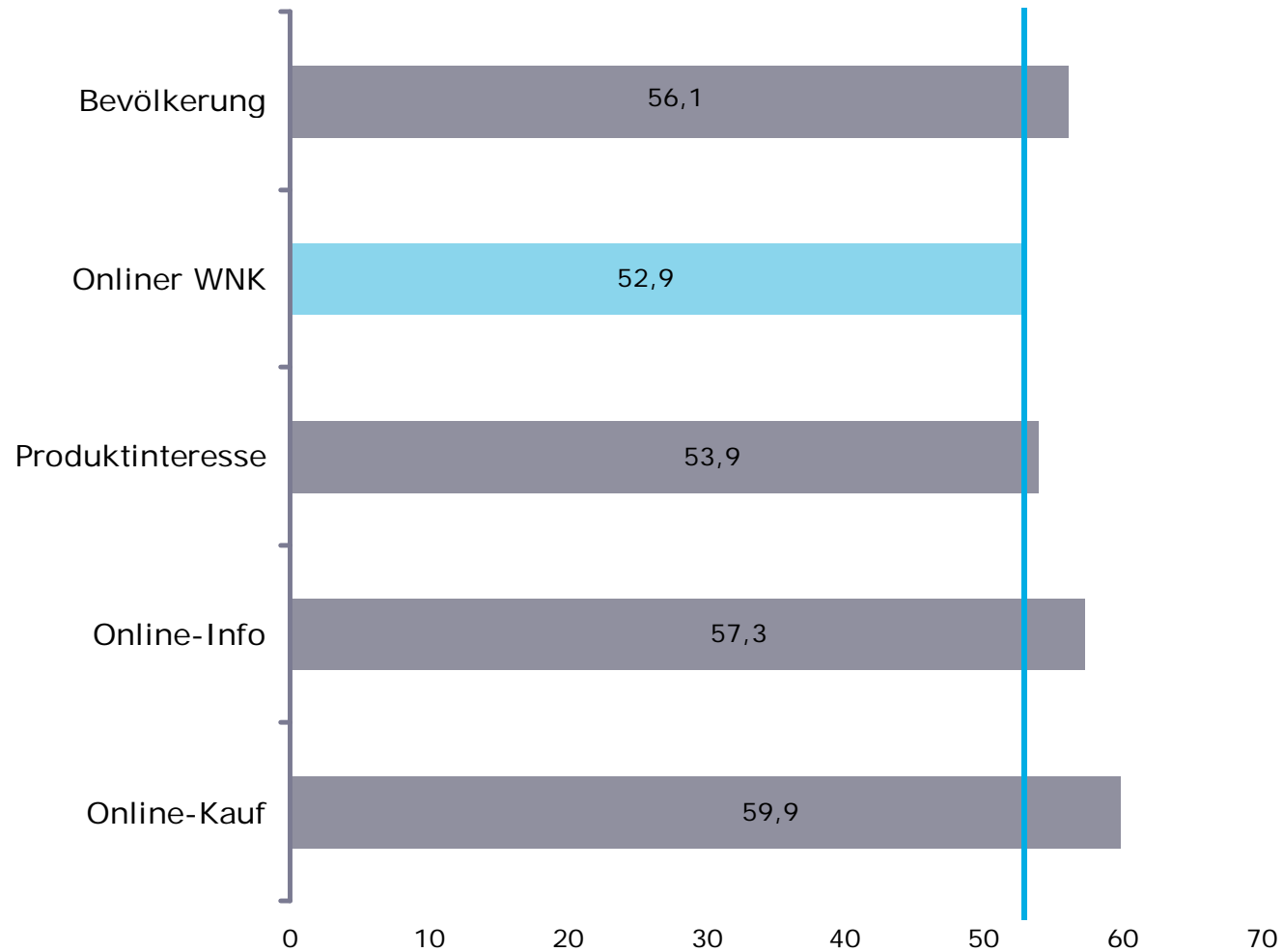
AGOF Branchenbericht „Versicherungen“ 11/2011
 Basis: 101.207 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
 112.443 Fälle (deutschsprachige Wohnbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren)
 Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2011-08

Haushaltsführer – in Prozent



AGOF Branchenbericht „Versicherungen“ 11/2011
 Basis: 101.207 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
 112.443 Fälle (deutschsprachige Wohnbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren)
 Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2011-08

Haupteinkommensbezieher – in Prozent



AGOF Branchenbericht „Versicherungen“ 11/2011
 Basis: 101.207 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
 112.443 Fälle (deutschsprachige Wohnbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren)
 Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2011-08

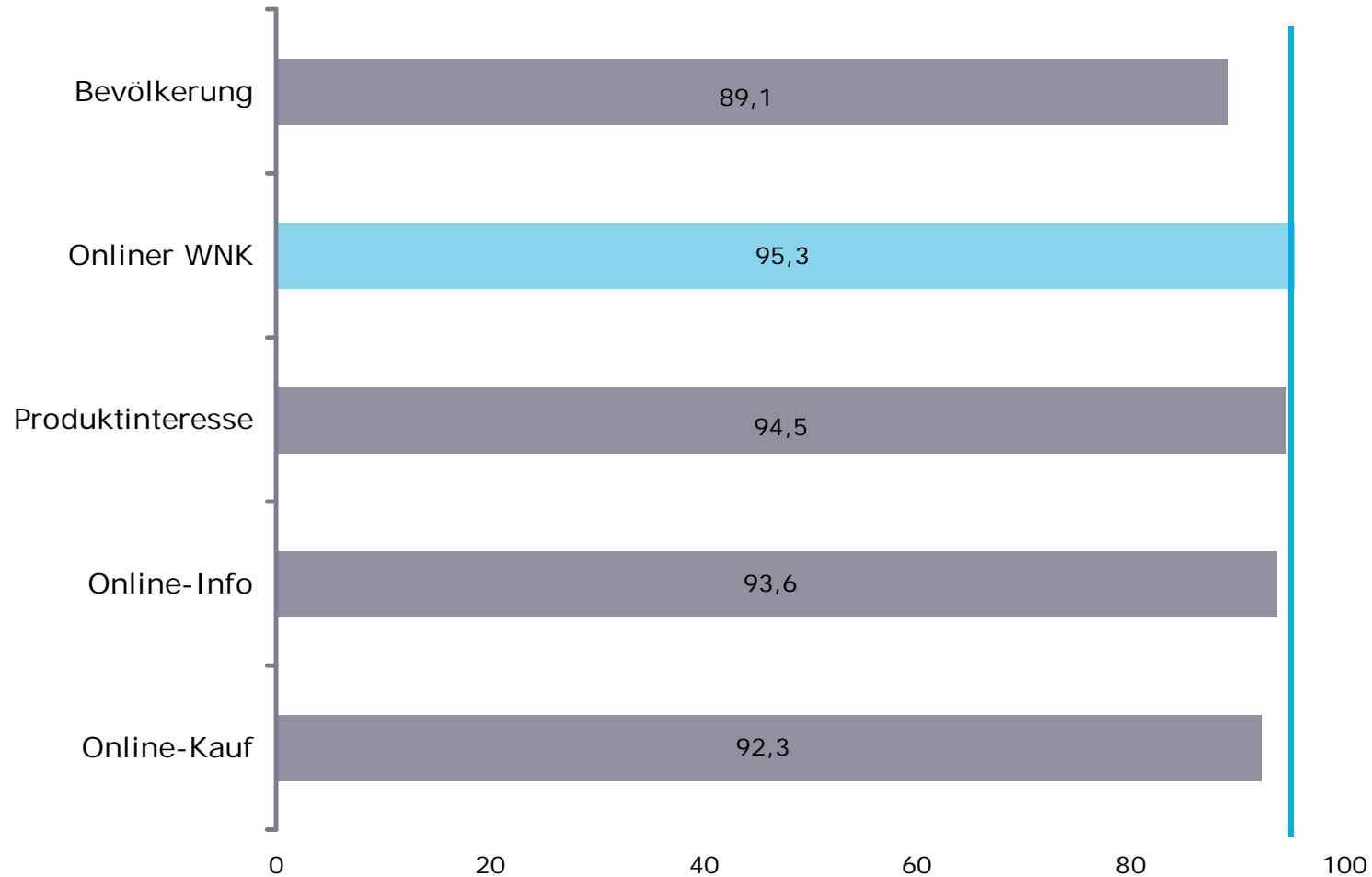


Haushaltsausstattung

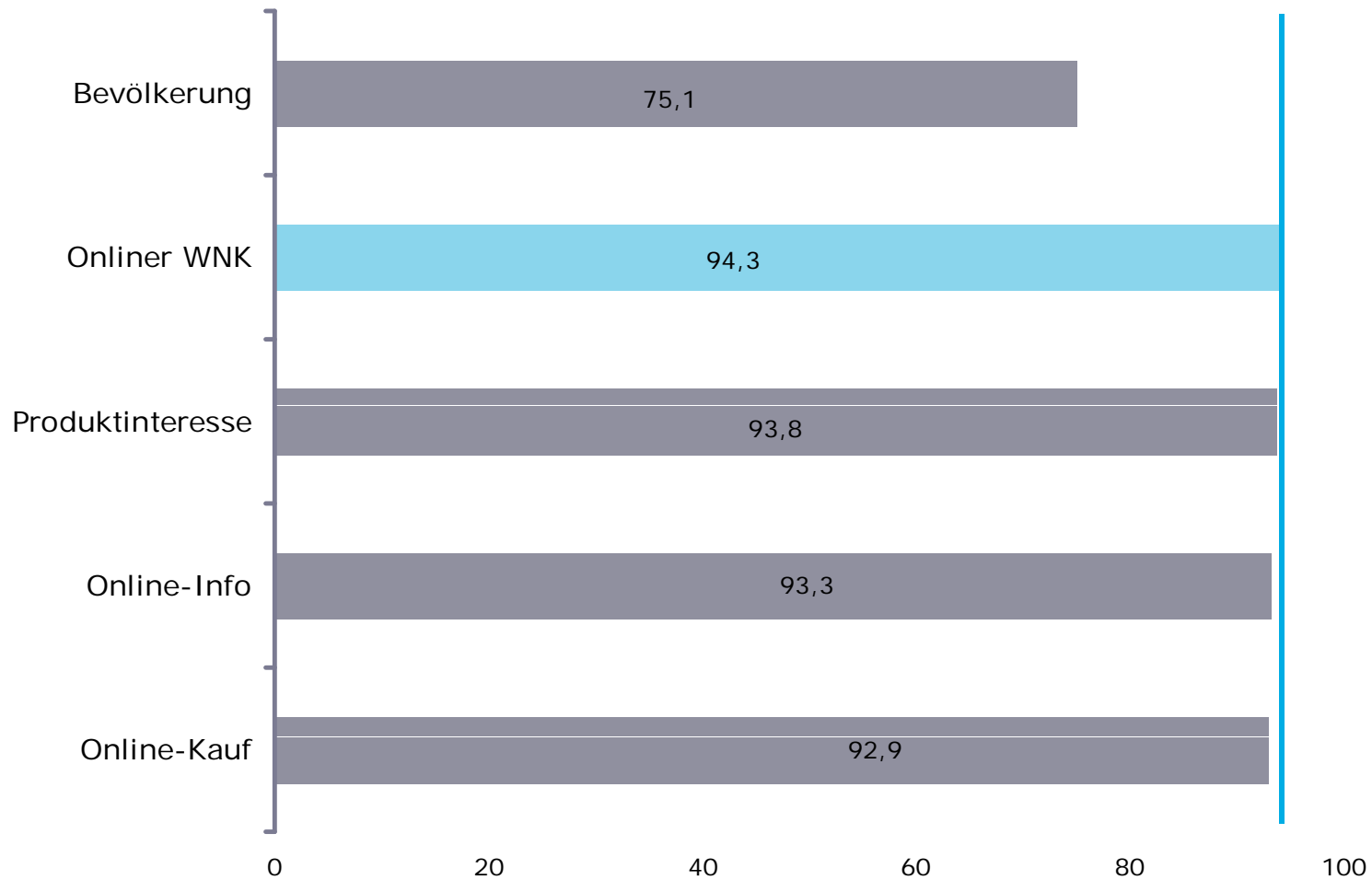
Haushaltsausstattung - Zentrale Daten im Überblick

Die Haushaltsausstattung der versicherungsaffinen Nutzergruppen weist – wie bei den Internetnutzern insgesamt – eine starke Präsenz von modernen Lifestyle-Elektronikartikeln auf. Neben Laptops oder Notebooks, MP3-Playern, sowie Flachbildschirm-Fernsehern sind insbesondere Set-top-Boxen und Spielkonsolen überdurchschnittlich vertreten.

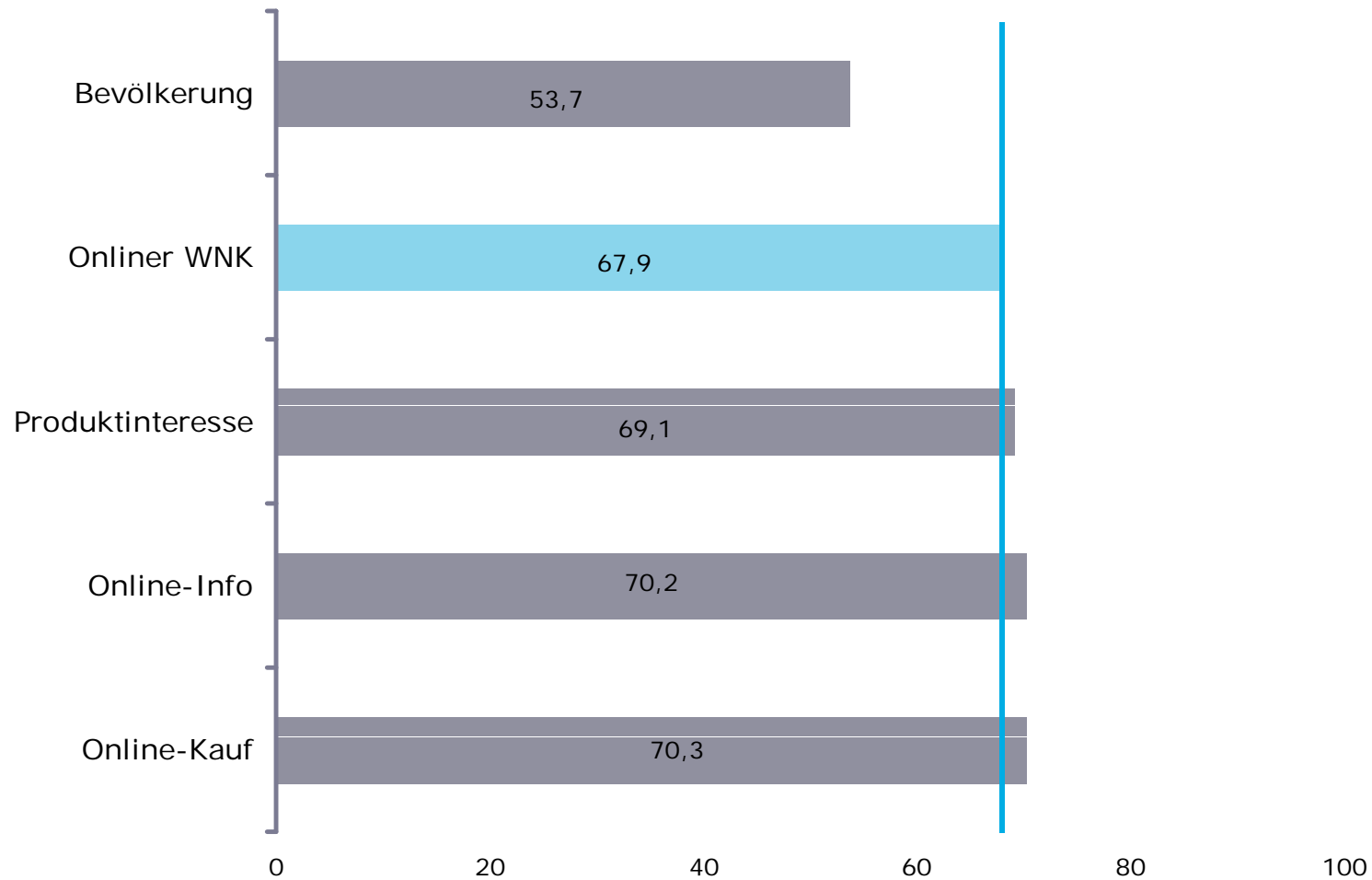
- Fast alle User in den versicherungsaffinen Nutzergruppen haben in ihrem Haushalt ein Mobiltelefon bzw. Handy sowie einen Internet-Anschluss.
- In mehr als zwei Dritteln der Haushalte sind Laptops oder Notebooks (69,9 Prozent) sowie MP3-Player (67,8 Prozent) zu finden. Zudem sind Fernseher mit Flachbildschirmen (55,9 Prozent) in überdurchschnittlich vielen Haushalten vertreten.
- Weitere Produkte, die in den Haushalten der versicherungsaffinen Nutzergruppen höhere Anteile als in der Bevölkerung und unter den Internetnutzern aufweisen, sind:
 - Spielekonsolen
 - Set-top-Box



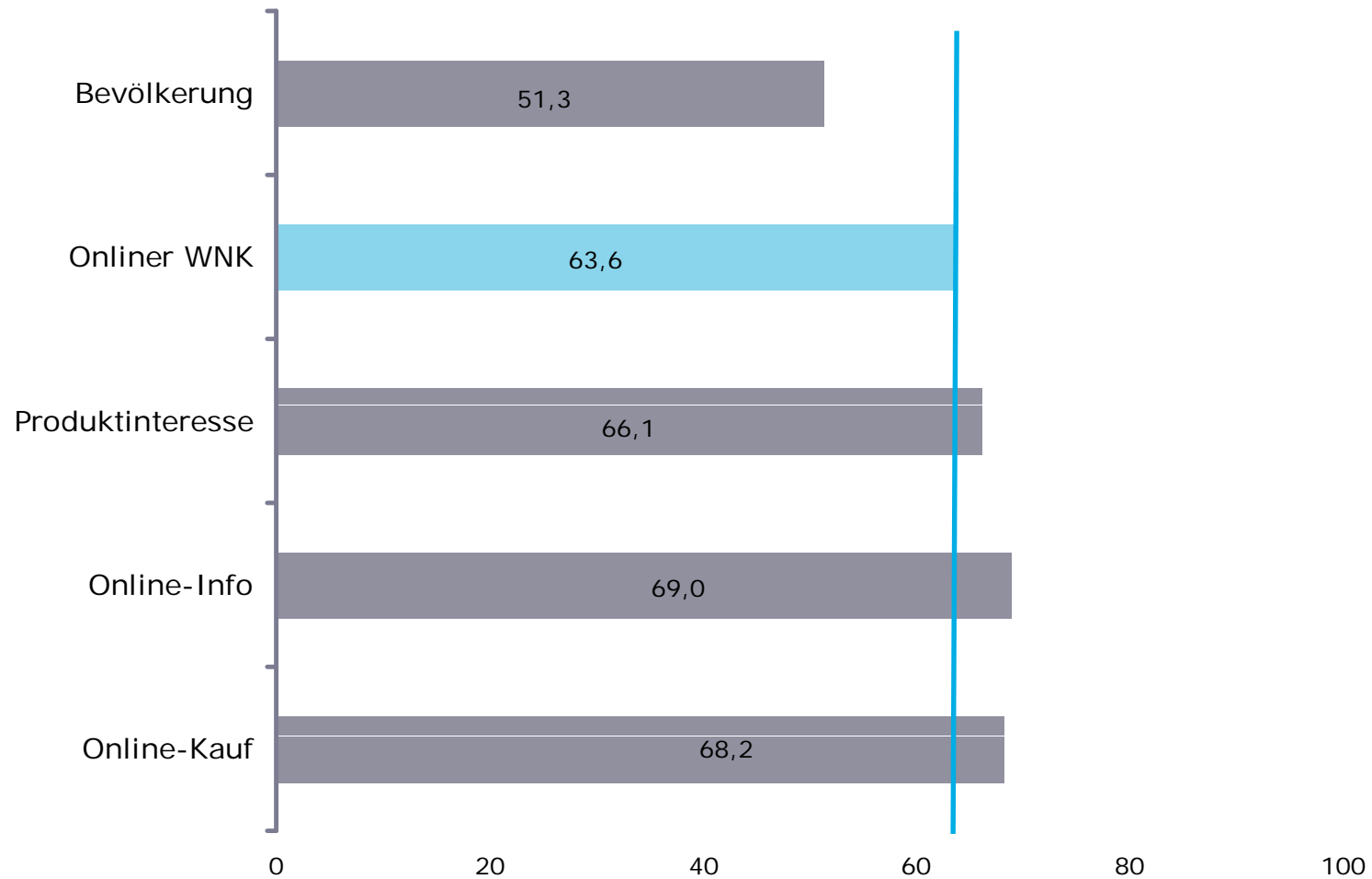
AGOF Branchenbericht „Versicherungen“ 11/2011
 Basis: 101.207 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
 112.443 Fälle (deutschsprachige Wohnbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren)
 Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2011-08



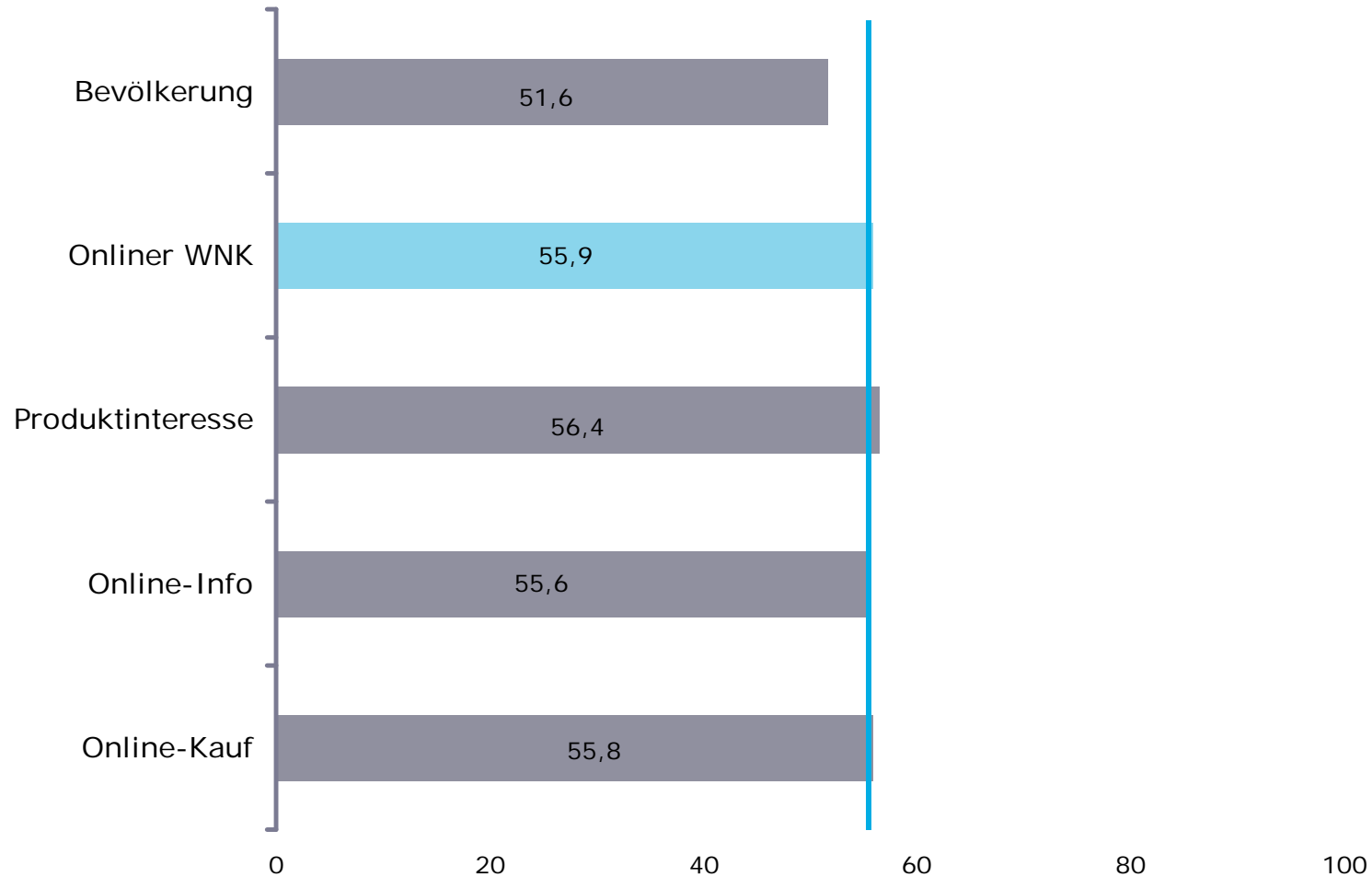
AGOF Branchenbericht „Versicherungen“ 11/2011
 Basis: 101.207 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
 112.443 Fälle (deutschsprachige Wohnbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren)
 Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2011-08



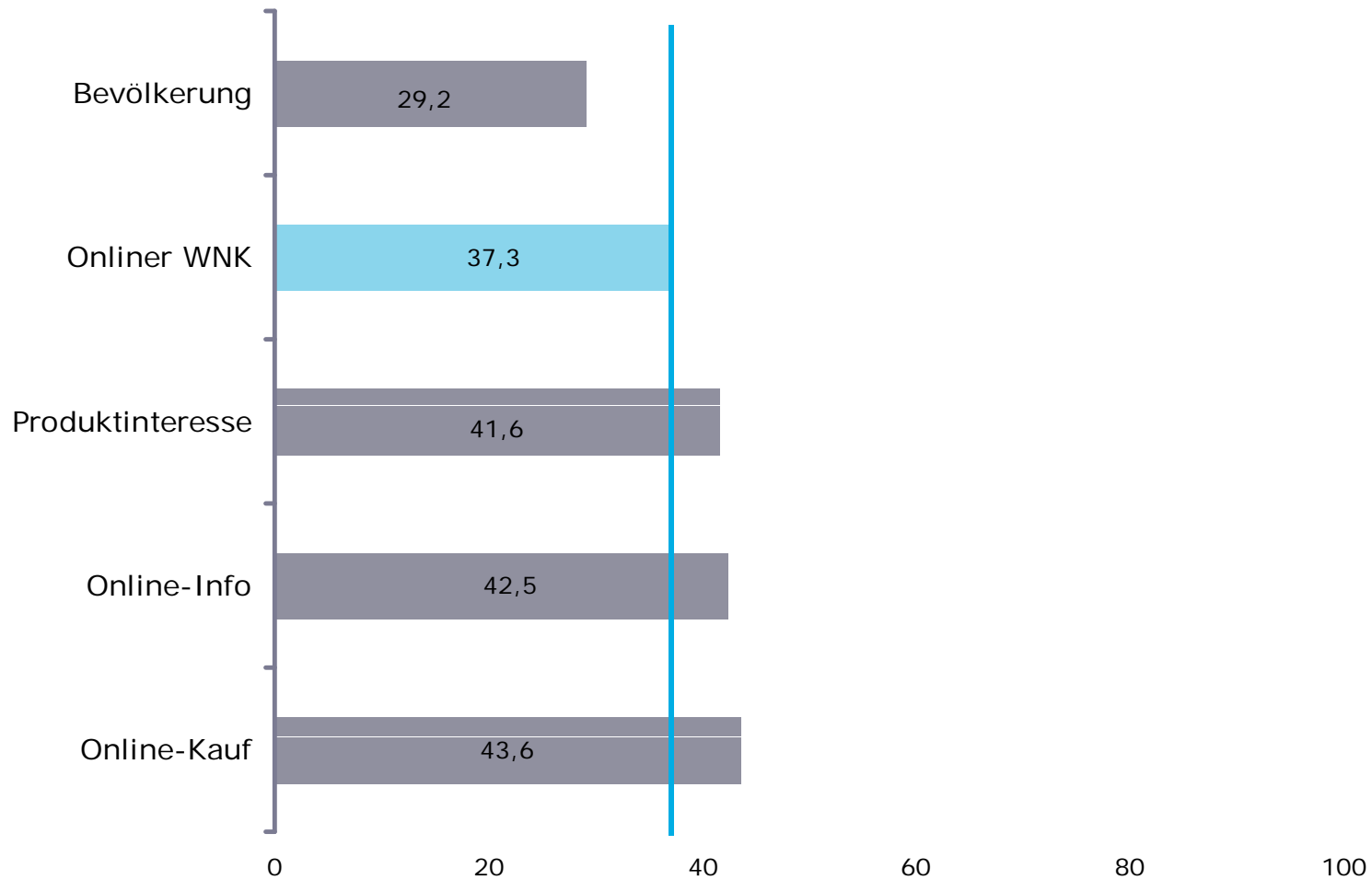
AGOF Branchenbericht „Versicherungen“ 11/2011
 Basis: 101.207 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
 112.443 Fälle (deutschsprachige Wohnbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren)
 Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2011-08



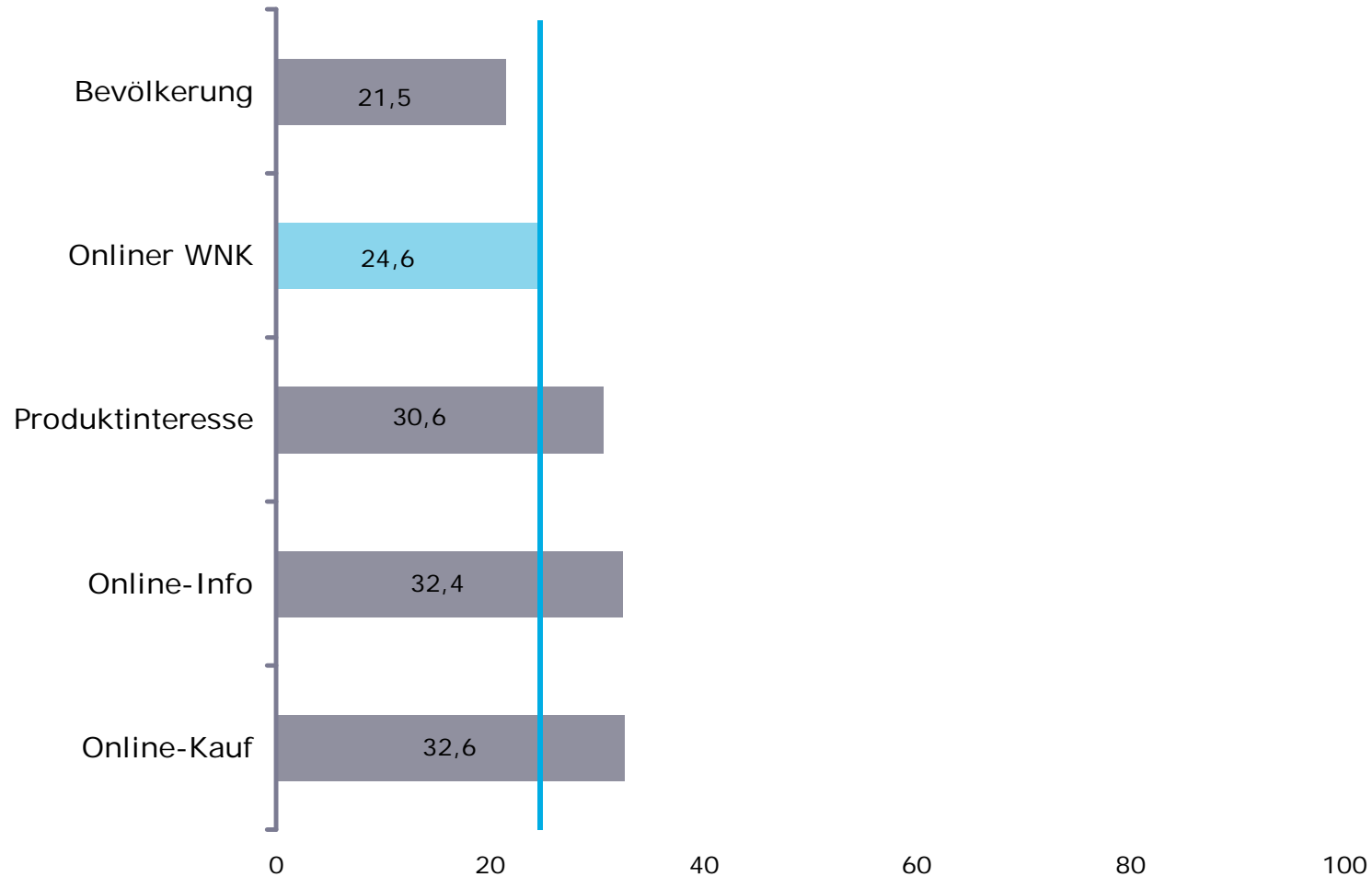
AGOF Branchenbericht „Versicherungen“ 11/2011
 Basis: 101.207 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
 112.443 Fälle (deutschsprachige Wohnbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren)
 Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2011-08



AGOF Branchenbericht „Versicherungen“ 11/2011
 Basis: 101.207 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
 112.443 Fälle (deutschsprachige Wohnbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren)
 Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2011-08



AGOF Branchenbericht „Versicherungen“ 11/2011
 Basis: 101.207 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
 112.443 Fälle (deutschsprachige Wohnbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren)
 Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2011-08



AGOF Branchenbericht „Versicherungen“ 11/2011
 Basis: 101.207 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
 112.443 Fälle (deutschsprachige Wohnbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren)
 Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2011-08

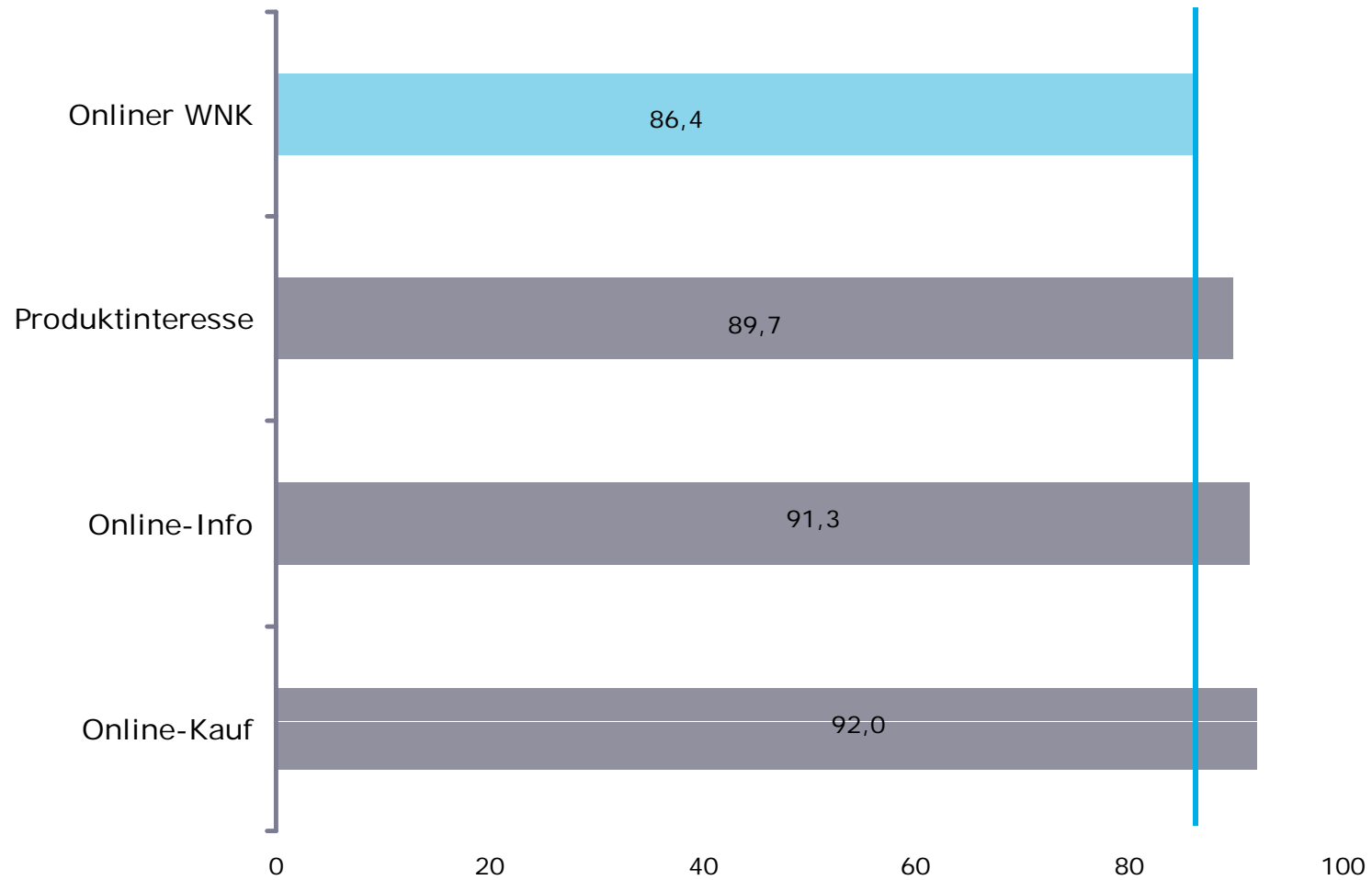


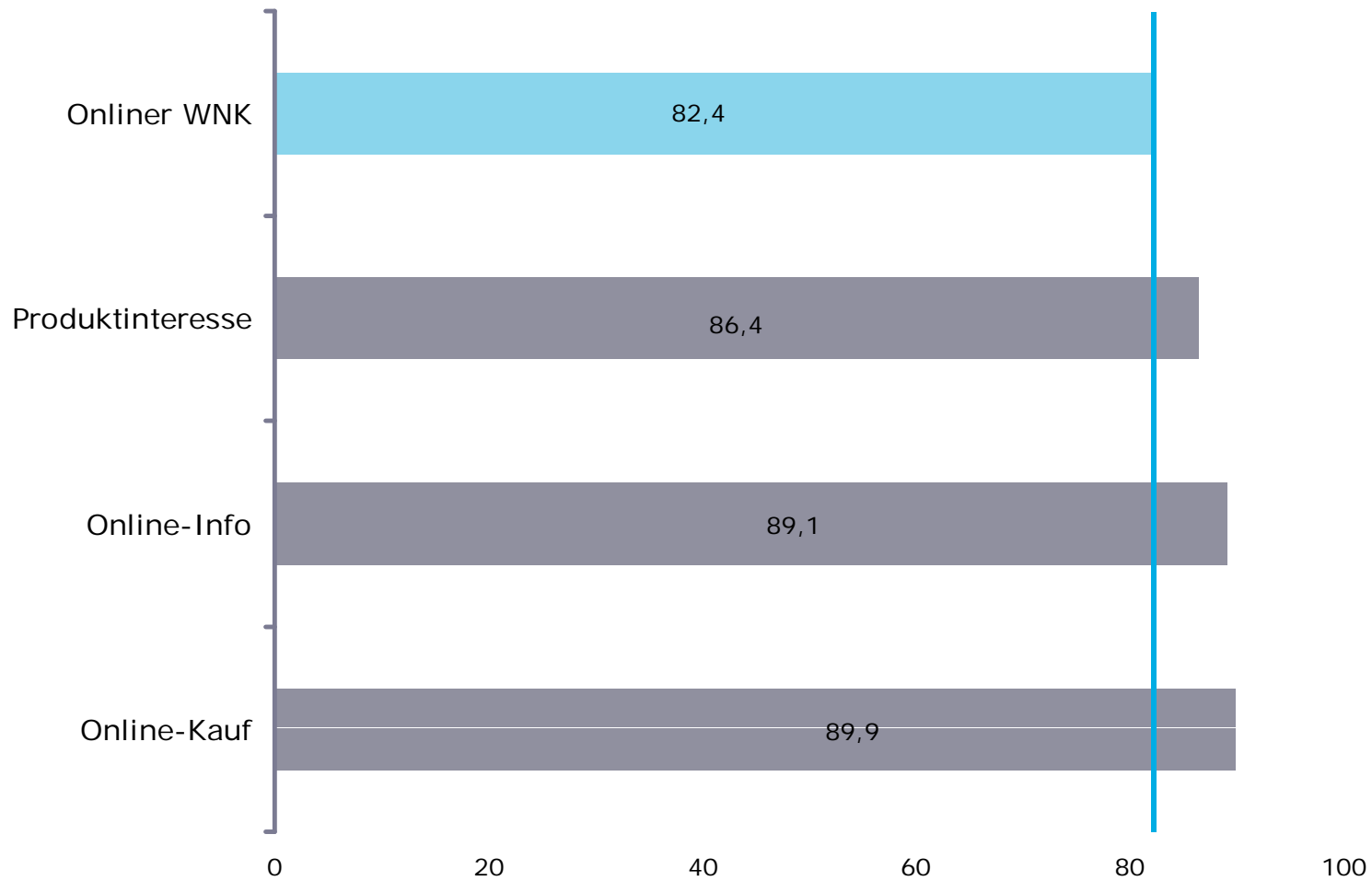
Online-Nutzung

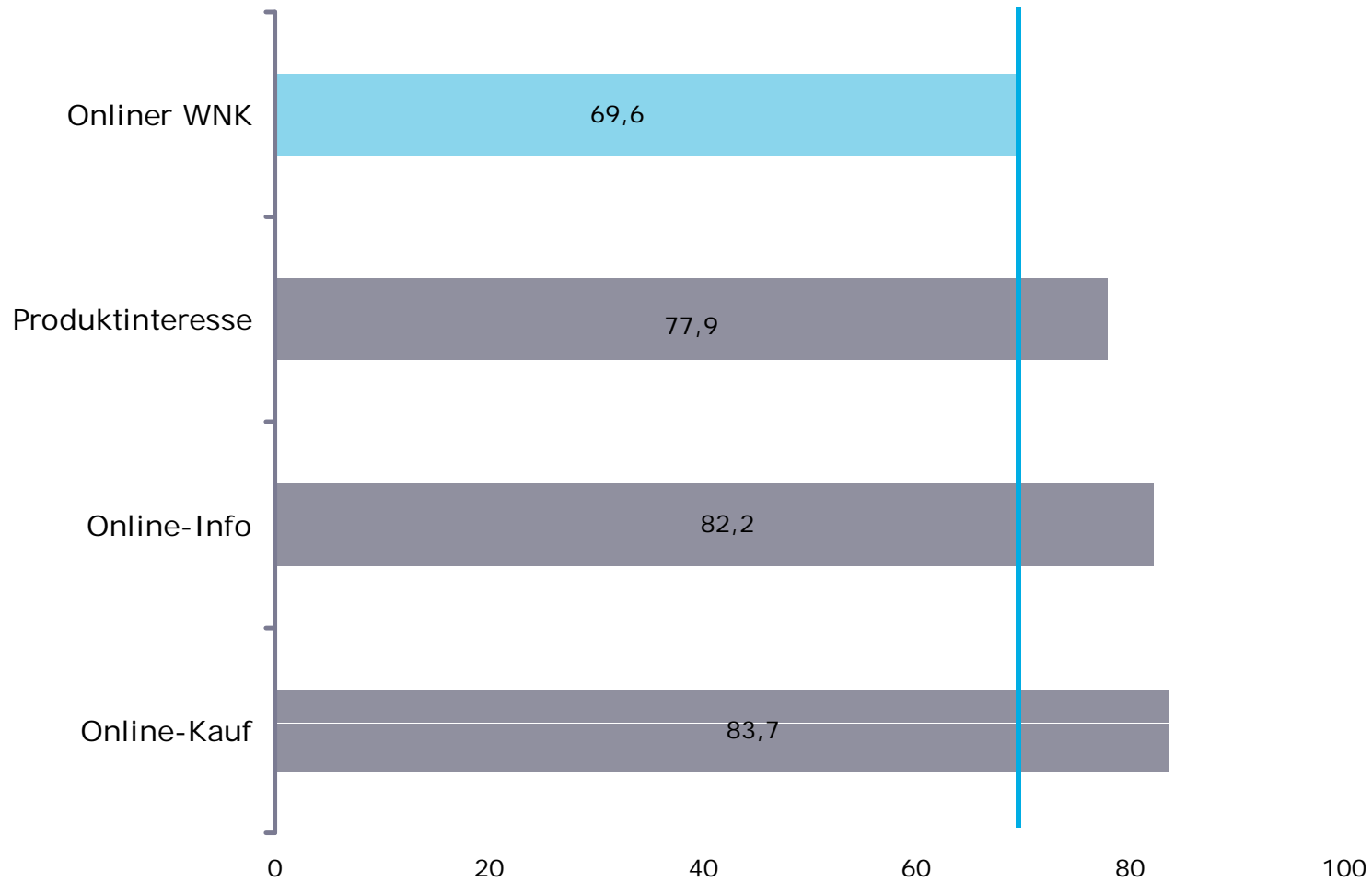
Online-Nutzung - Zentrale Daten im Überblick

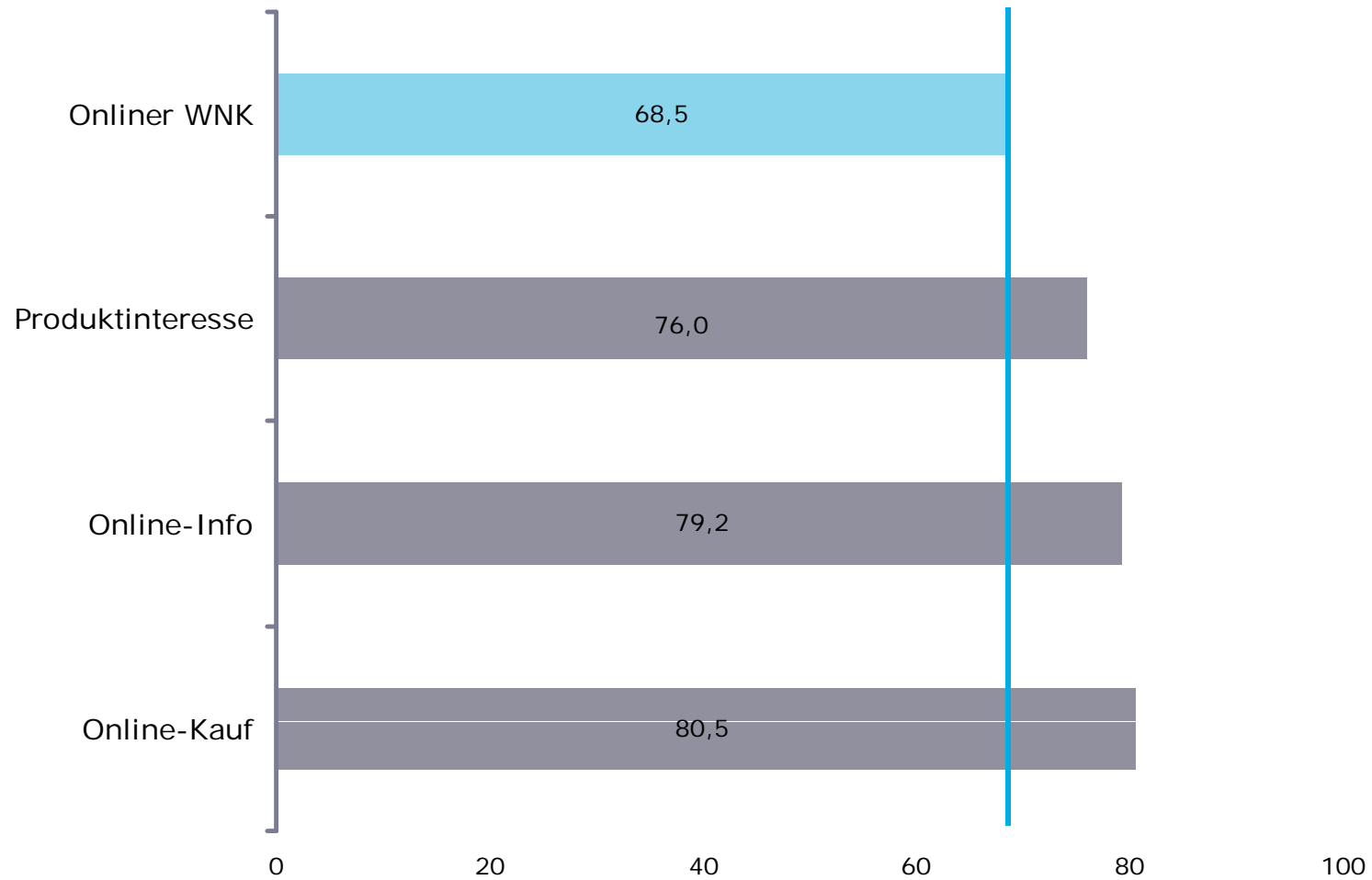
Die versicherungsaffinen User legen eine selbstverständliche Online-Nutzung an den unterschiedlichsten Zugriffsorten an den Tag und setzen das Internet als allgegenwärtiges Informations-, Kommunikations- und Transaktionsmedium ein. Ihre vielseitigen Online-Aktivitäten belegen ihre hohe Affinität für das Medium.

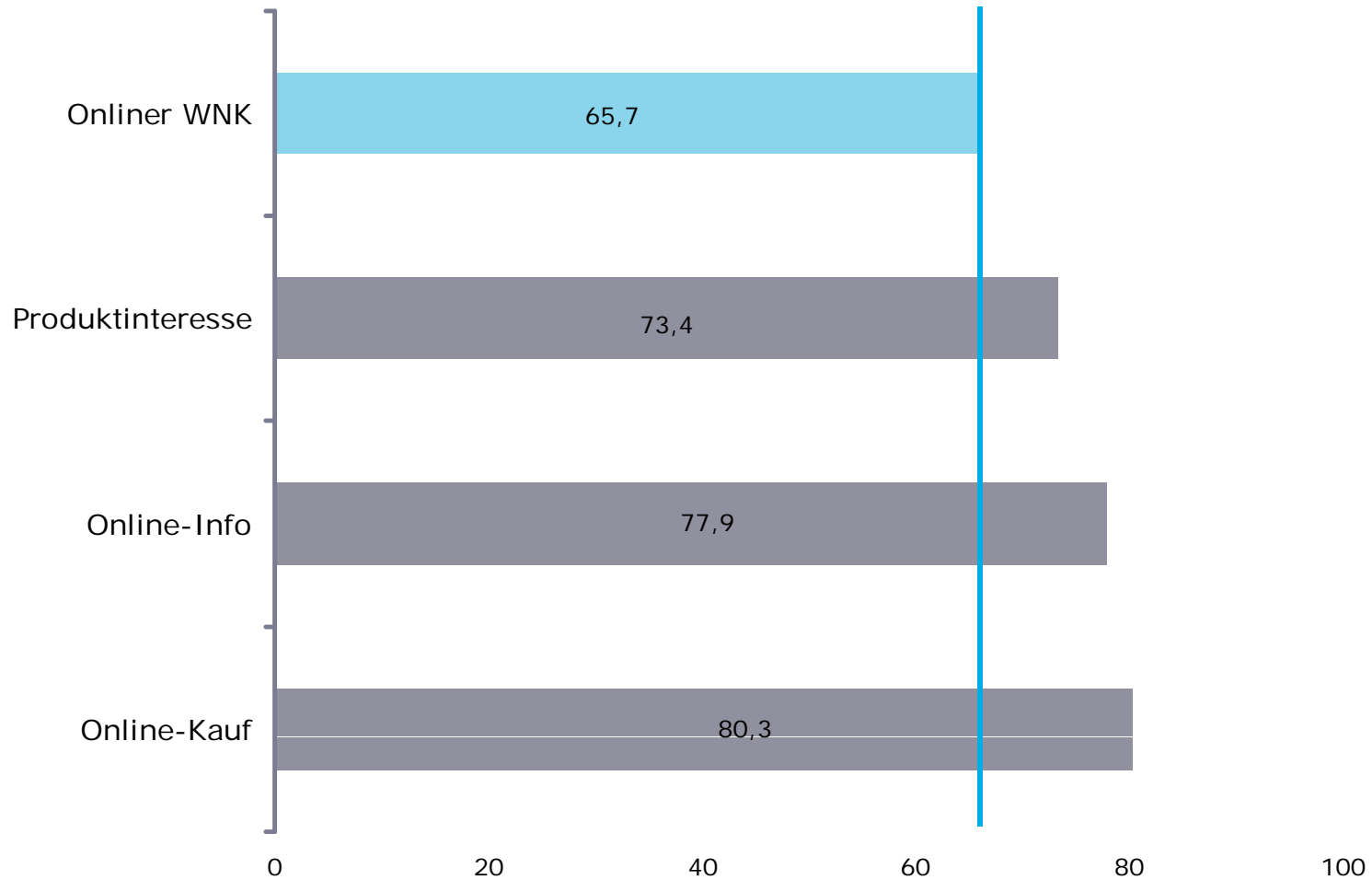
- Durchschnittlich 87,9 Prozent der versicherungsaffinen Nutzer haben eine Nutzungserfahrung von mehr als 3 Jahren.
- Der Internetzugriff von zu Hause steht an erster Stelle, gefolgt vom Zugriff am Arbeits- bzw. Ausbildungsplatz und von unterwegs. Zugriffe von öffentlichen Orten weisen im Vergleich zu den Internetnutzern insgesamt einen überdurchschnittlichen Useranteil auf.
- Kommunikation, Information und Transaktion sind zentrale Motivationen bei der Online-Nutzung.
- Im Internet überdurchschnittlich genutzt werden Angebote rund um Testergebnisse, aktuelles Fernsehprogramm, Familie & Kinder, Fitness & Wellness, Immobilienbörsen, Weblogs/Blogs.

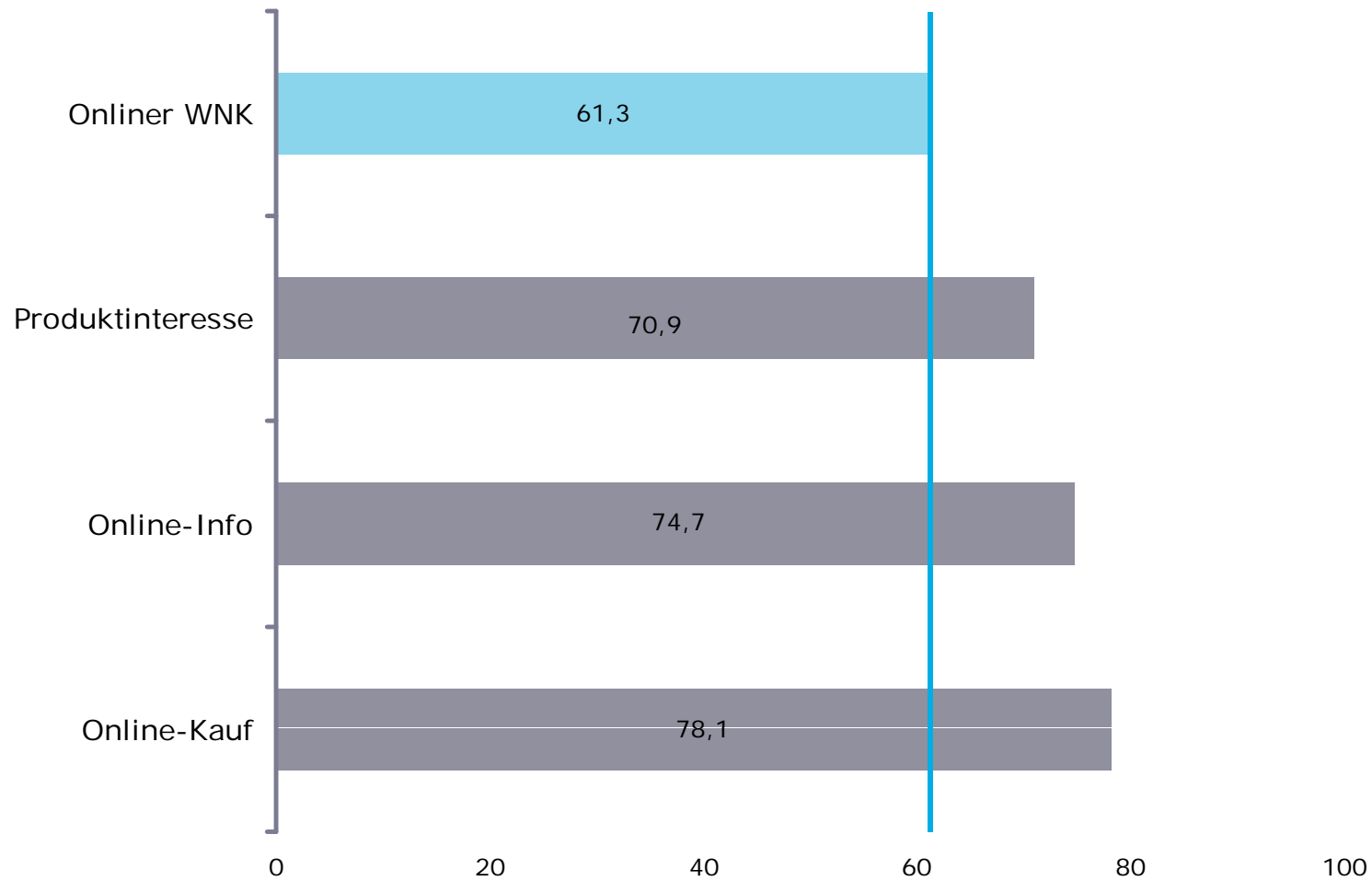


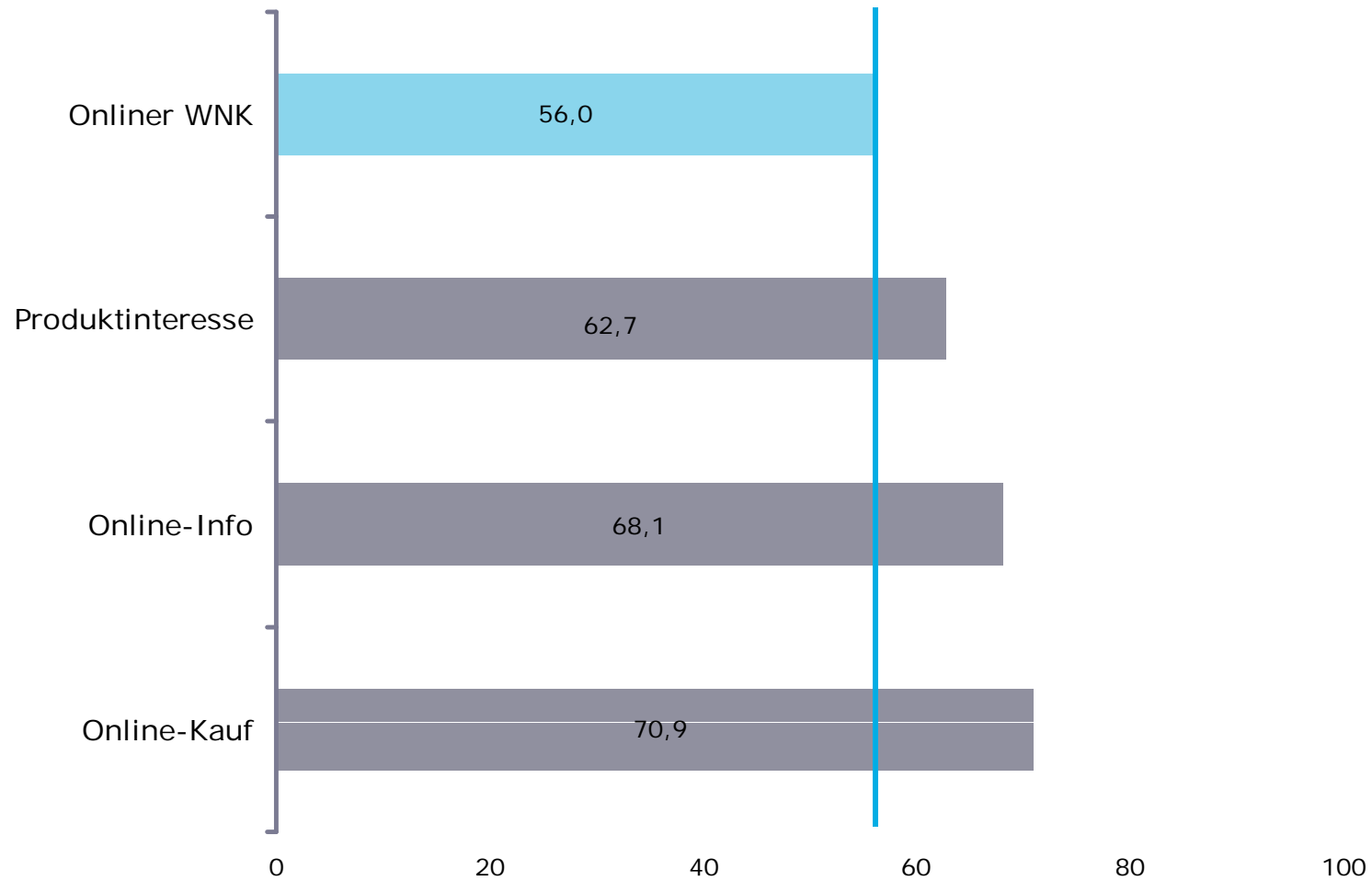


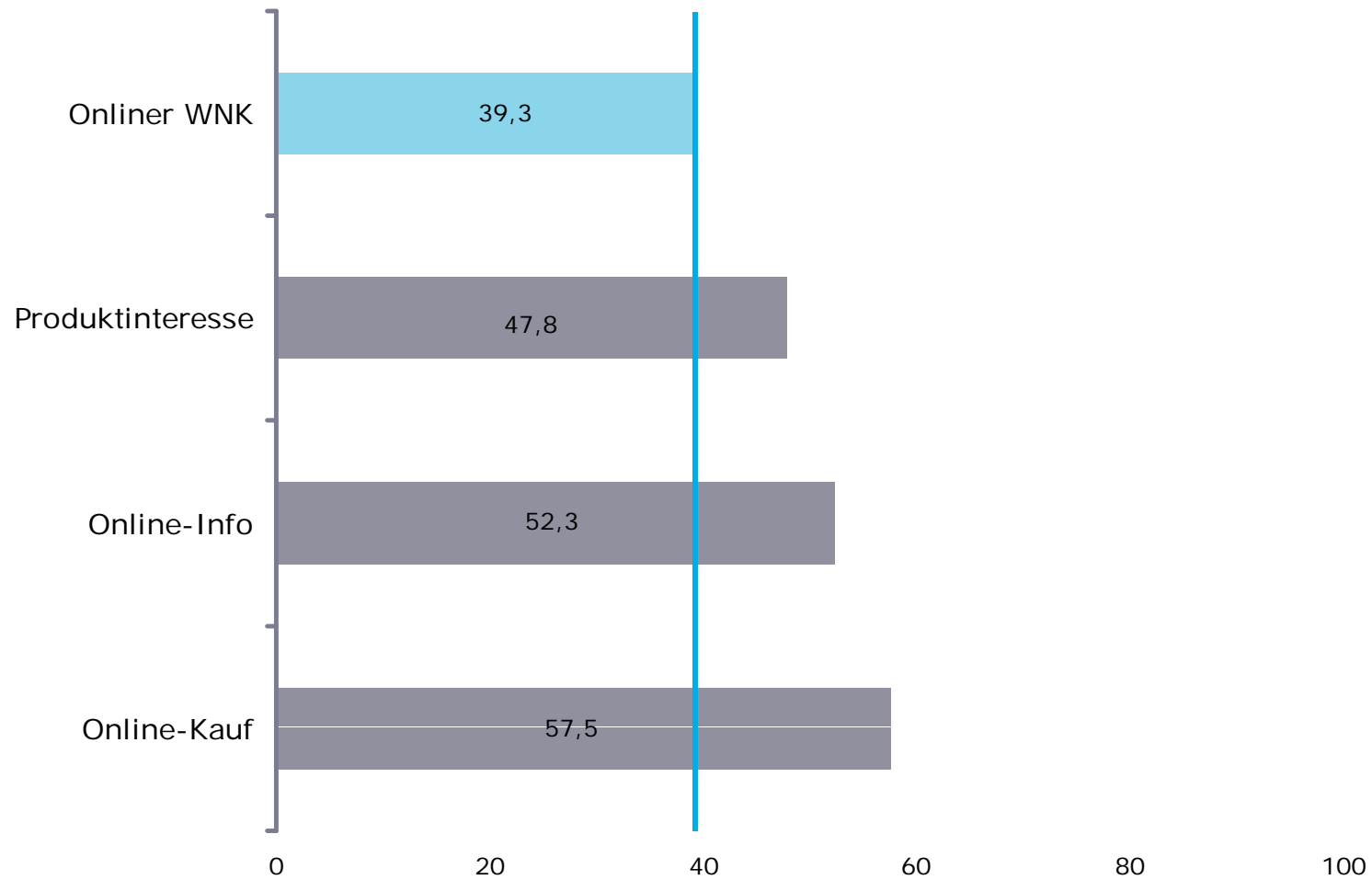


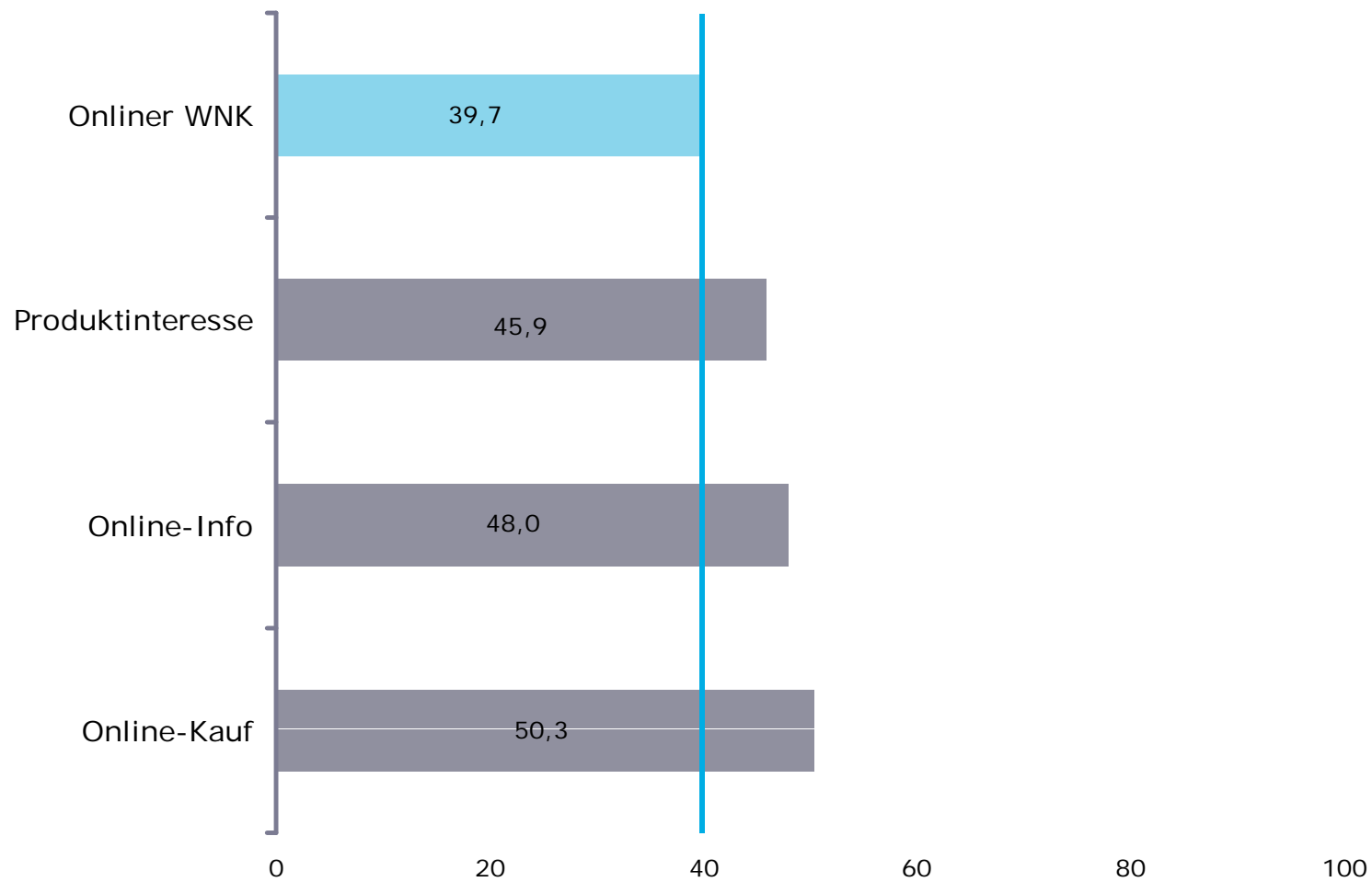


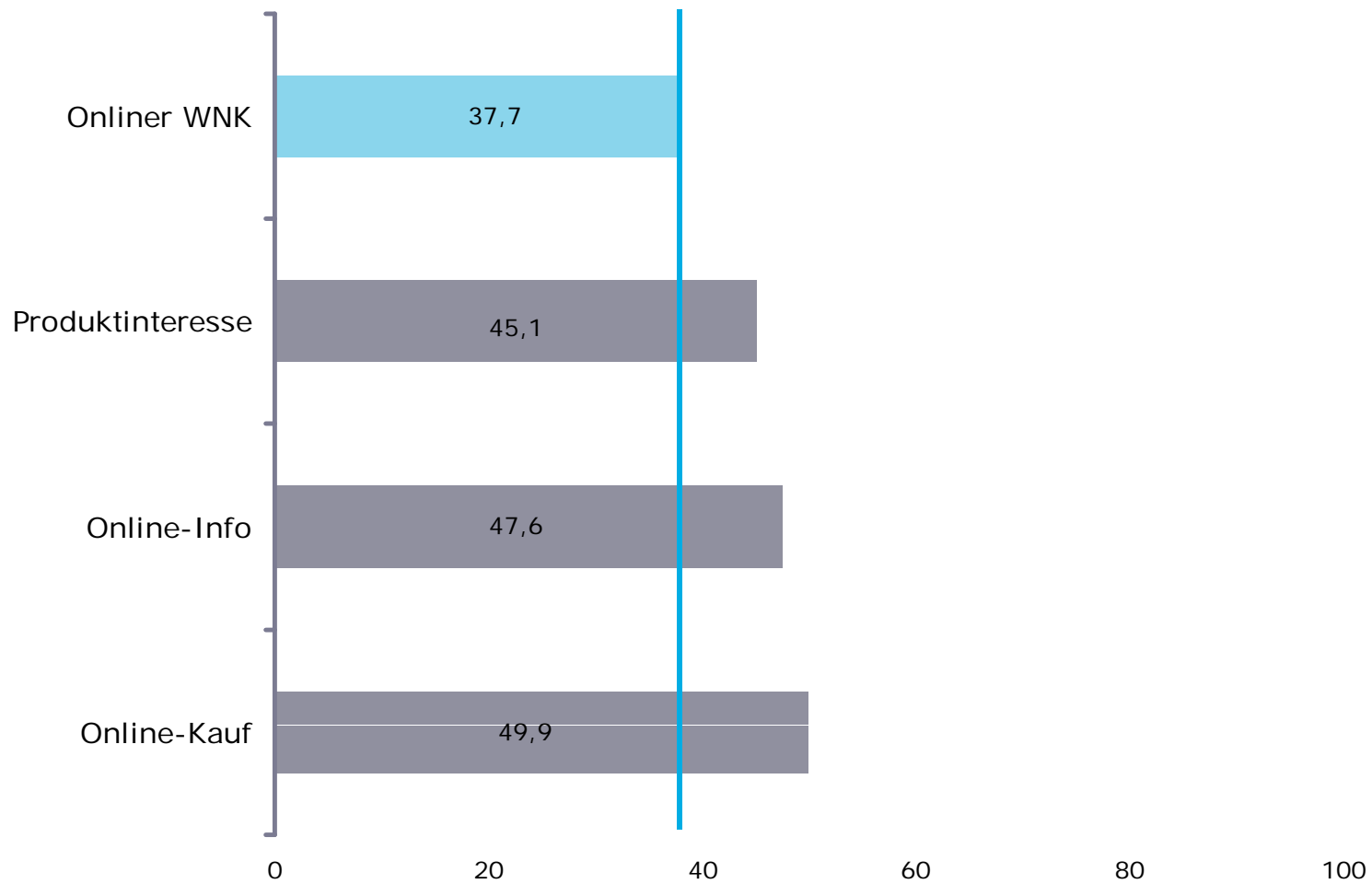


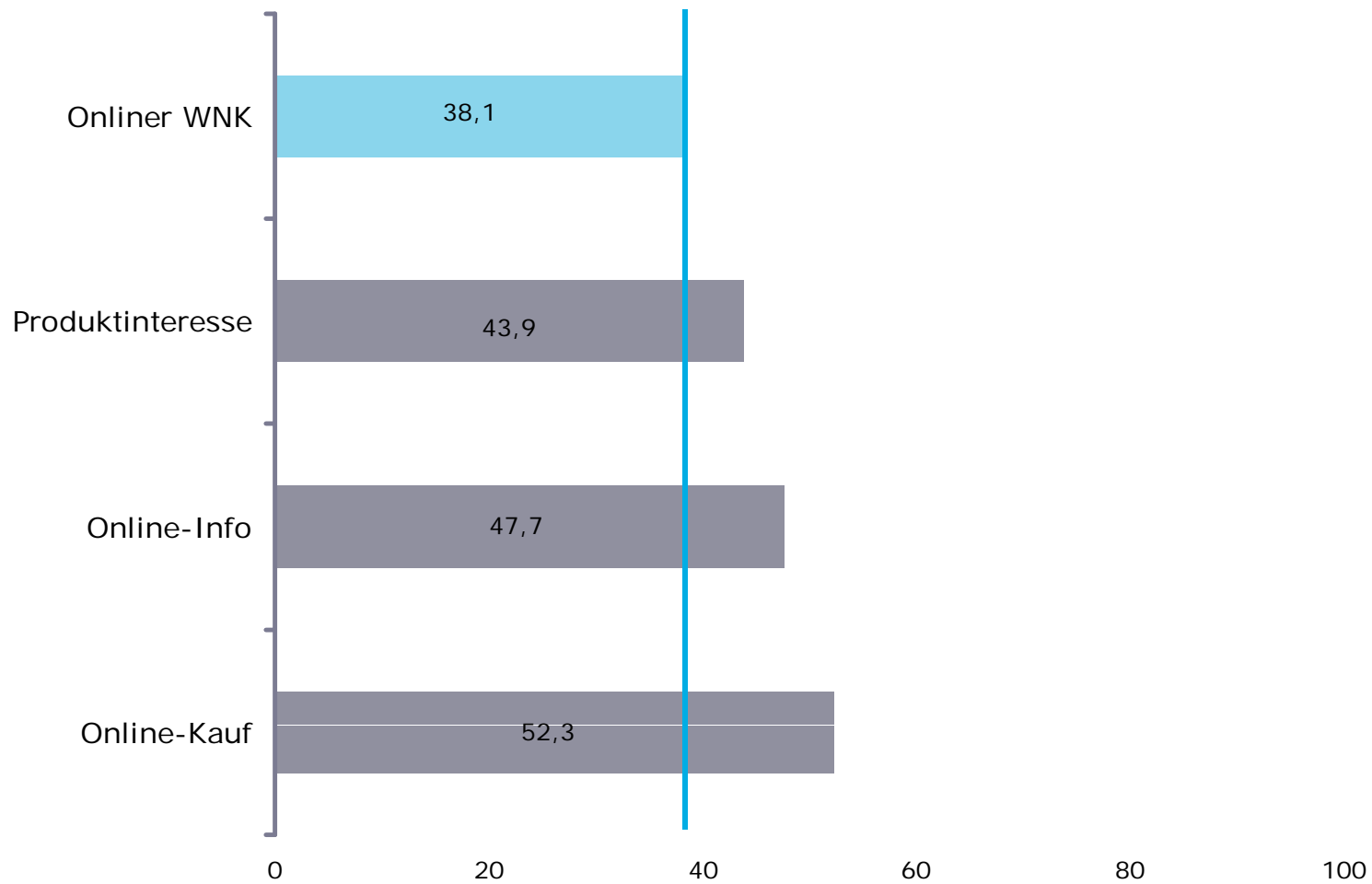


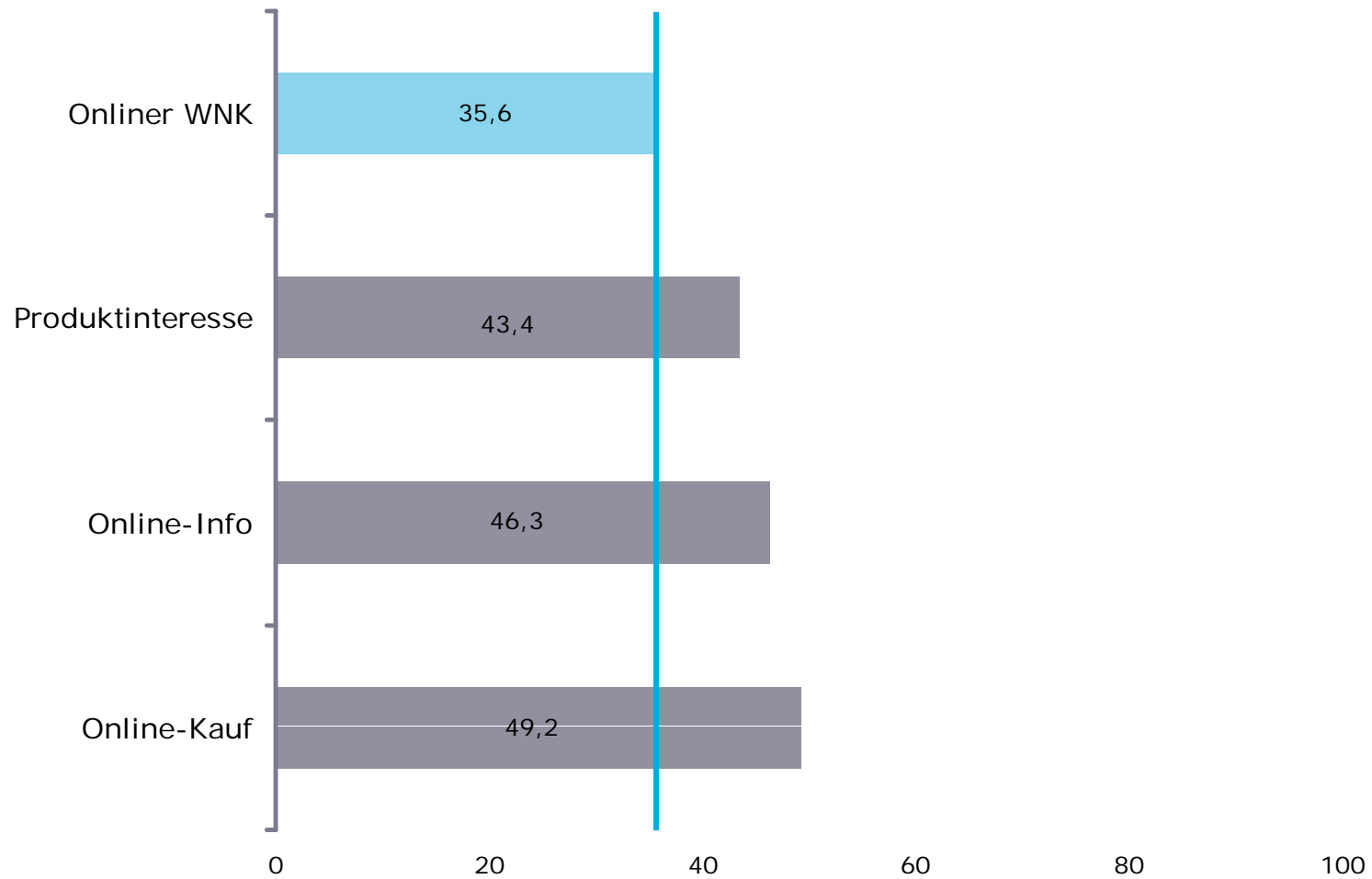


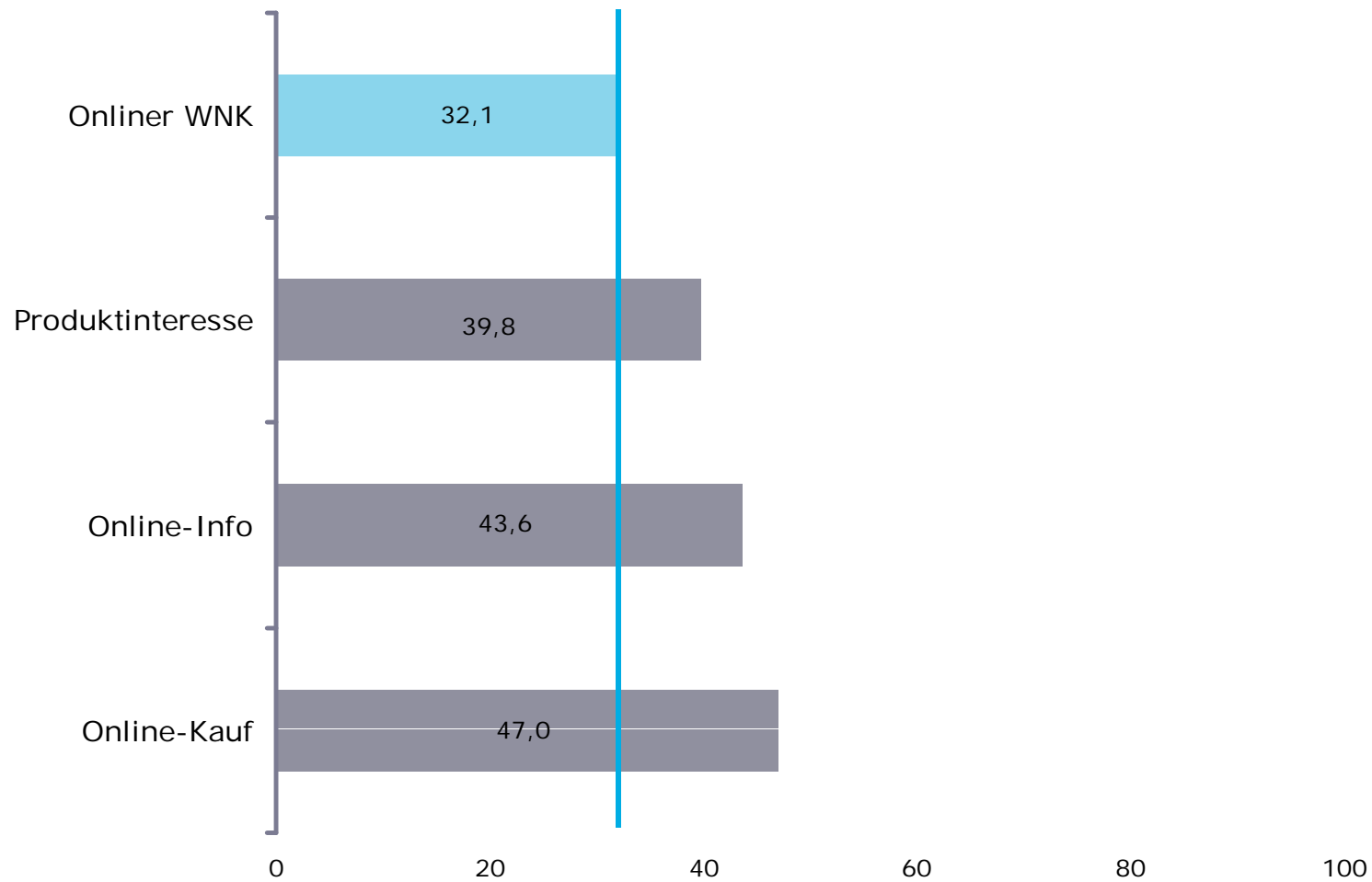


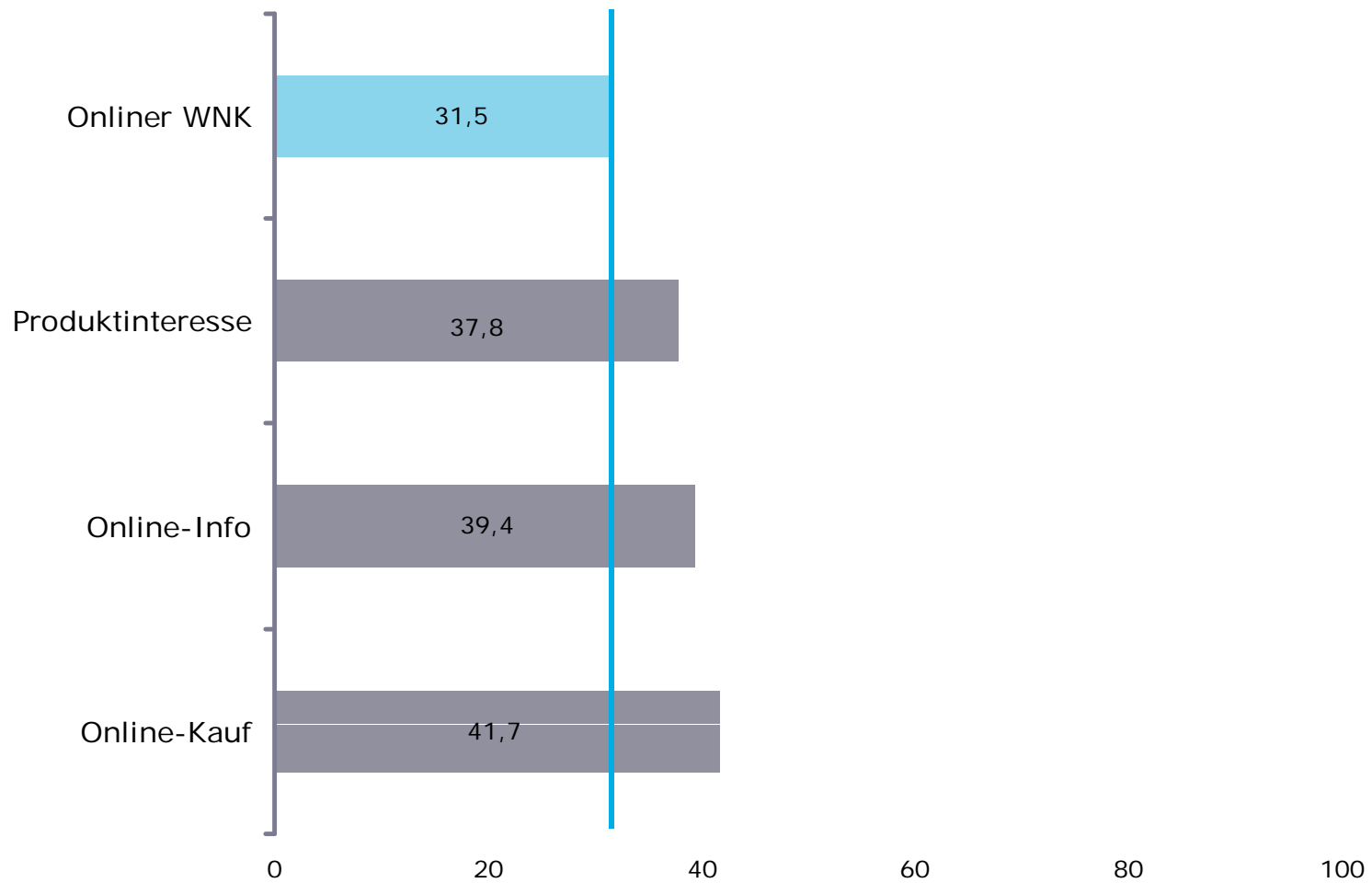


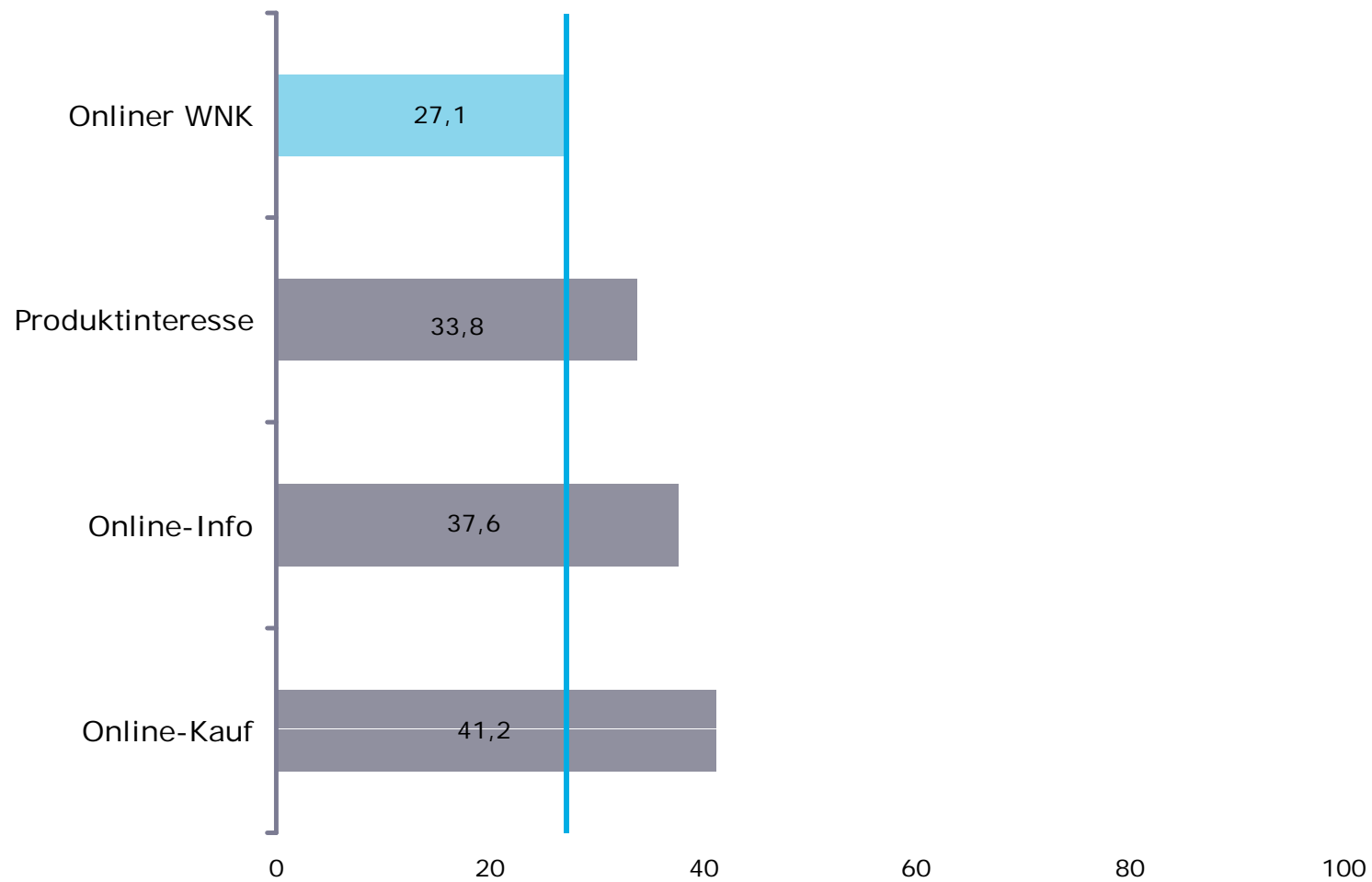


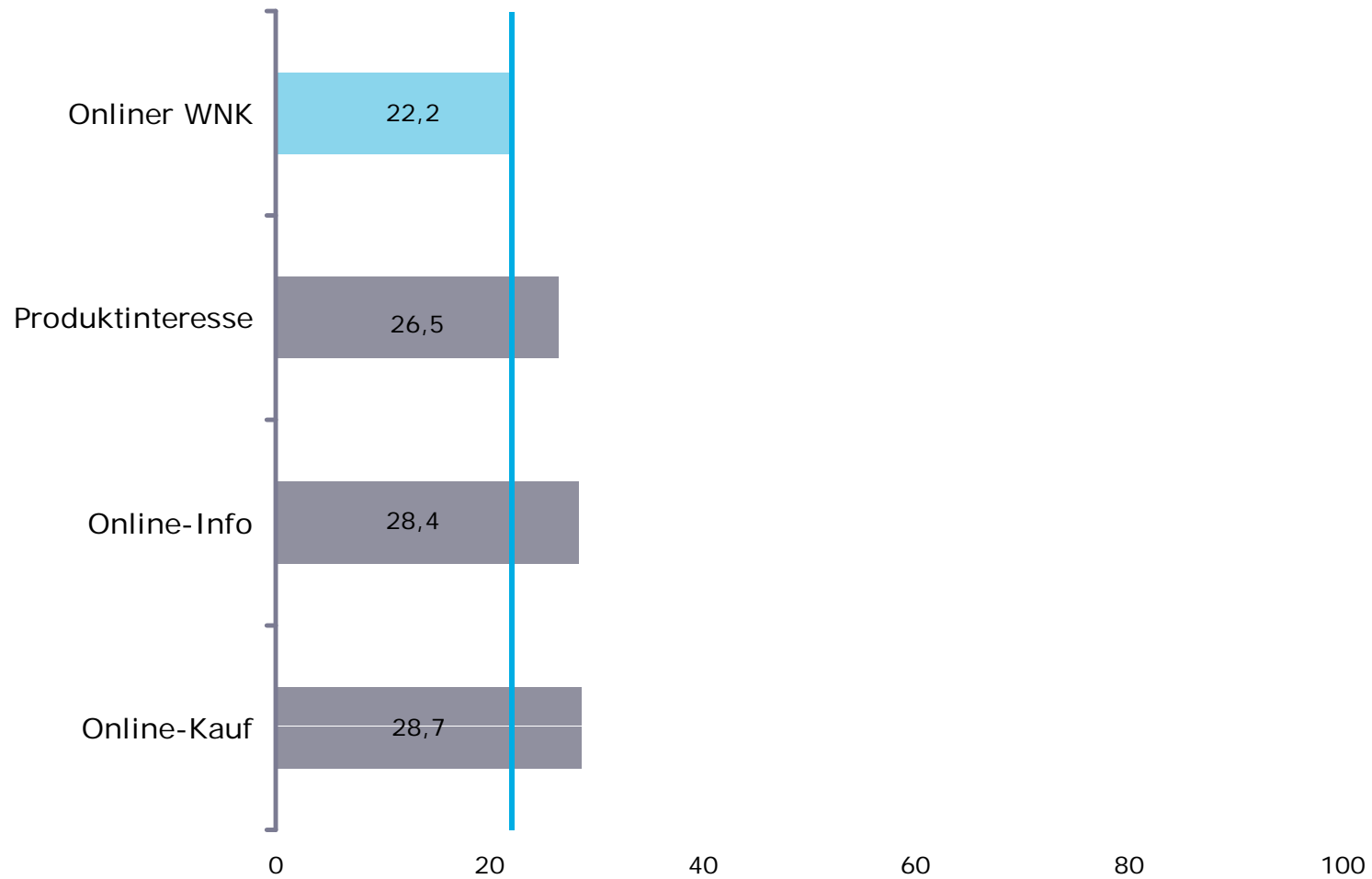


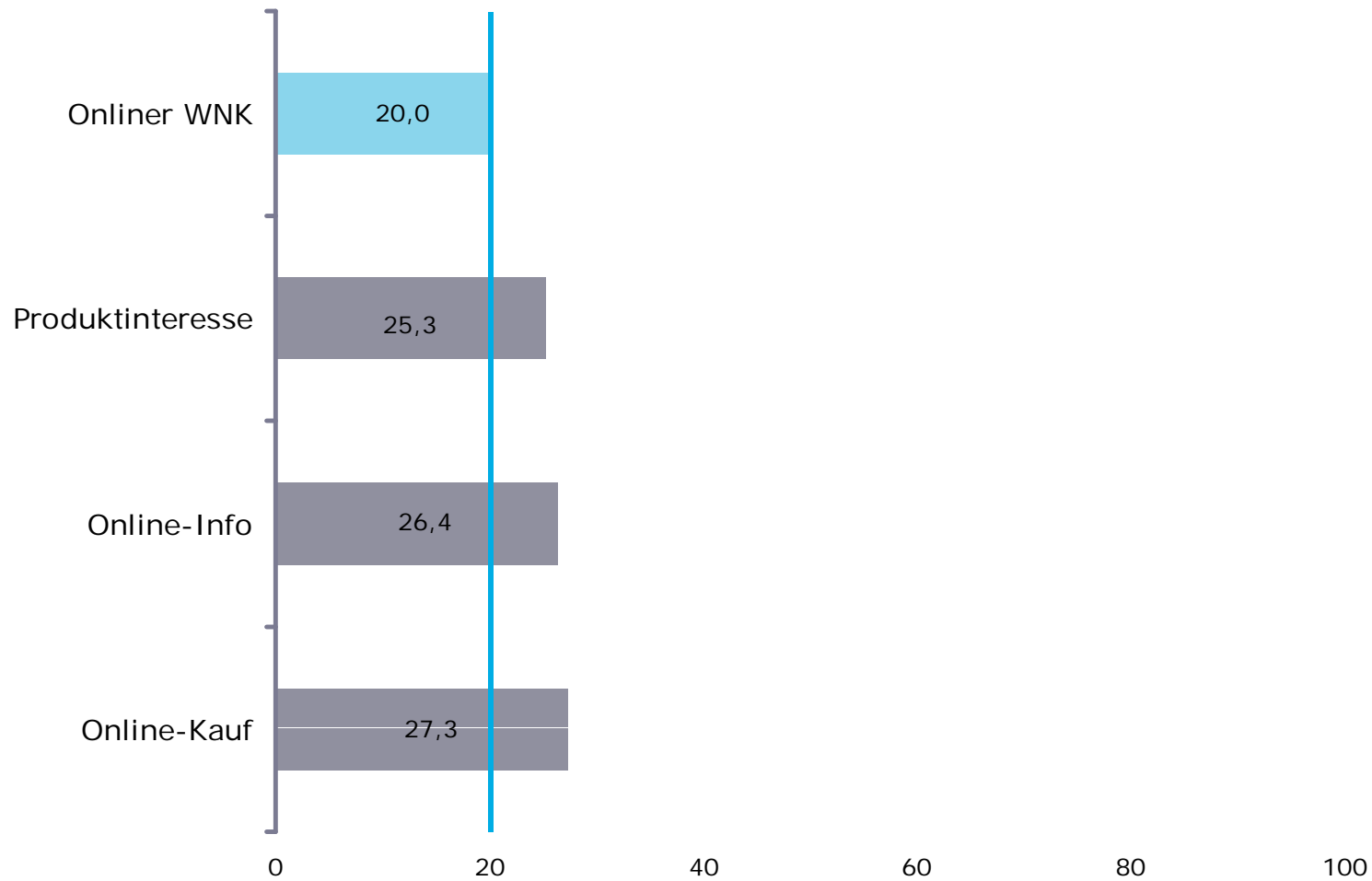


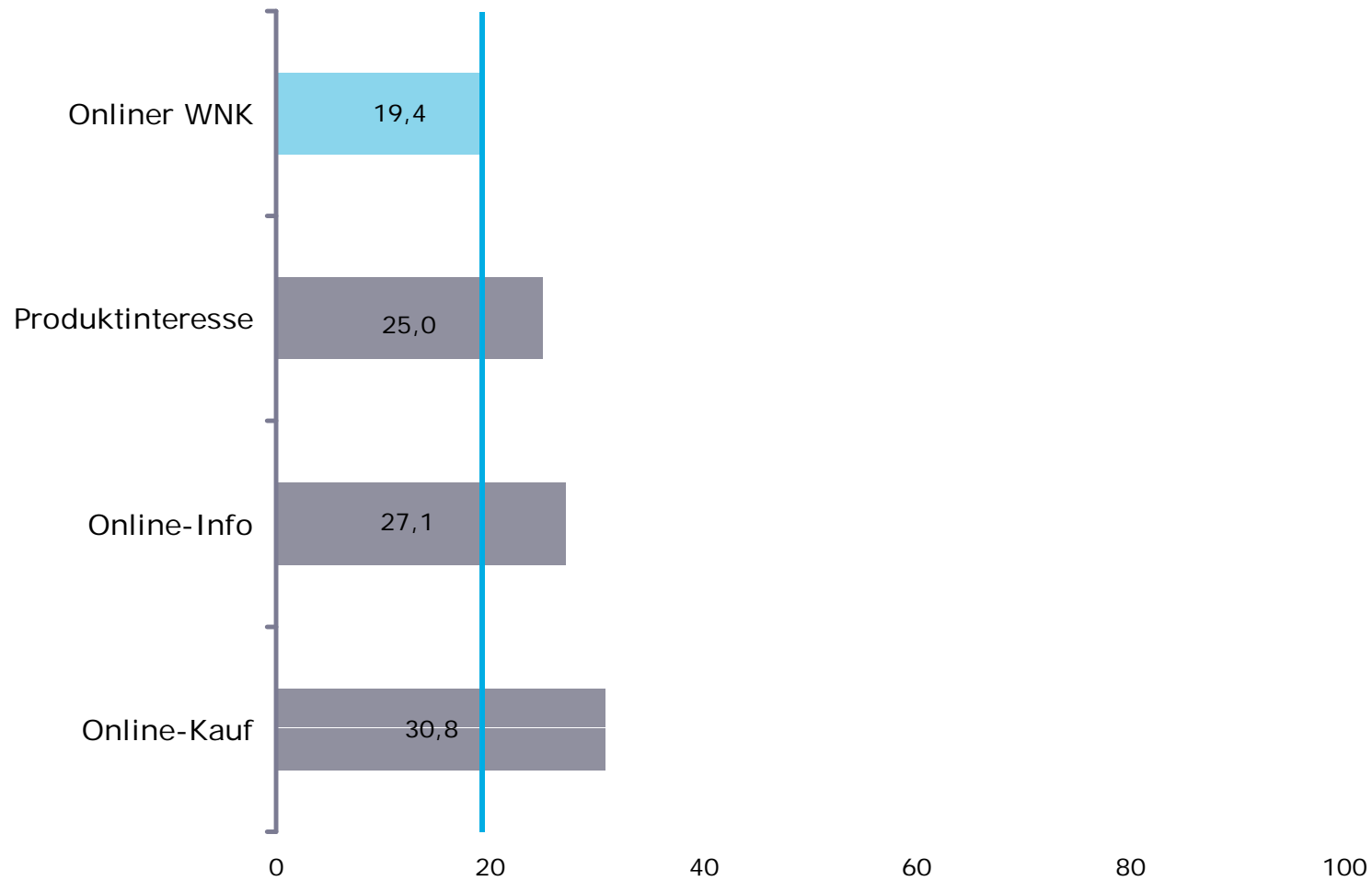


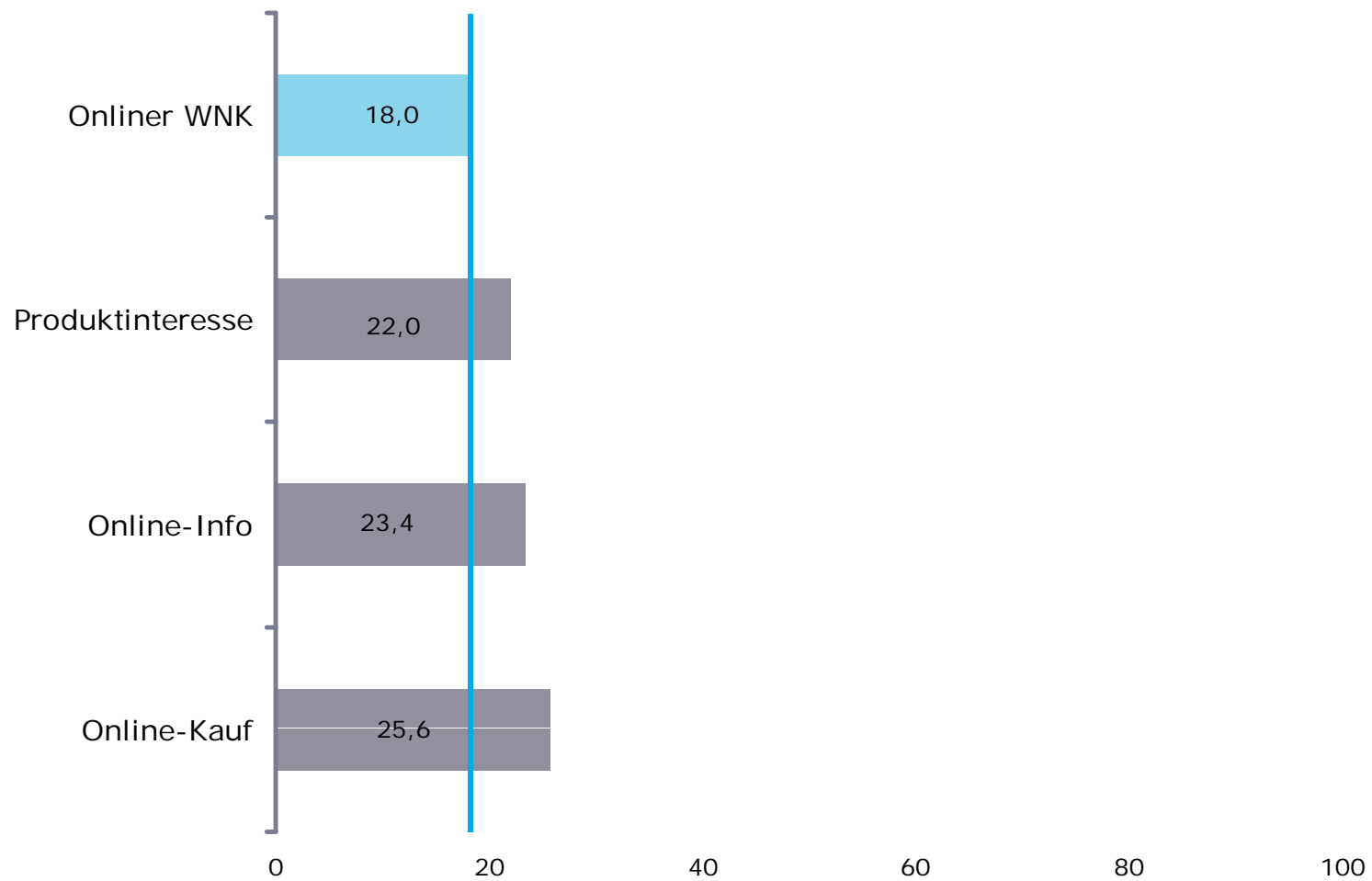


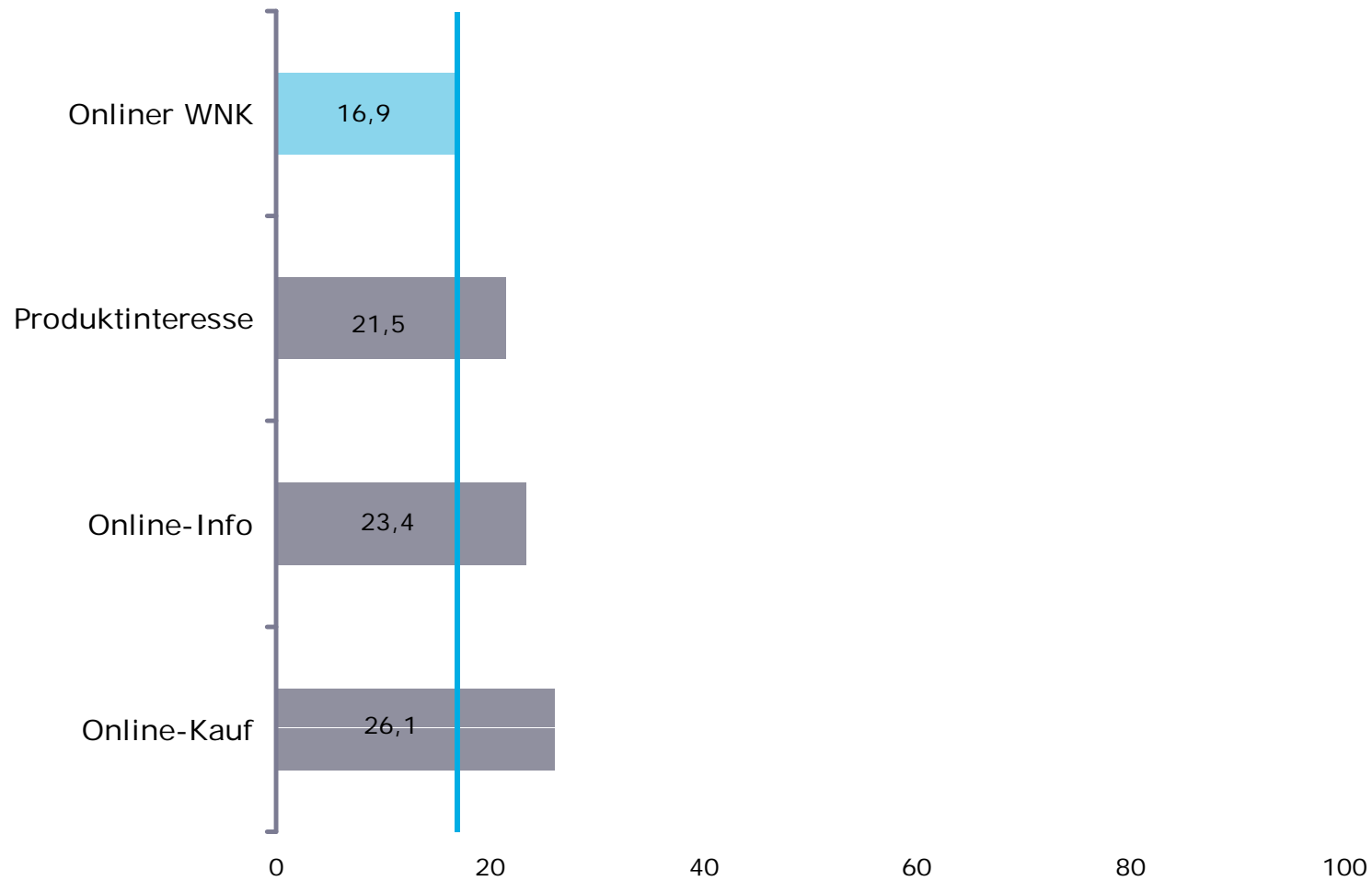


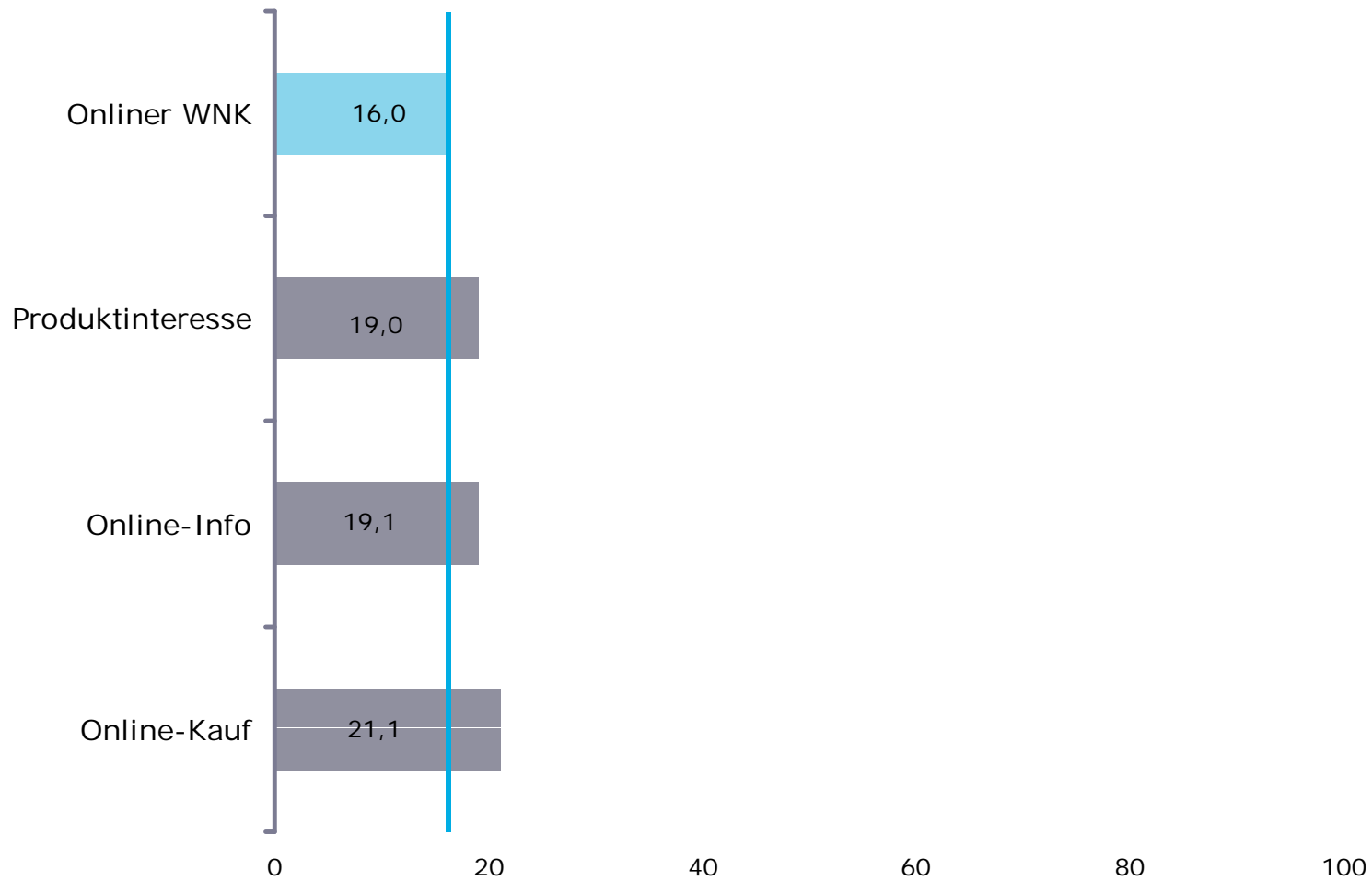


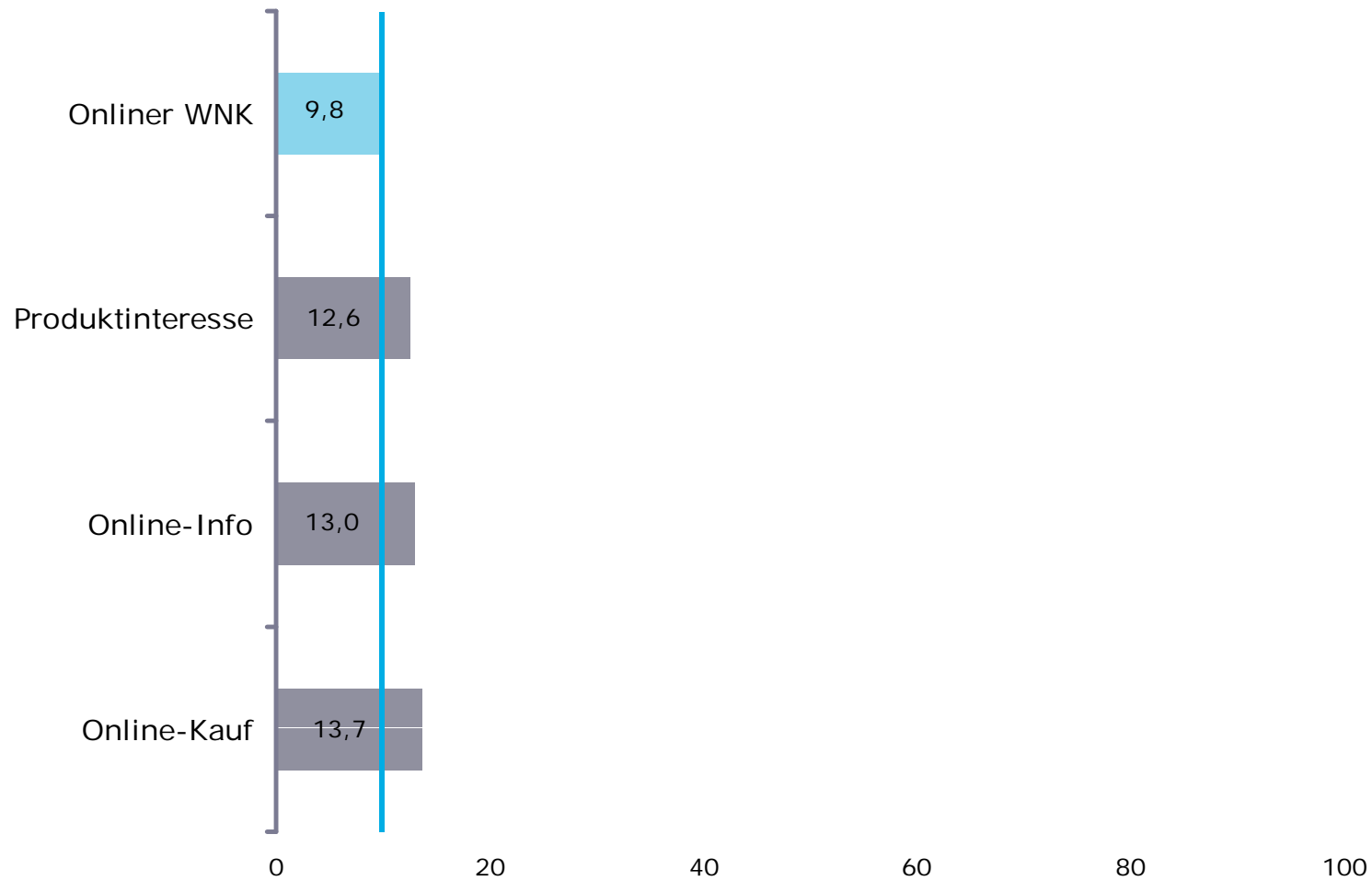














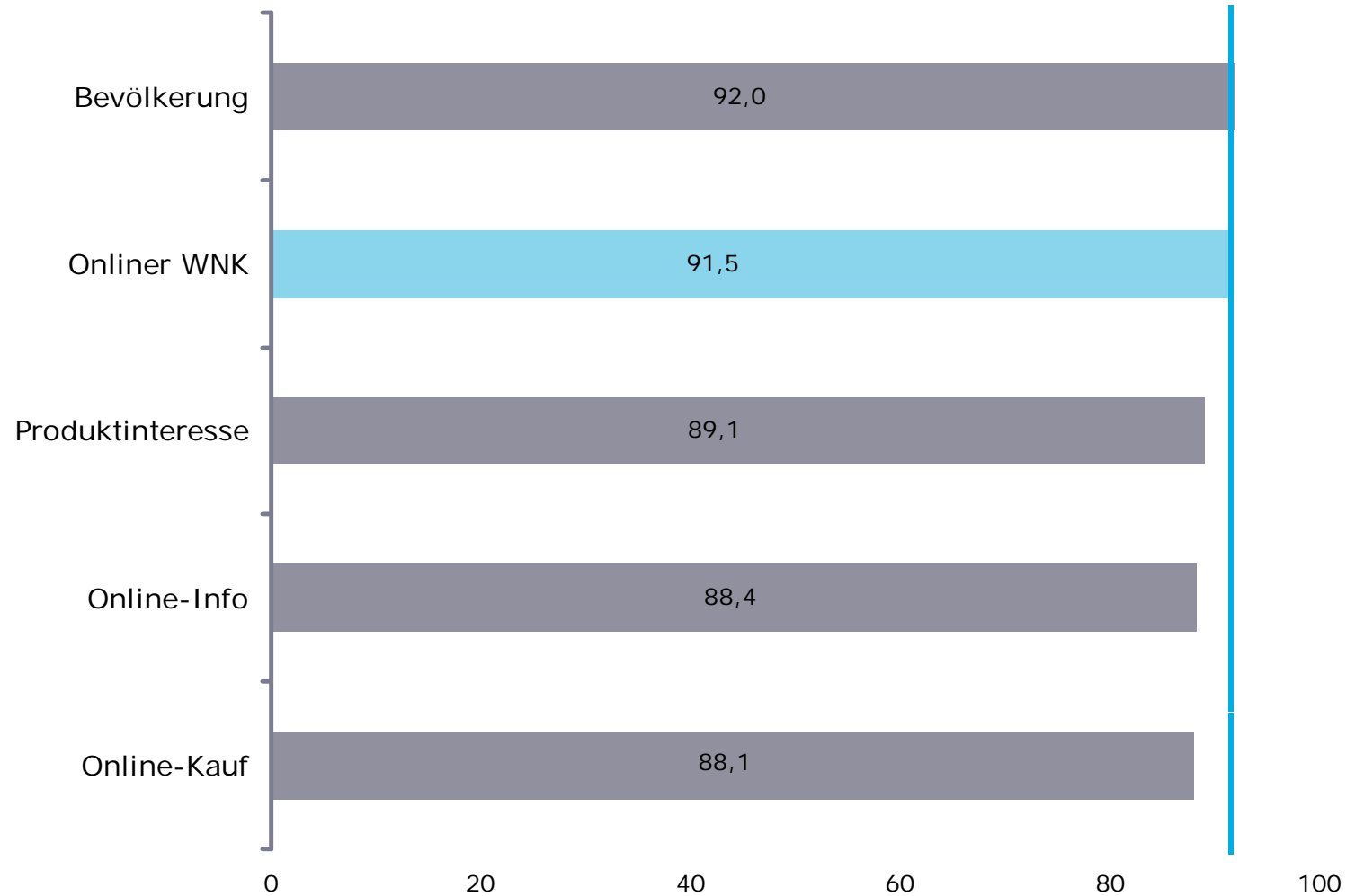
Medien-Nutzung und Freizeit-Aktivitäten

Freizeit-Aktivitäten - Zentrale Daten im Überblick

Die klassische Mediennutzung der versicherungsaffinen Nutzergruppen stimmt in der Verteilung mit der Bevölkerung wie auch den Internetnutzern insgesamt überein. Darüber hinaus weisen die versicherungsaffinen User eine vielseitige Freizeit-Gestaltung auf, wobei überdurchschnittlich viele von ihnen ins Kino oder ins Theater gehen.

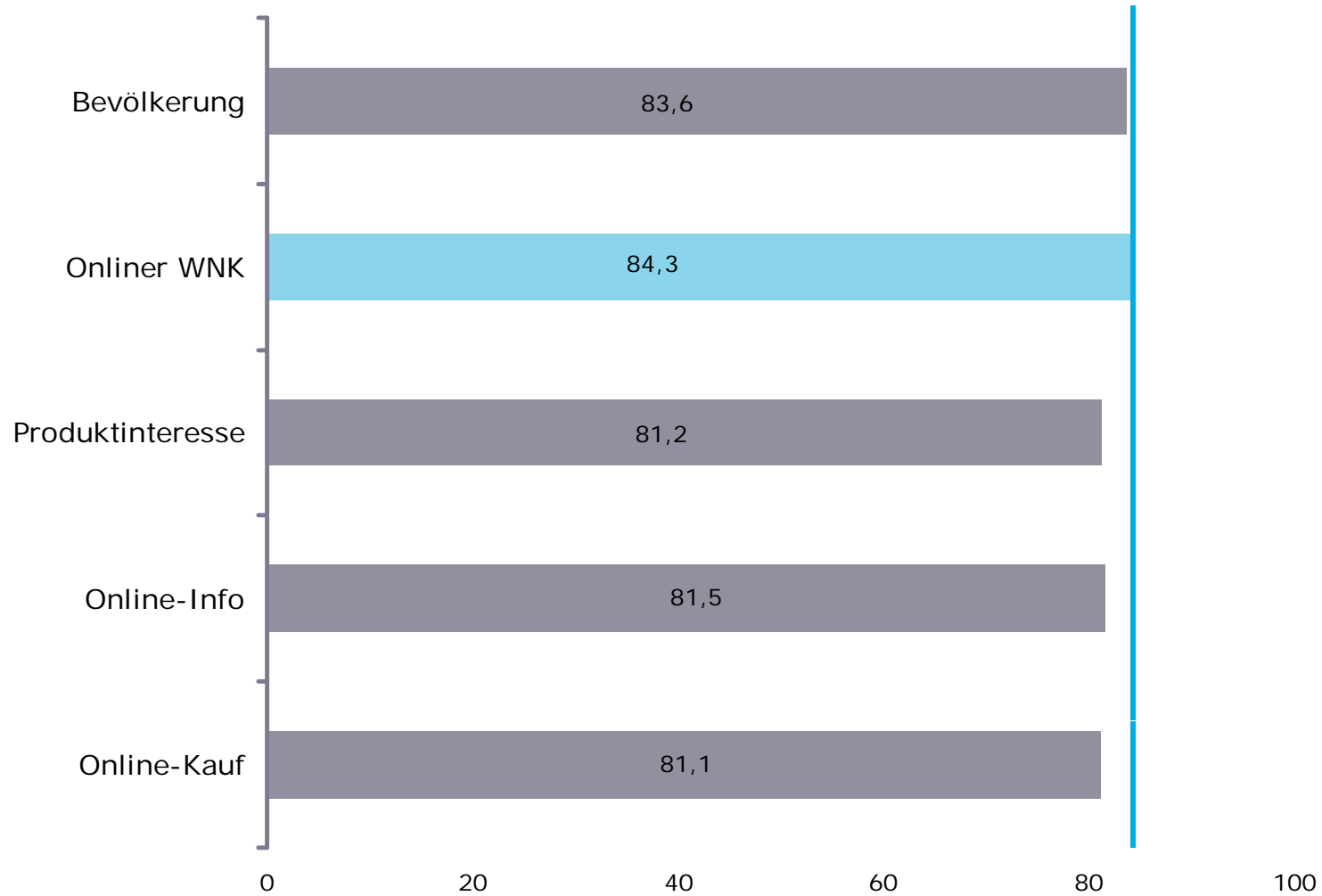
- Die Mehrheit der versicherungsaffinen Nutzergruppen nutzt mehrmals im Monat klassische Medien wie Fernsehen, Radio, Zeitungen und Zeitschriften, wobei die Anteile der Fernsehgucker, Radiohörer und Zeitungsleser leicht unter den Werten der beiden Vergleichsgruppen liegen.
- Knapp drei Viertel von ihnen treiben mehrmals im Monat Sport oder hören CDs, MP3s oder Schallplatten und rund die Hälfte geht mehrmals im Monat aus.
- Weitere mehrmals im Monat ausgeübte Freizeit-Aktivitäten mit überdurchschnittlichen Anteilen sind:
 - Ins Kino gehen
 - Ins Theater gehen

„Mache ich mehrmals im Monat.“



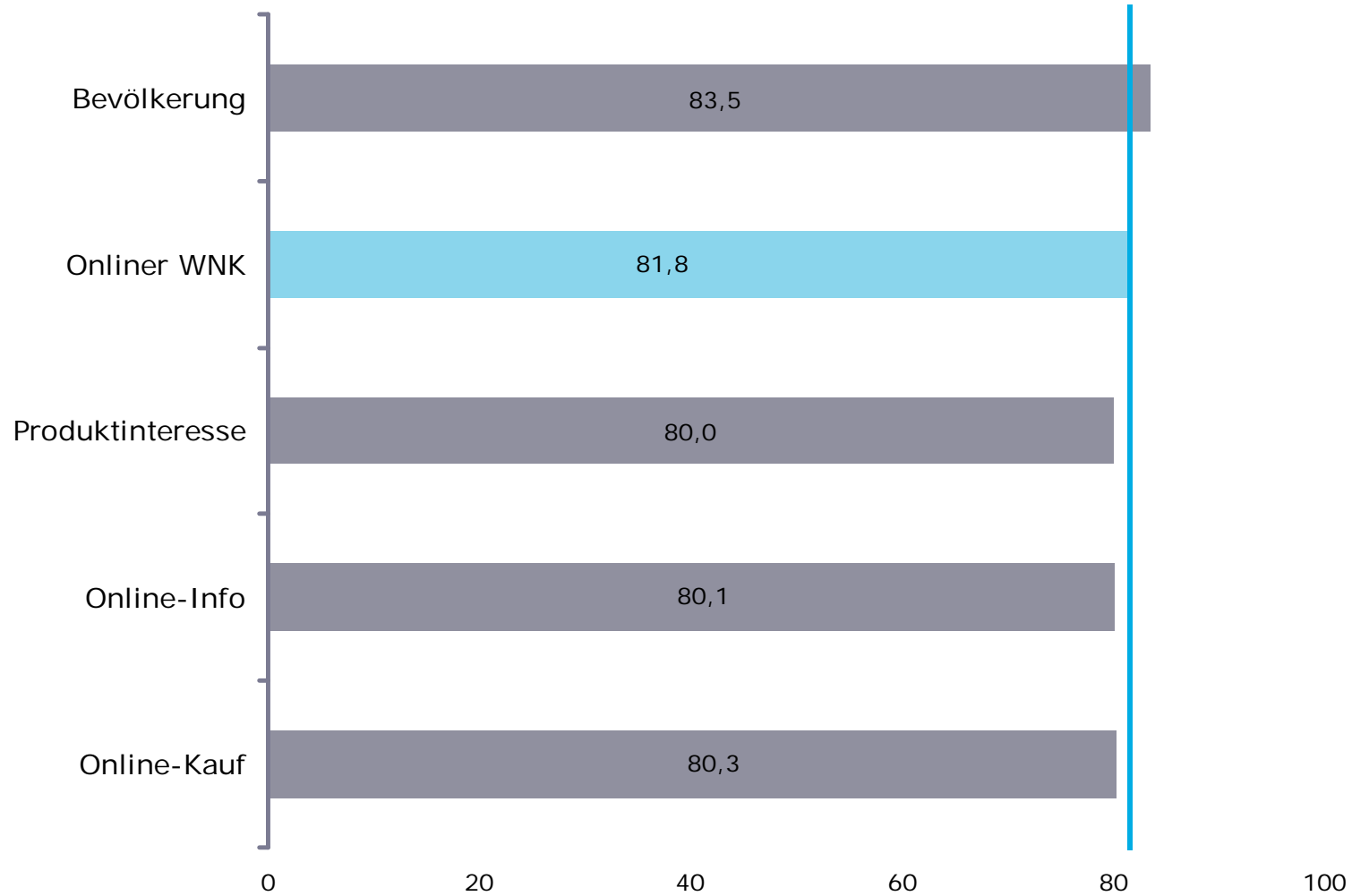
AGOF Branchenbericht „Versicherungen“ 11/2011
 Basis: 101.207 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
 112.443 Fälle (deutschsprachige Wohnbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren)
 Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2011-08

„Mache ich mehrmals im Monat.“



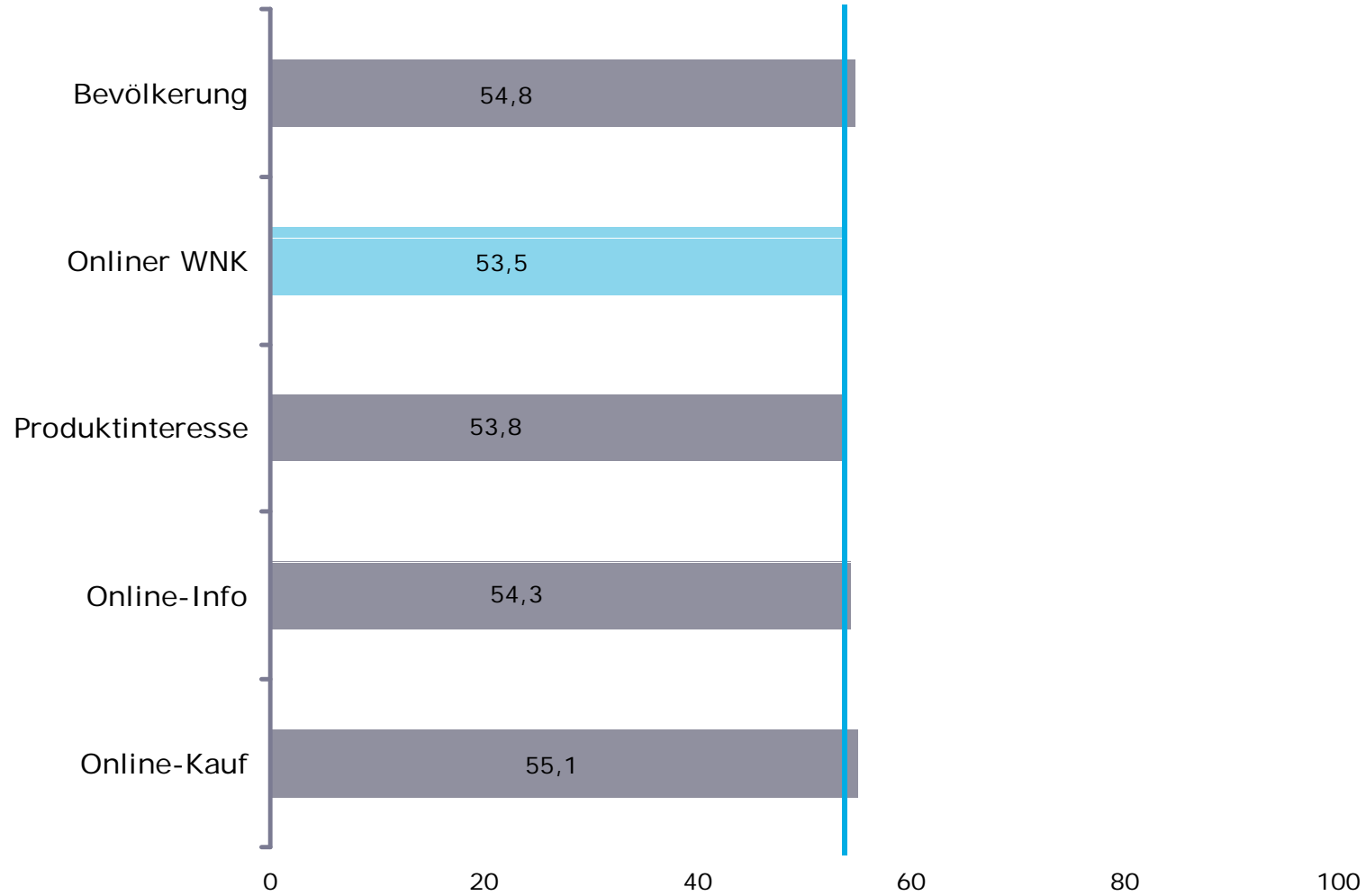
AGOF Branchenbericht „Versicherungen“ 11/2011
 Basis: 101.207 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
 112.443 Fälle (deutschsprachige Wohnbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren)
 Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2011-08

„Mache ich mehrmals im Monat.“



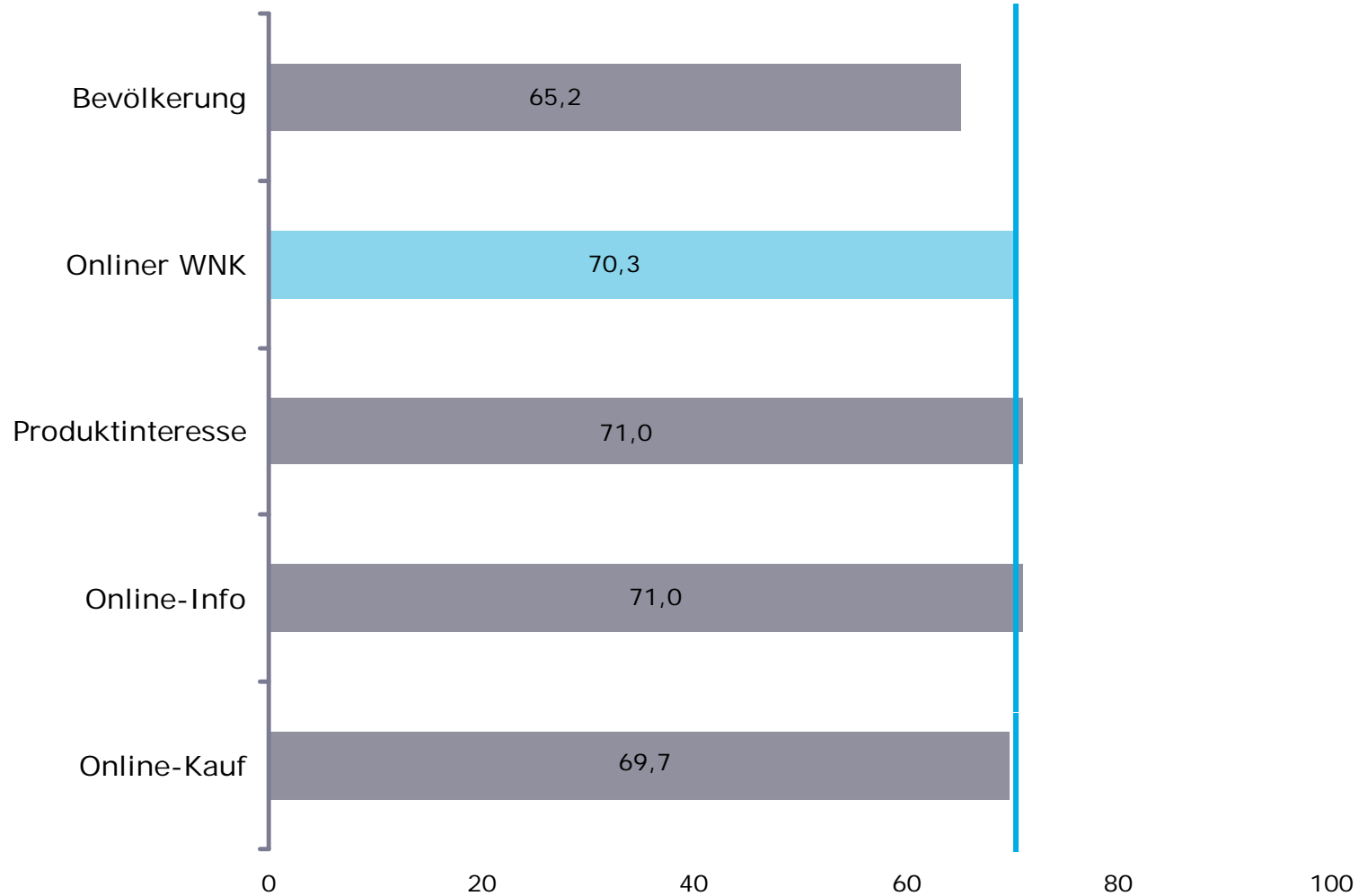
AGOF Branchenbericht „Versicherungen“ 11/2011
 Basis: 101.207 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
 112.443 Fälle (deutschsprachige Wohnbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren)
 Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2011-08

„Mache ich mehrmals im Monat.“



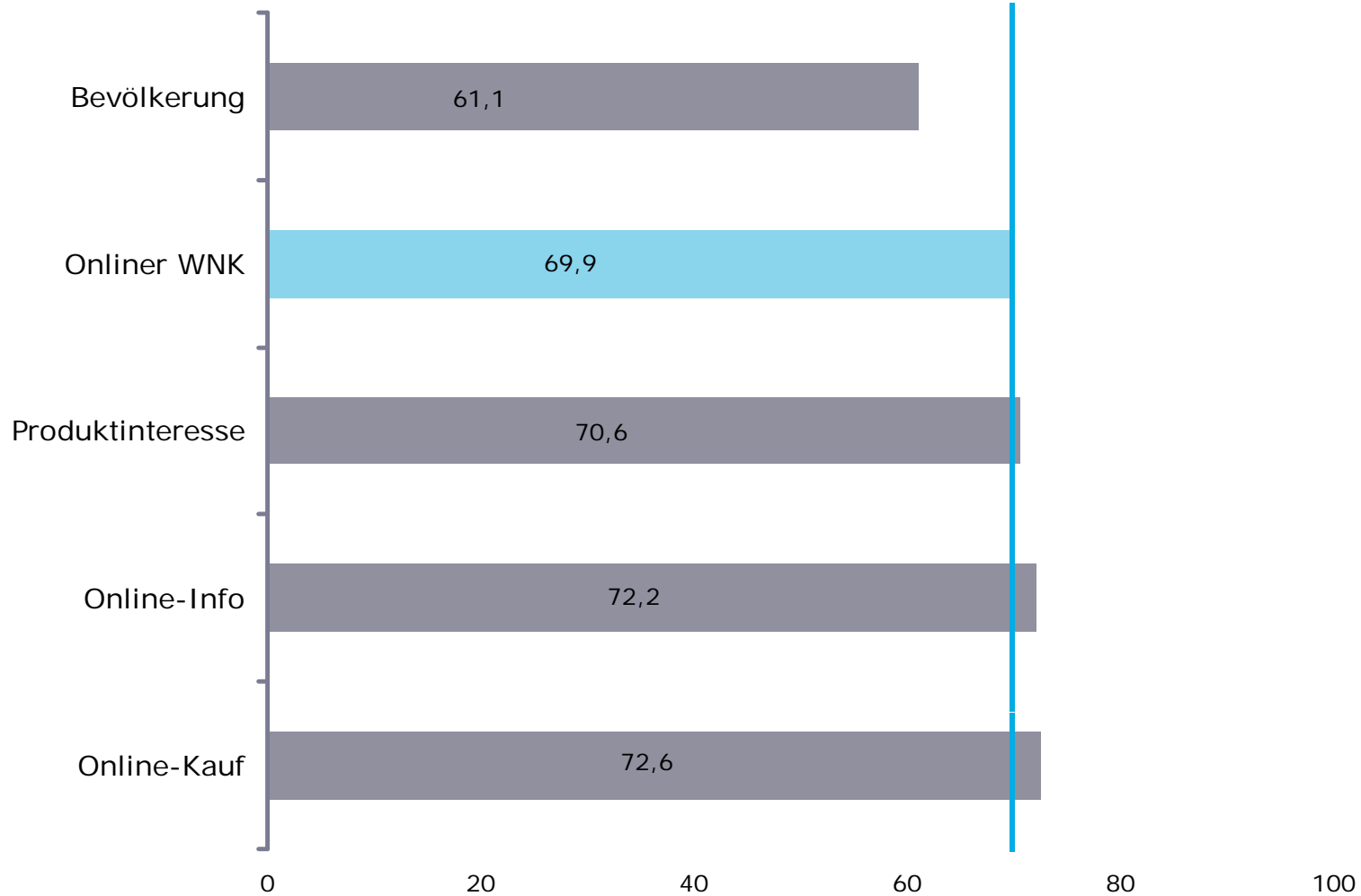
AGOF Branchenbericht „Versicherungen“ 11/2011
 Basis: 101.207 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
 112.443 Fälle (deutschsprachige Wohnbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren)
 Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2011-08

„Mache ich mehrmals im Monat.“



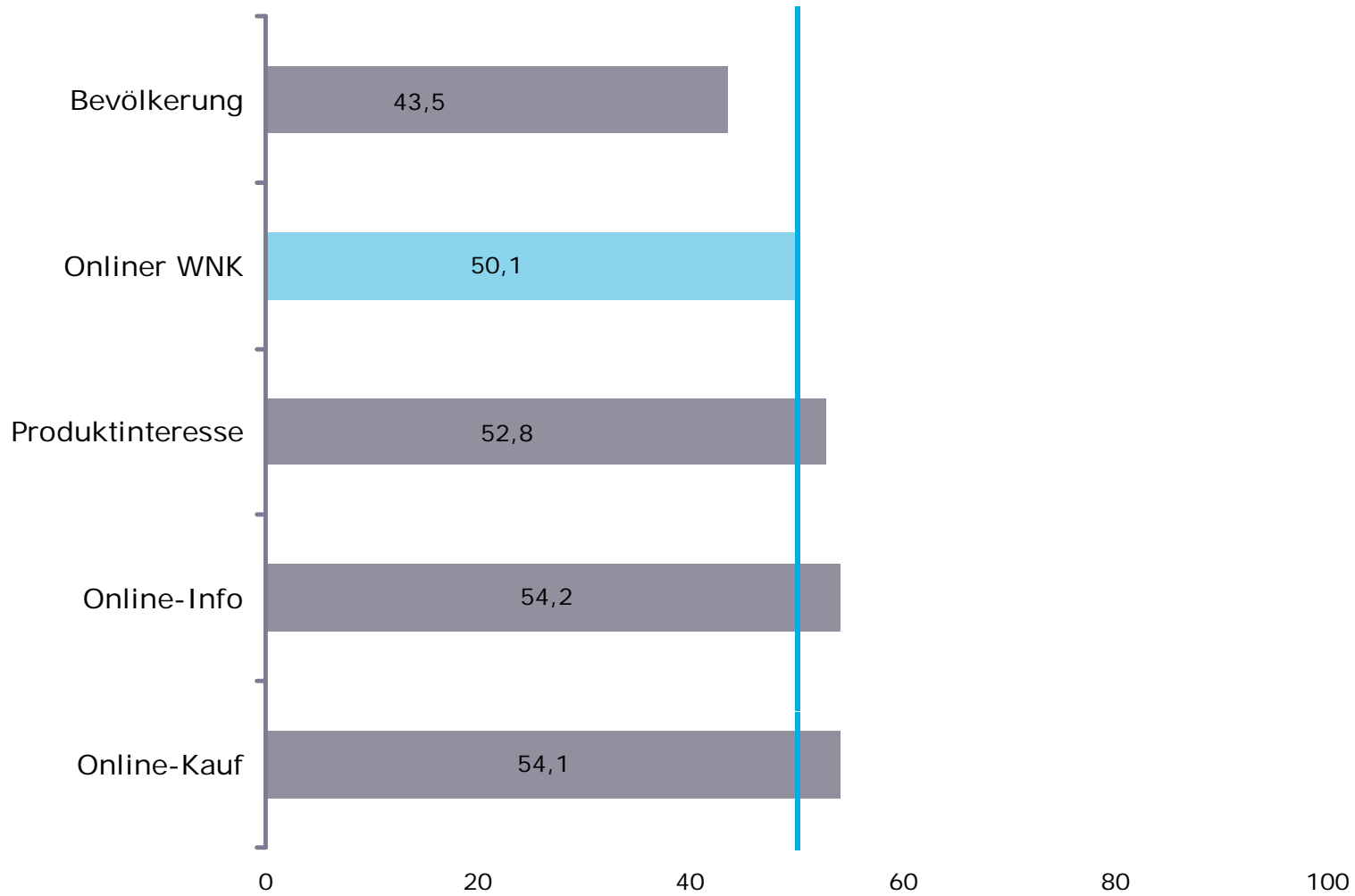
AGOF Branchenbericht „Versicherungen“ 11/2011
 Basis: 101.207 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
 112.443 Fälle (deutschsprachige Wohnbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren)
 Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2011-08

„Mache ich mehrmals im Monat.“



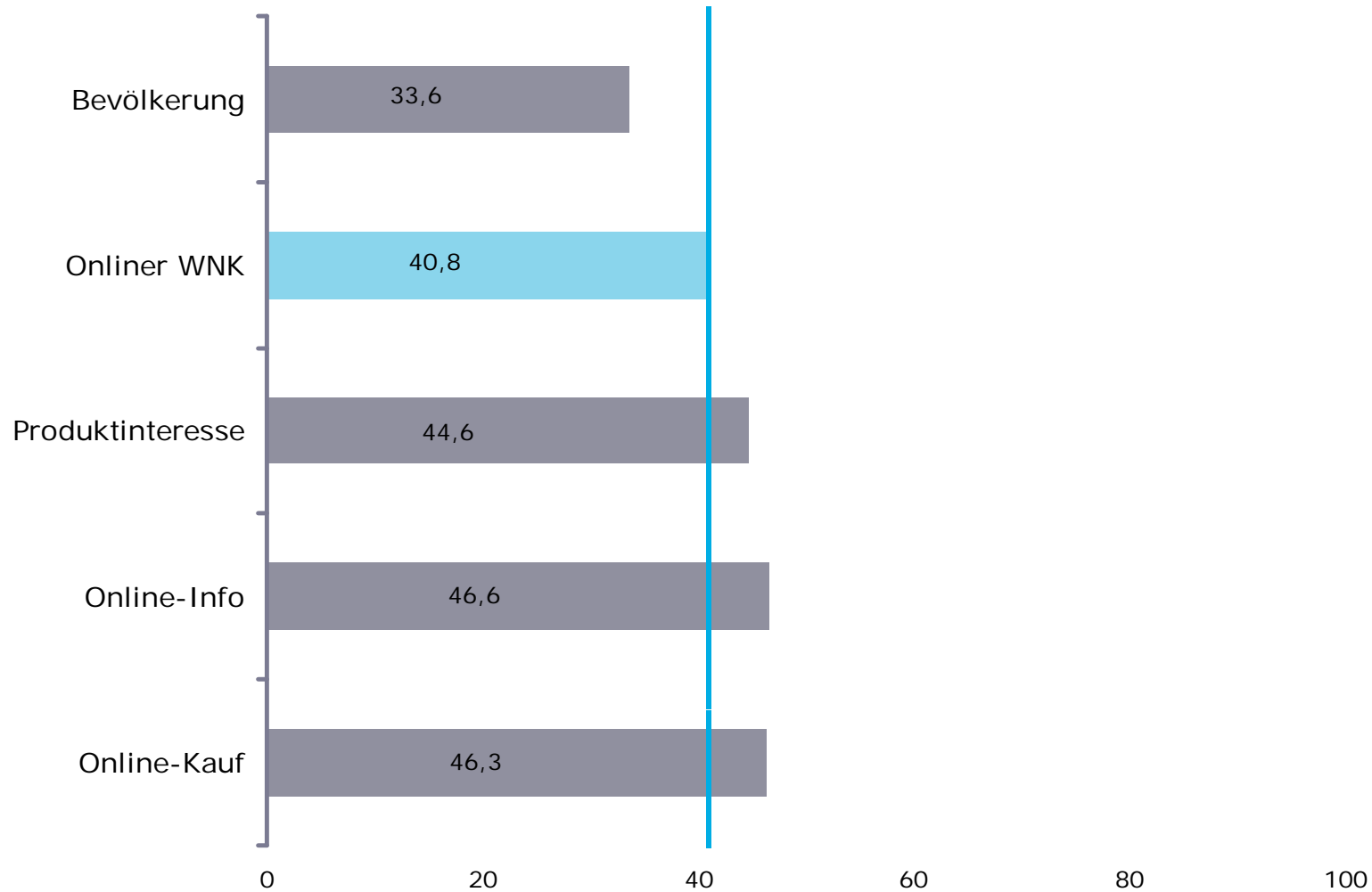
AGOF Branchenbericht „Versicherungen“ 11/2011
 Basis: 101.207 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
 112.443 Fälle (deutschsprachige Wohnbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren)
 Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2011-08

„Mache ich mehrmals im Monat.“



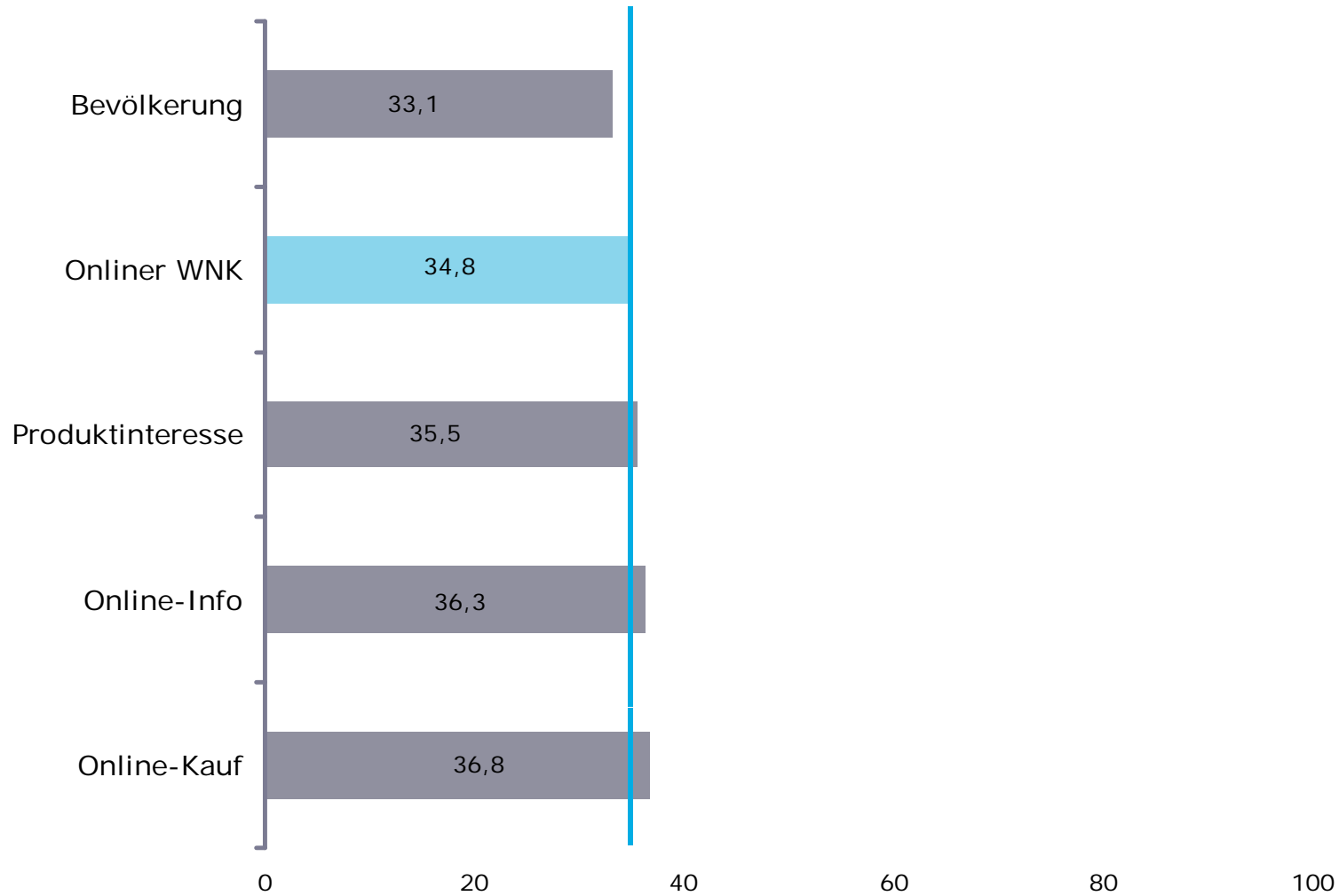
AGOF Branchenbericht „Versicherungen“ 11/2011
 Basis: 101.207 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
 112.443 Fälle (deutschsprachige Wohnbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren)
 Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2011-08

„Mache ich mehrmals im Monat.“



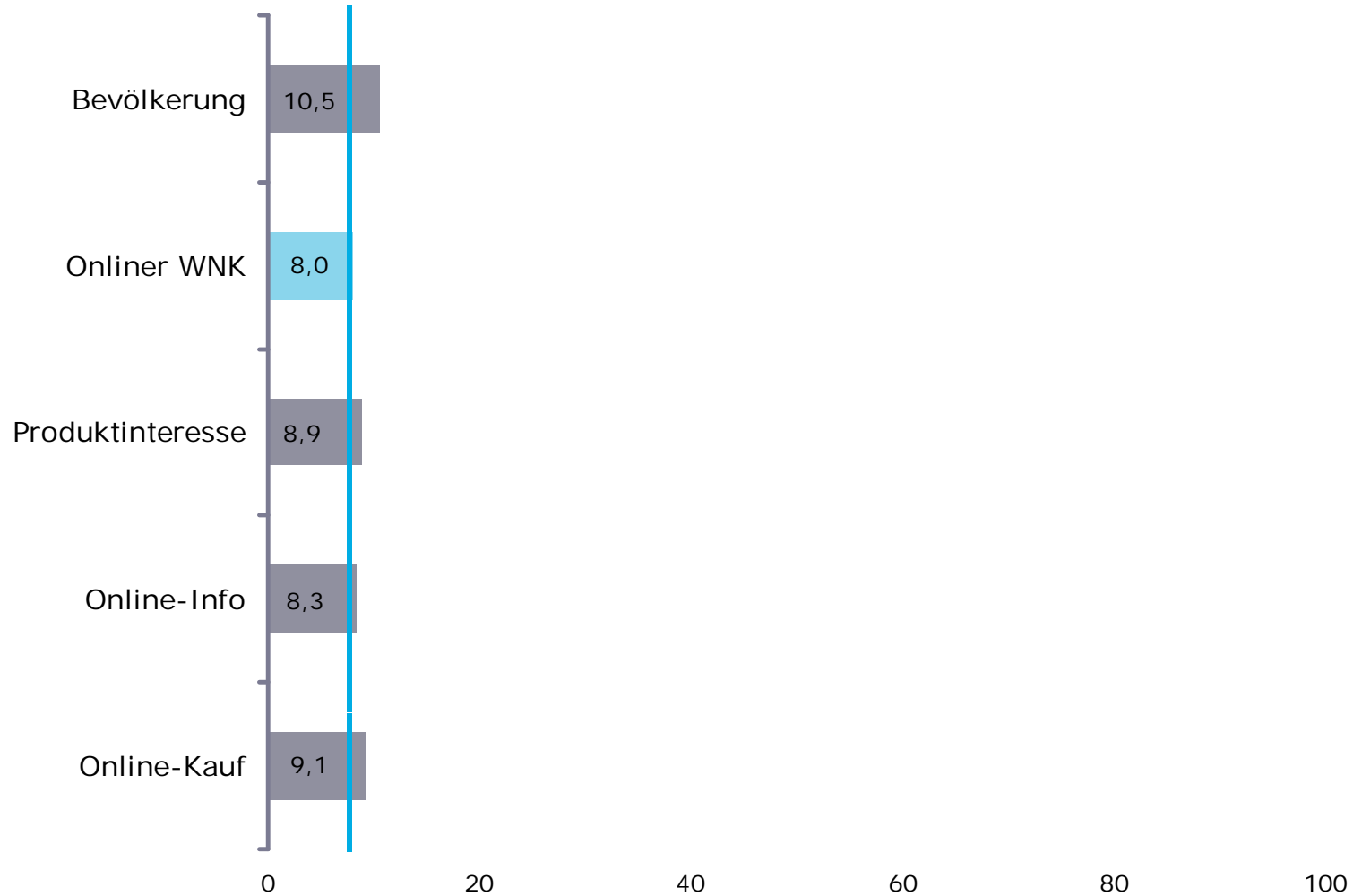
AGOF Branchenbericht „Versicherungen“ 11/2011
 Basis: 101.207 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
 112.443 Fälle (deutschsprachige Wohnbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren)
 Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2011-08

„Mache ich mehrmals im Monat.“



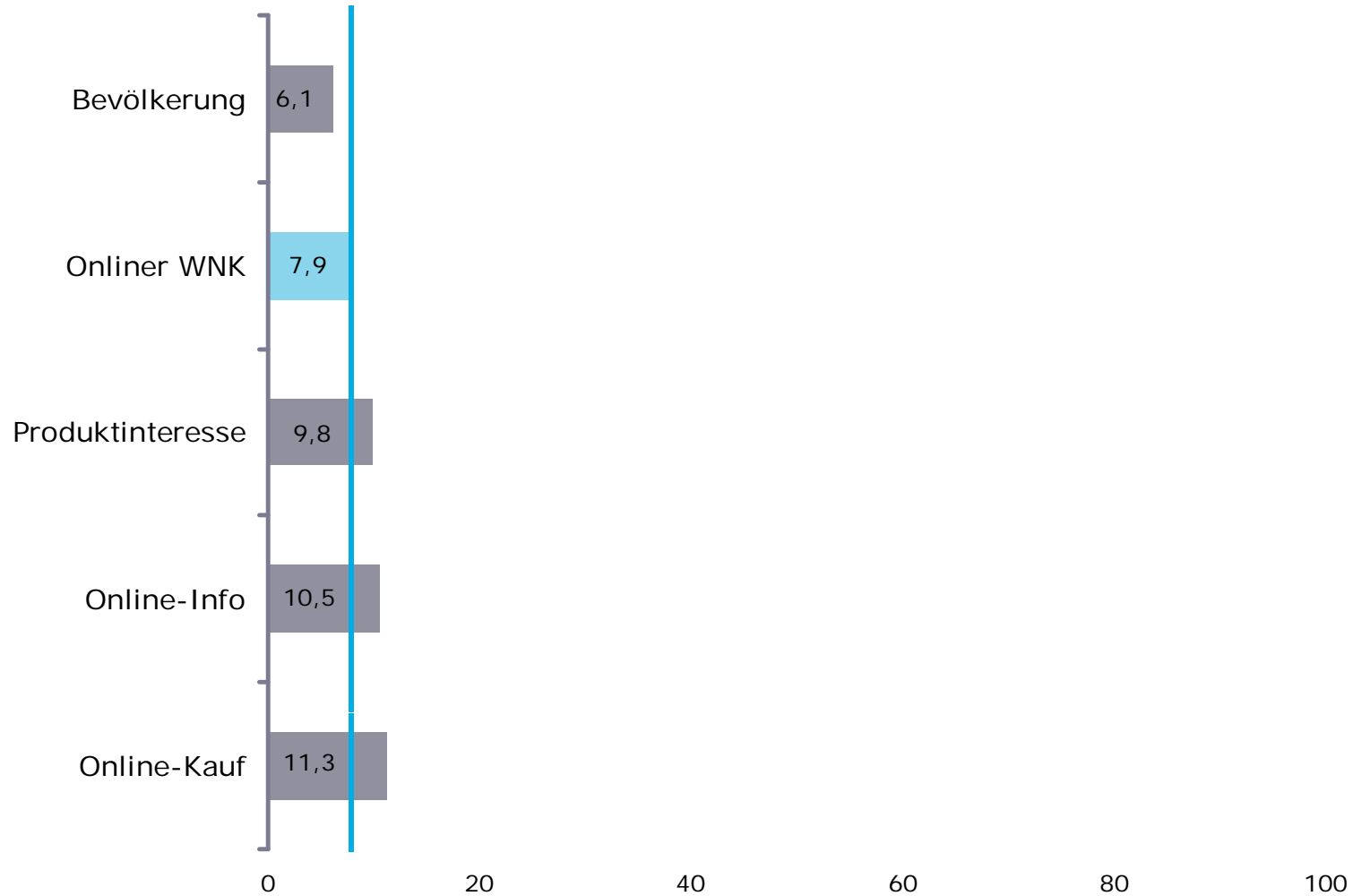
AGOF Branchenbericht „Versicherungen“ 11/2011
 Basis: 101.207 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
 112.443 Fälle (deutschsprachige Wohnbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren)
 Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2011-08

„Mache ich mehrmals im Monat.“



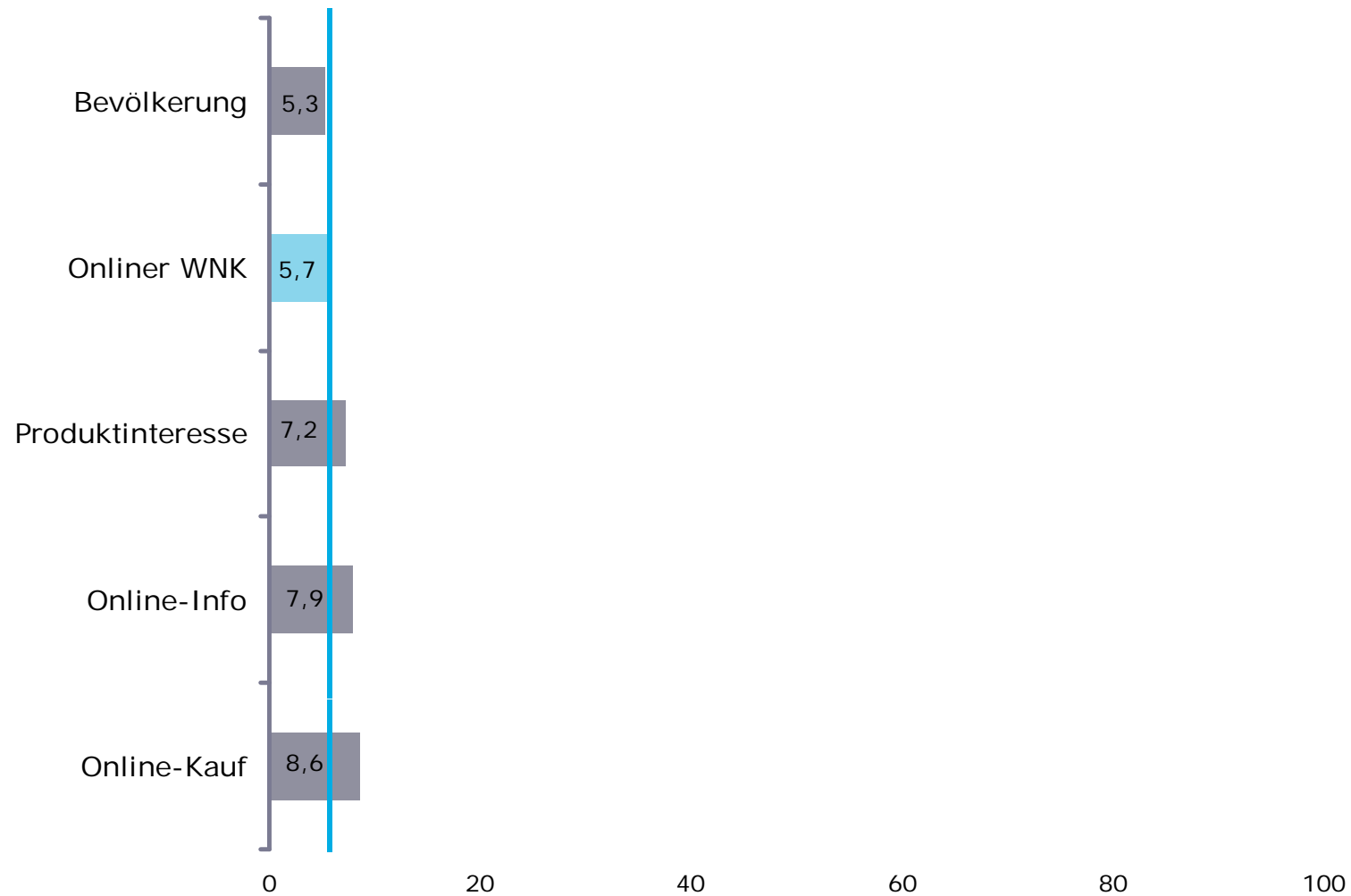
AGOF Branchenbericht „Versicherungen“ 11/2011
 Basis: 101.207 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
 112.443 Fälle (deutschsprachige Wohnbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren)
 Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2011-08

„Mache ich mehrmals im Monat.“



AGOF Branchenbericht „Versicherungen“ 11/2011
 Basis: 101.207 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
 112.443 Fälle (deutschsprachige Wohnbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren)
 Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2011-08

„Mache ich mehrmals im Monat.“



AGOF Branchenbericht „Versicherungen“ 11/2011
 Basis: 101.207 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
 112.443 Fälle (deutschsprachige Wohnbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren)
 Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2011-08



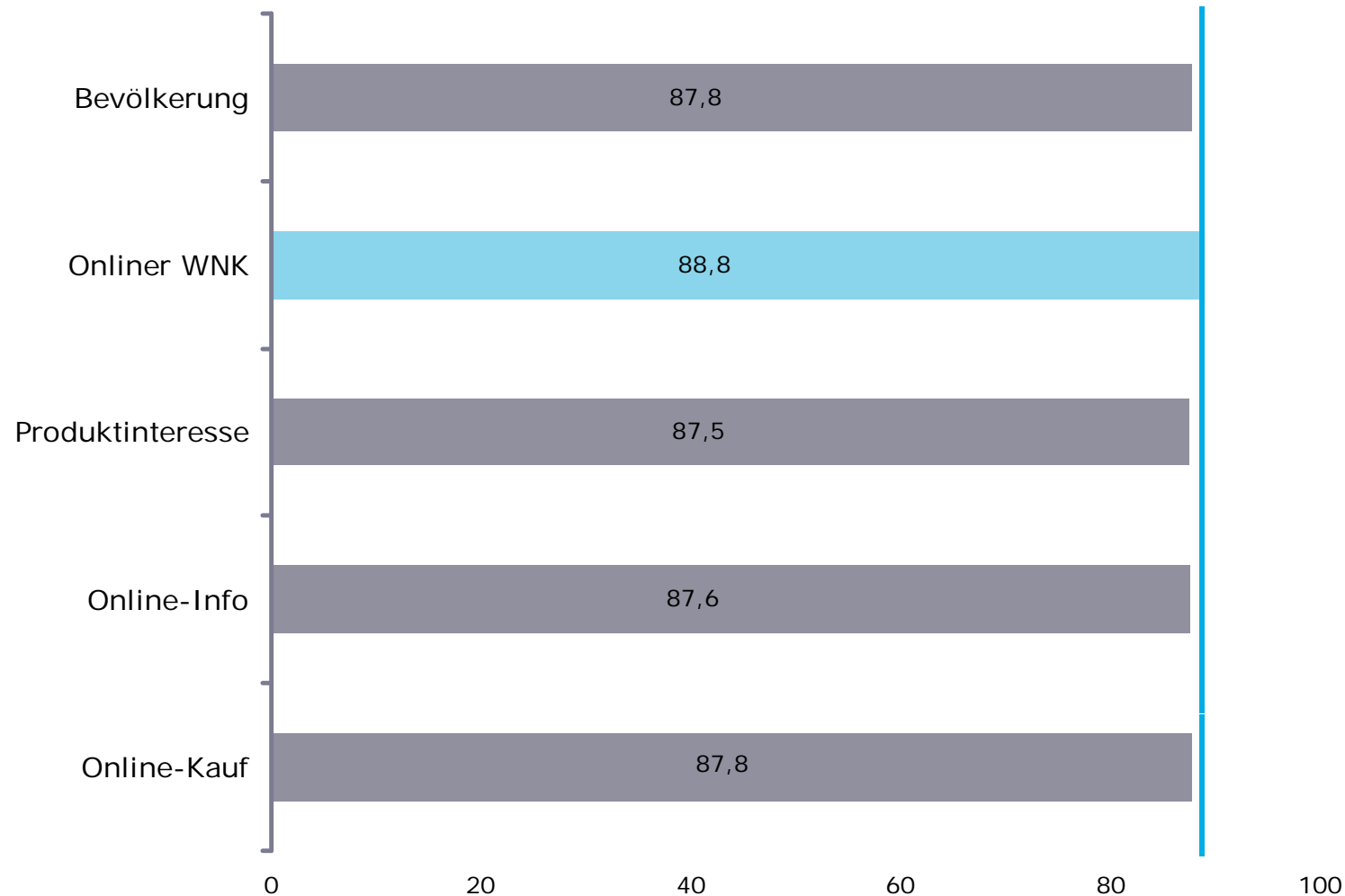
Psychografische Statements

Werbetreibende aus der Versicherungsbranche treffen im Internet auf aufgeschlossene Kundenpotenziale, die neuen Produkten und Technologien sowie Werbung positiv gegenüberstehen und gleichzeitig als Wortführer vielfach neue Trends setzen. Dies macht sie zu wertvollen Meinungsbildern und Multiplikatoren.

- Generell stimmt die breite Mehrheit der versicherungsaffinen Nutzer Statements wie „Beim Einkauf achte ich insbesondere auf das Preis-Leistungsverhältnis“ und „Ich bin bereit, für Qualität mehr Geld zu bezahlen“ zu.
- Ihr Markenbewusstsein ist überdurchschnittlich ausgeprägt.
- Zudem sind sie sehr agil, ausgeprägte Individualisten und aufgeschlossen für Werbung.
- Eine deutlich überdurchschnittliche Zustimmung gibt es für:
 - Ich lege Wert auf Markenartikel.
 - In einer Gesprächsrunde bin ich meistens der Wortführer
 - Unter meinen Bekannten bin ich oft einer der ersten, der neue Technologien ausprobiert.
 - Ich mag Produkte, die als Statussymbole dienen.

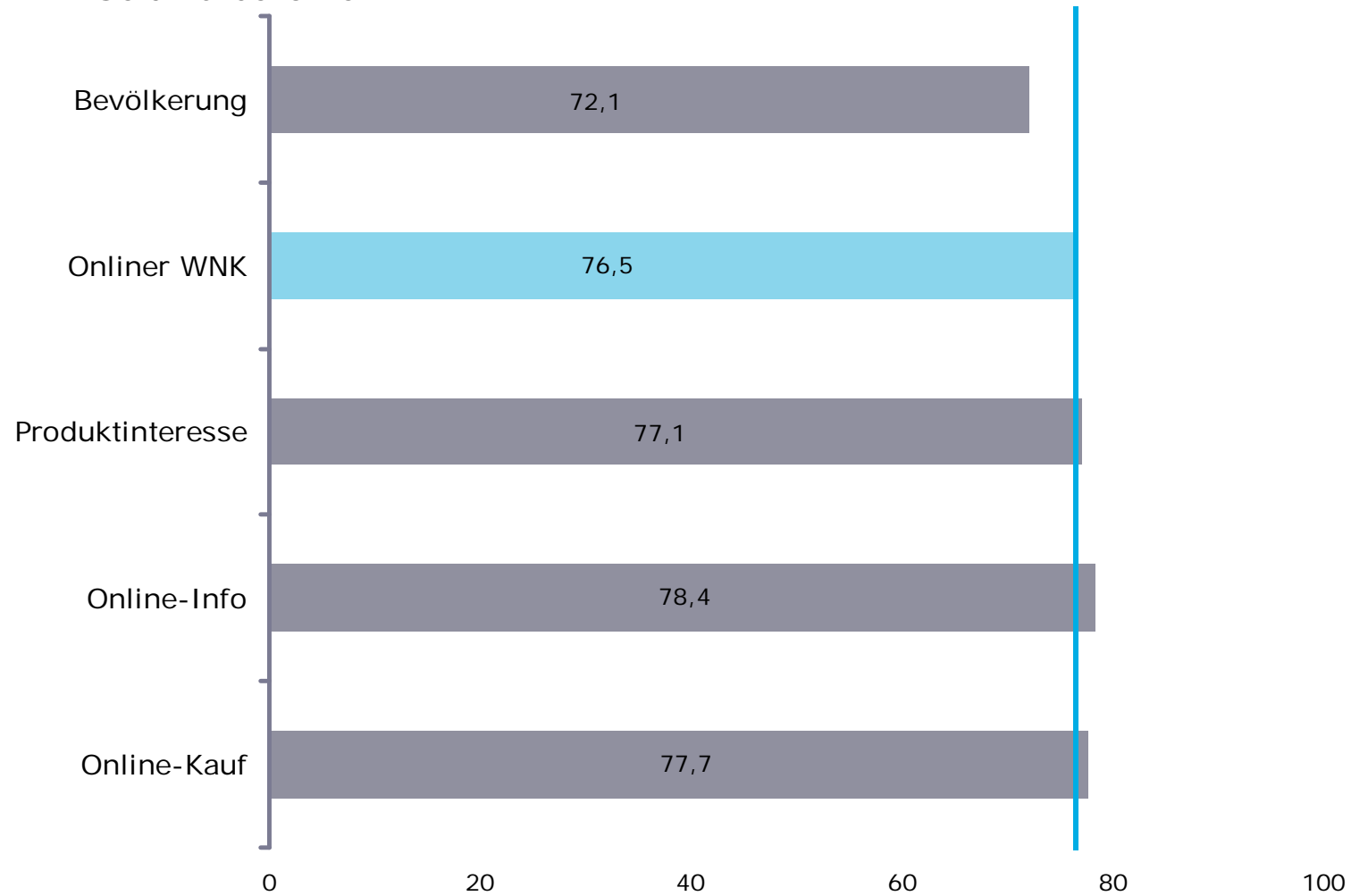
Statement: Preis-Leistungsverhältnis

Trifft voll und ganz bzw. überwiegend zu: „Beim Einkauf achte ich insbesondere auf das Preis-Leistungsverhältnis.“



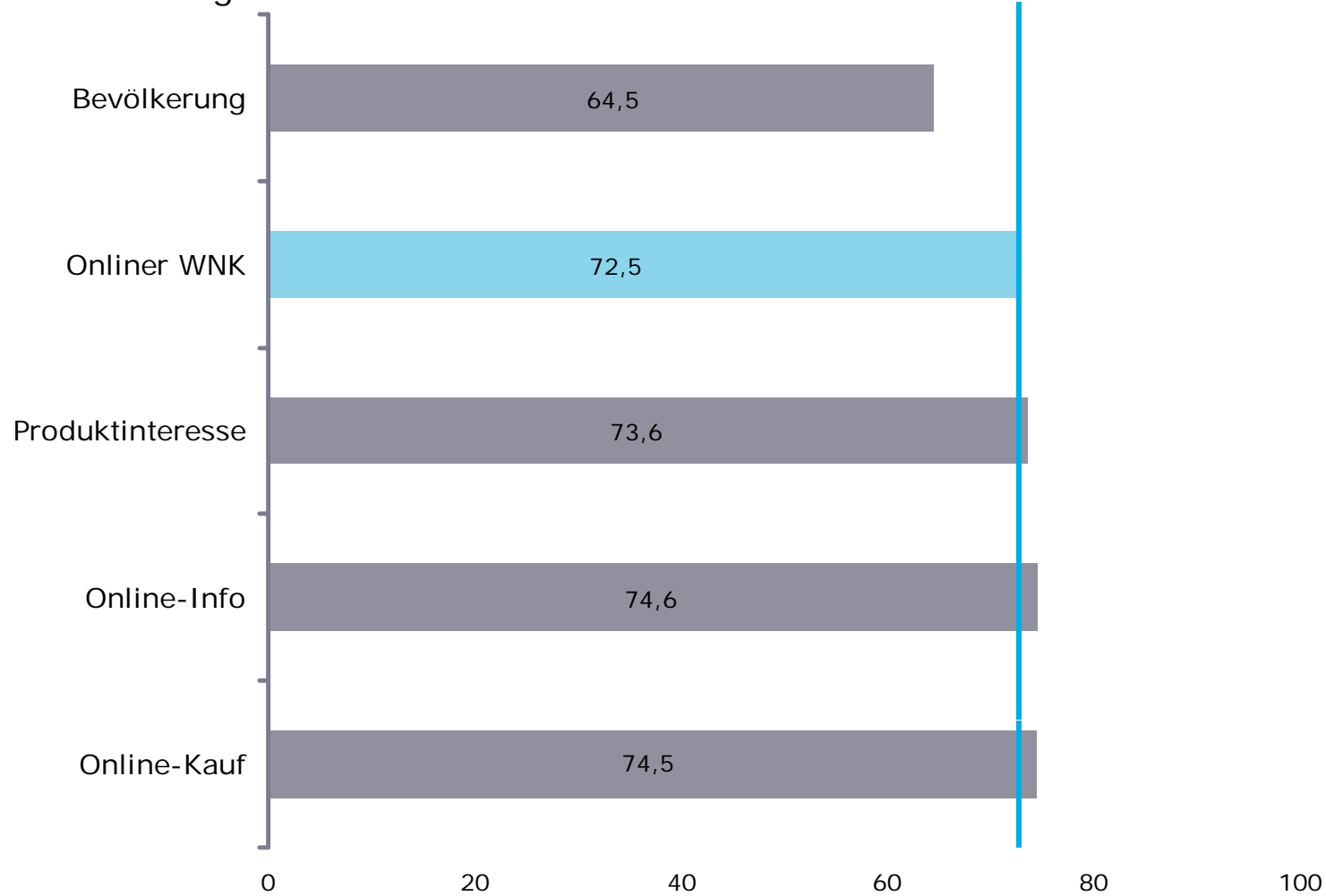
Statement: Qualität

Trifft voll und ganz bzw. überwiegend zu: „Ich bin bereit für Qualität mehr Geld zu bezahlen.“



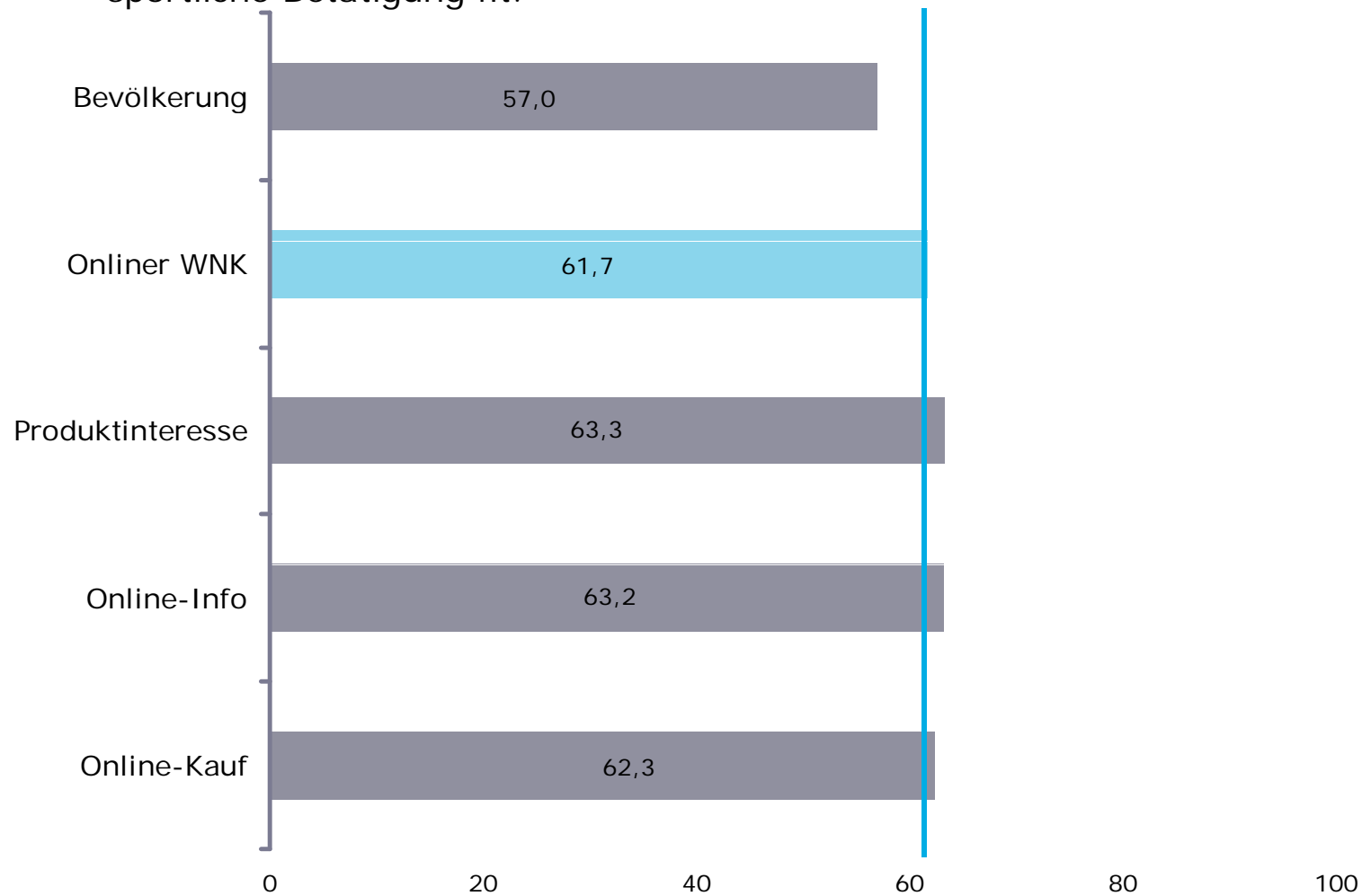
Statement: Mobilität

Trifft voll und ganz bzw. überwiegend zu: „Ich bin sehr mobil und viel unterwegs.“



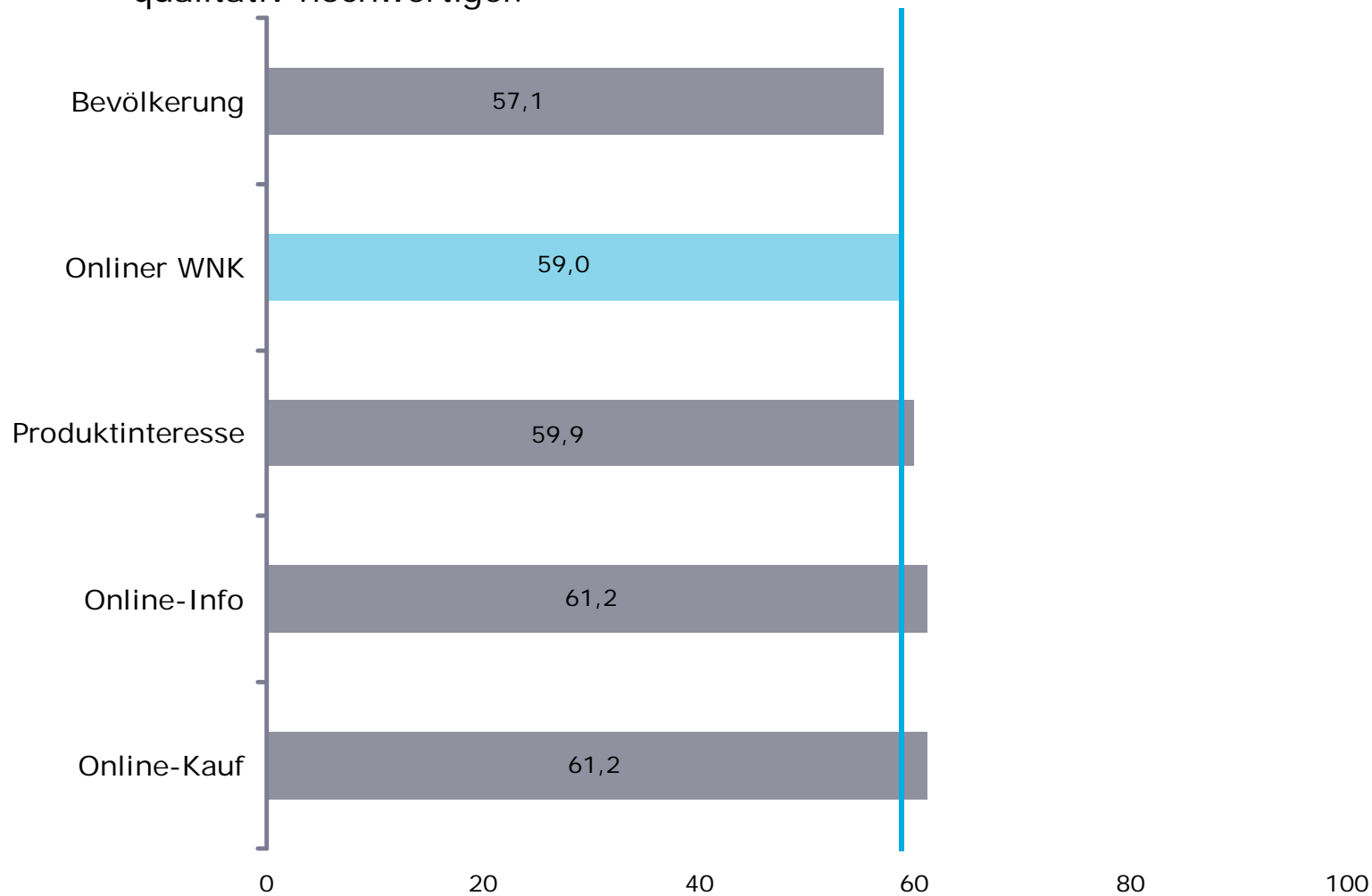
Statement: Sportliche Betätigung

Trifft voll und ganz bzw. überwiegend zu: „Ich halte mich durch regelmäßige sportliche Betätigung fit.“



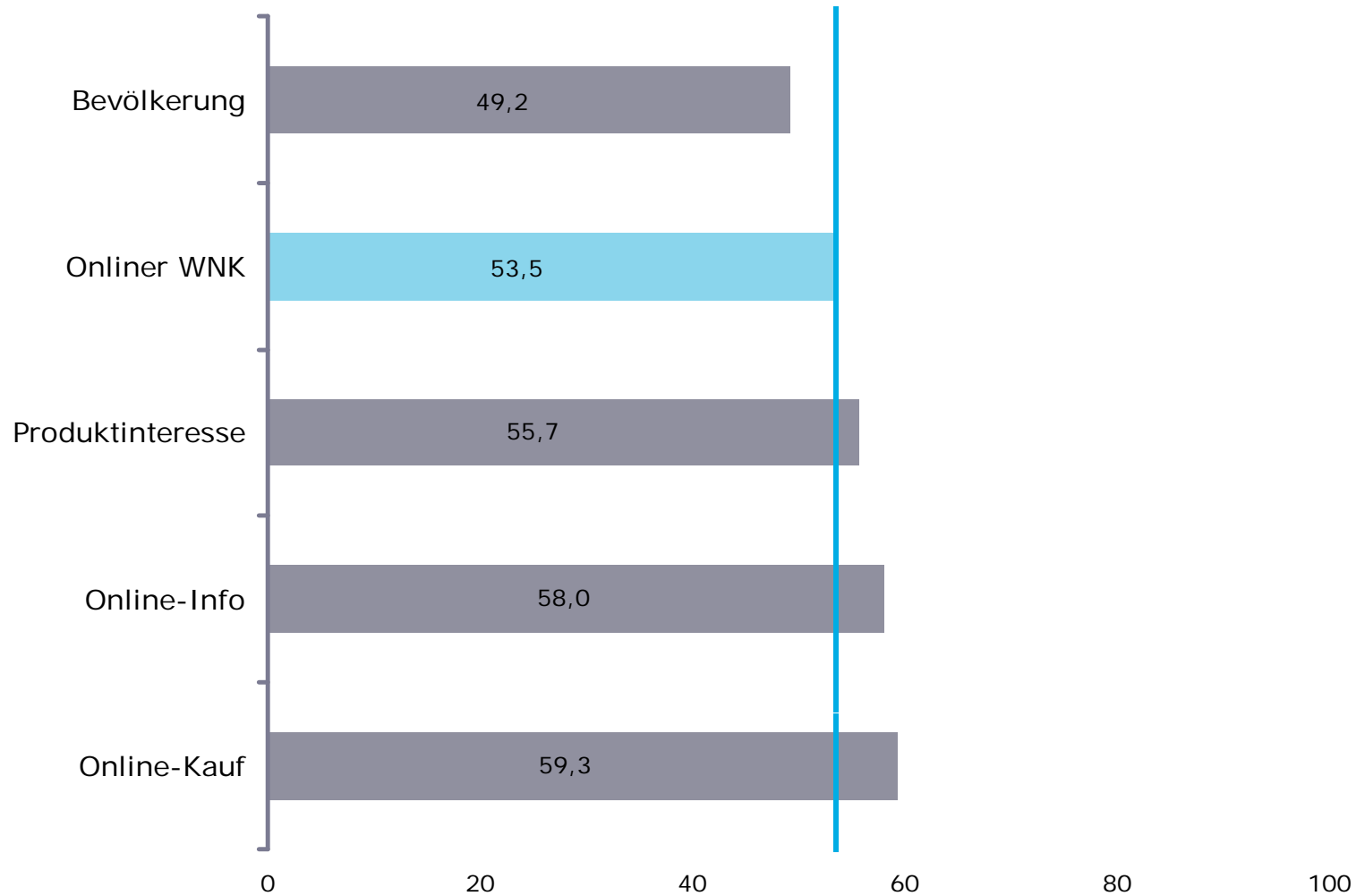
Statement: Markenartikel

Trifft voll und ganz bzw. überwiegend zu: „Markenartikel sind in der Regel qualitativ hochwertiger.“



Statement: Individualität

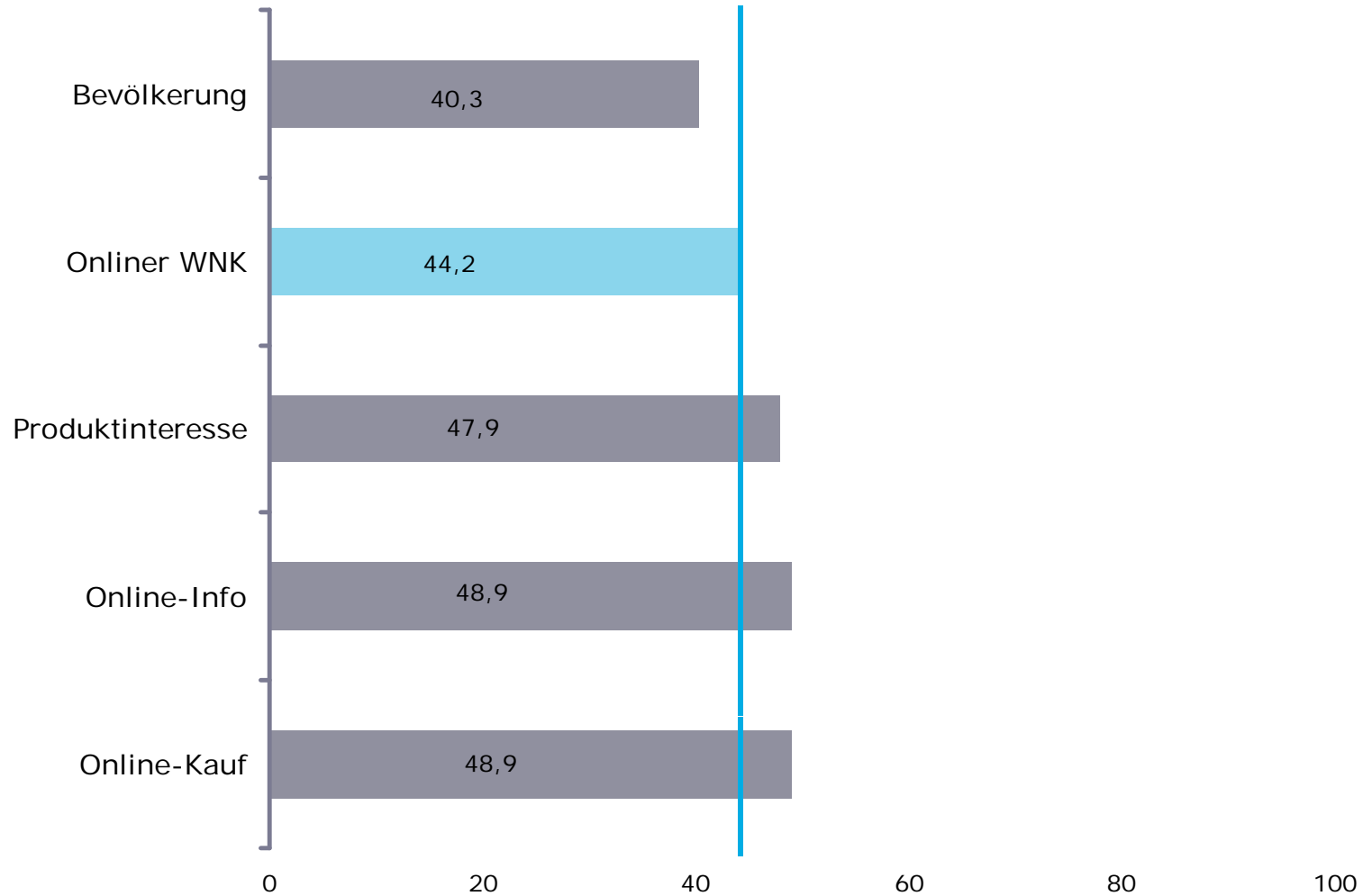
Trifft voll und ganz bzw. überwiegend zu: „Ich sehe mich als Individualisten.“



AGOF Branchenbericht „Versicherungen“ 11/2011
 Basis: 101.207 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
 112.443 Fälle (deutschsprachige Wohnbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren)
 Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2011-08

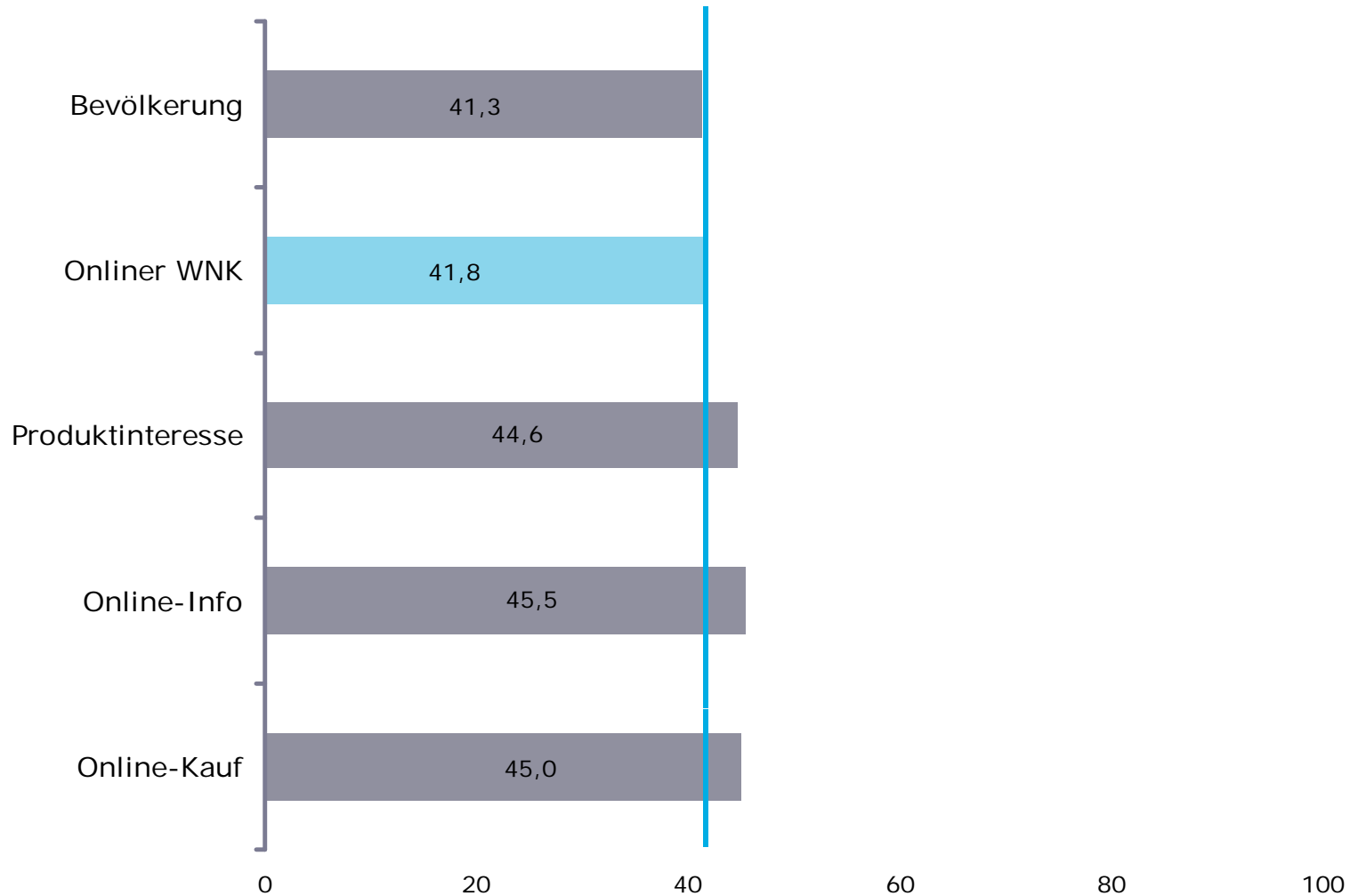
Statement: Werbung

Trifft voll und ganz bzw. überwiegend zu: „Durch Werbung bin ich schon häufiger auf interessante Produkte oder neue Ideen aufmerksam geworden.“



Statement: Marken

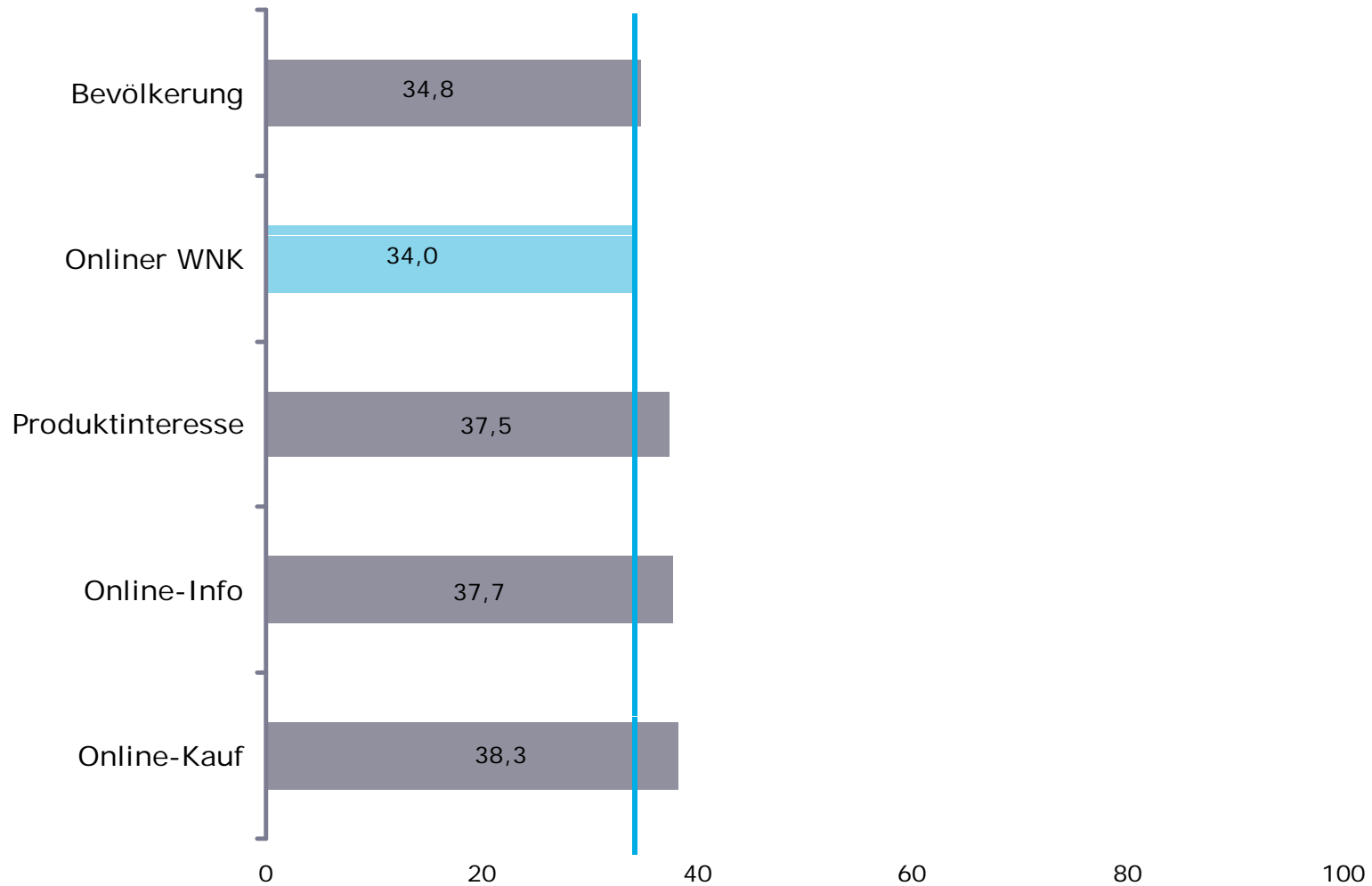
Trifft voll und ganz bzw. überwiegend zu: „Marken bieten mir beim Kauf Sicherheit.“



AGOF Branchenbericht „Versicherungen“ 11/2011
 Basis: 101.207 Fälle (Internetnutzer letzte 3 Monate)
 112.443 Fälle (deutschsprachige Wohnbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren)
 Angaben in Prozent / Quelle: AGOF e.V. / internet facts 2011-08

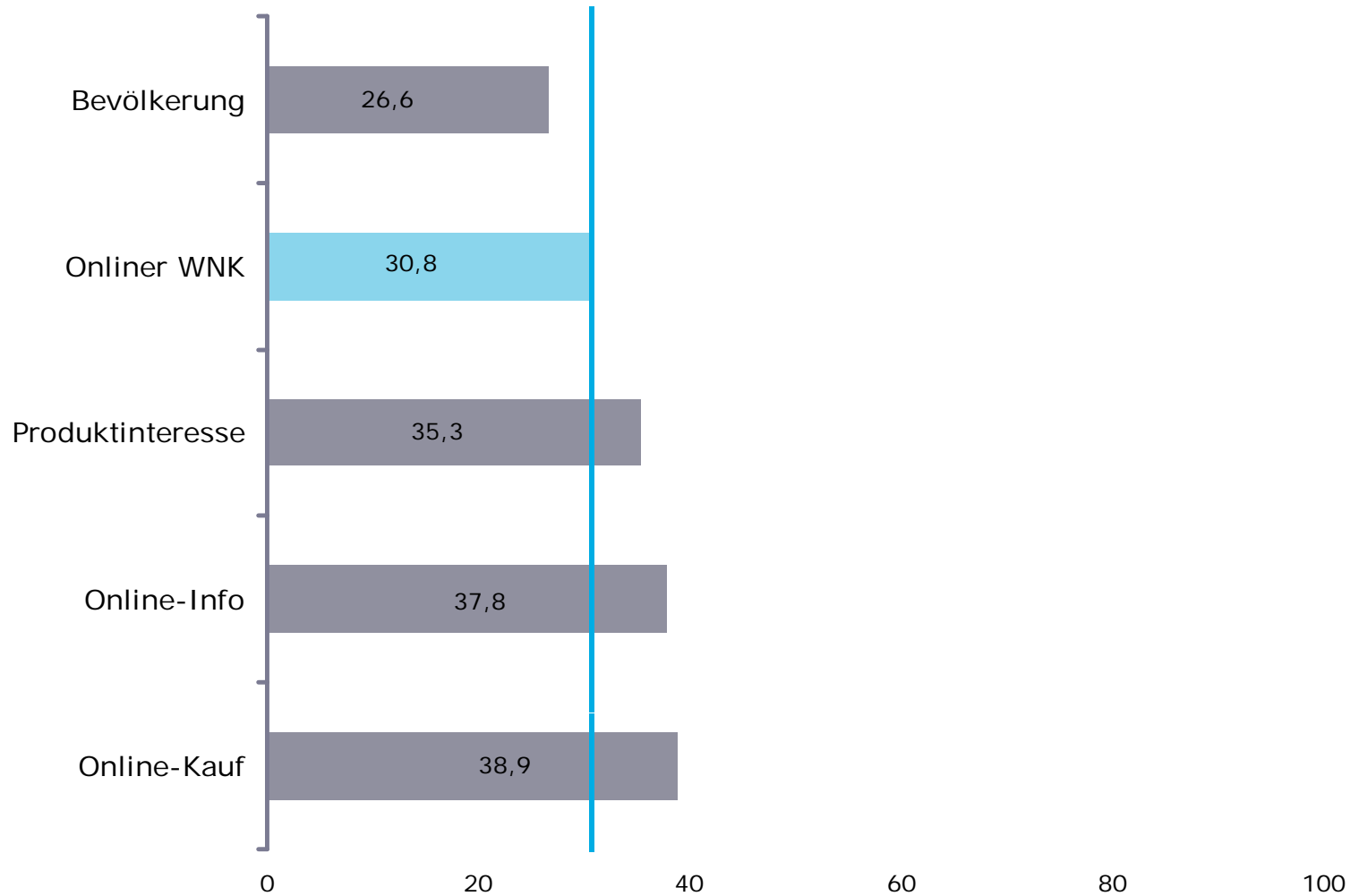
Statement: Markenartikel

Trifft voll und ganz bzw. überwiegend zu: „Ich lege Wert auf Markenartikel.“



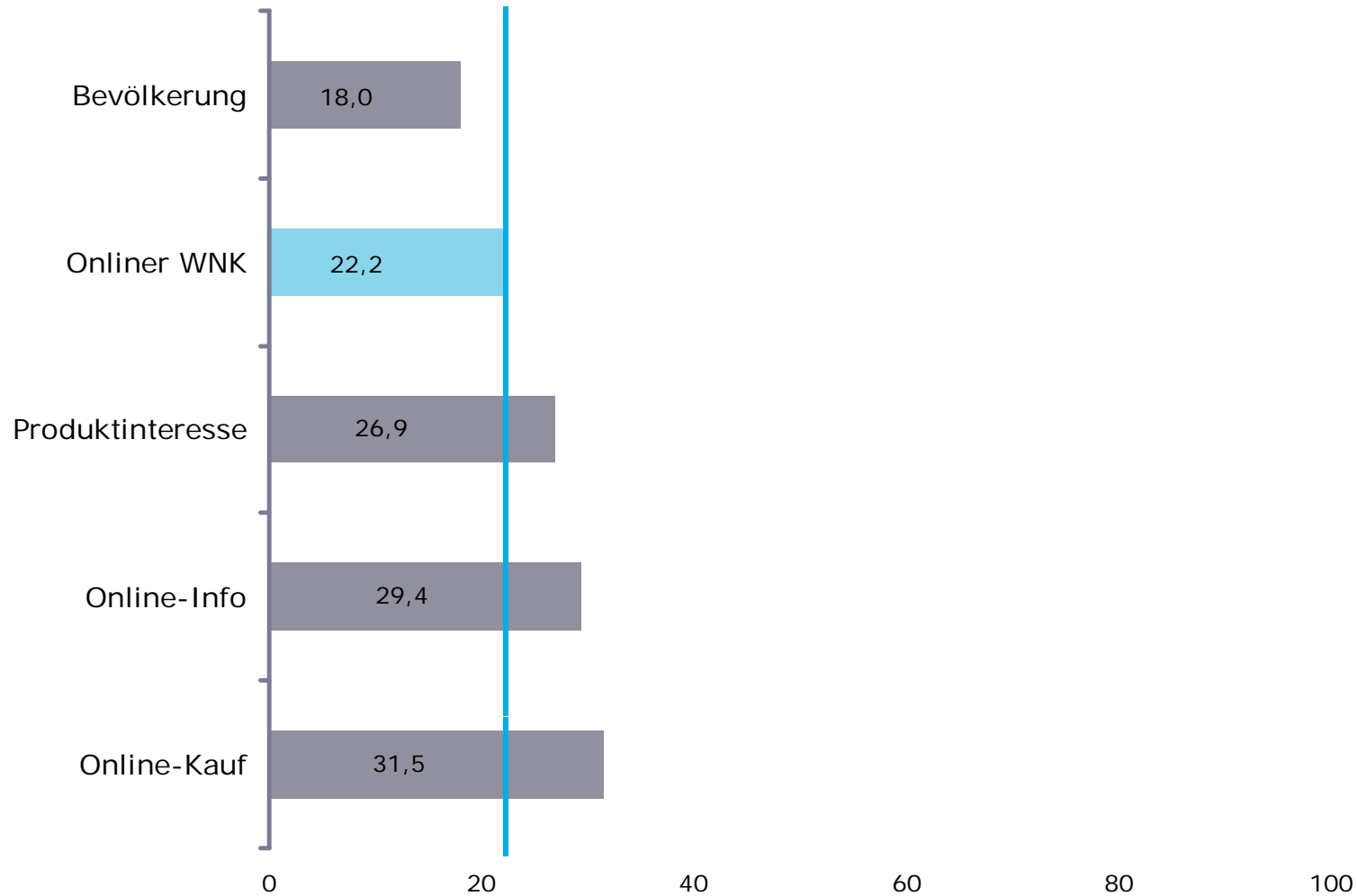
Statement: Wortführer

Trifft voll und ganz bzw. überwiegend zu: „In einer Gesprächsrunde bin ich meistens der Wortführer.“



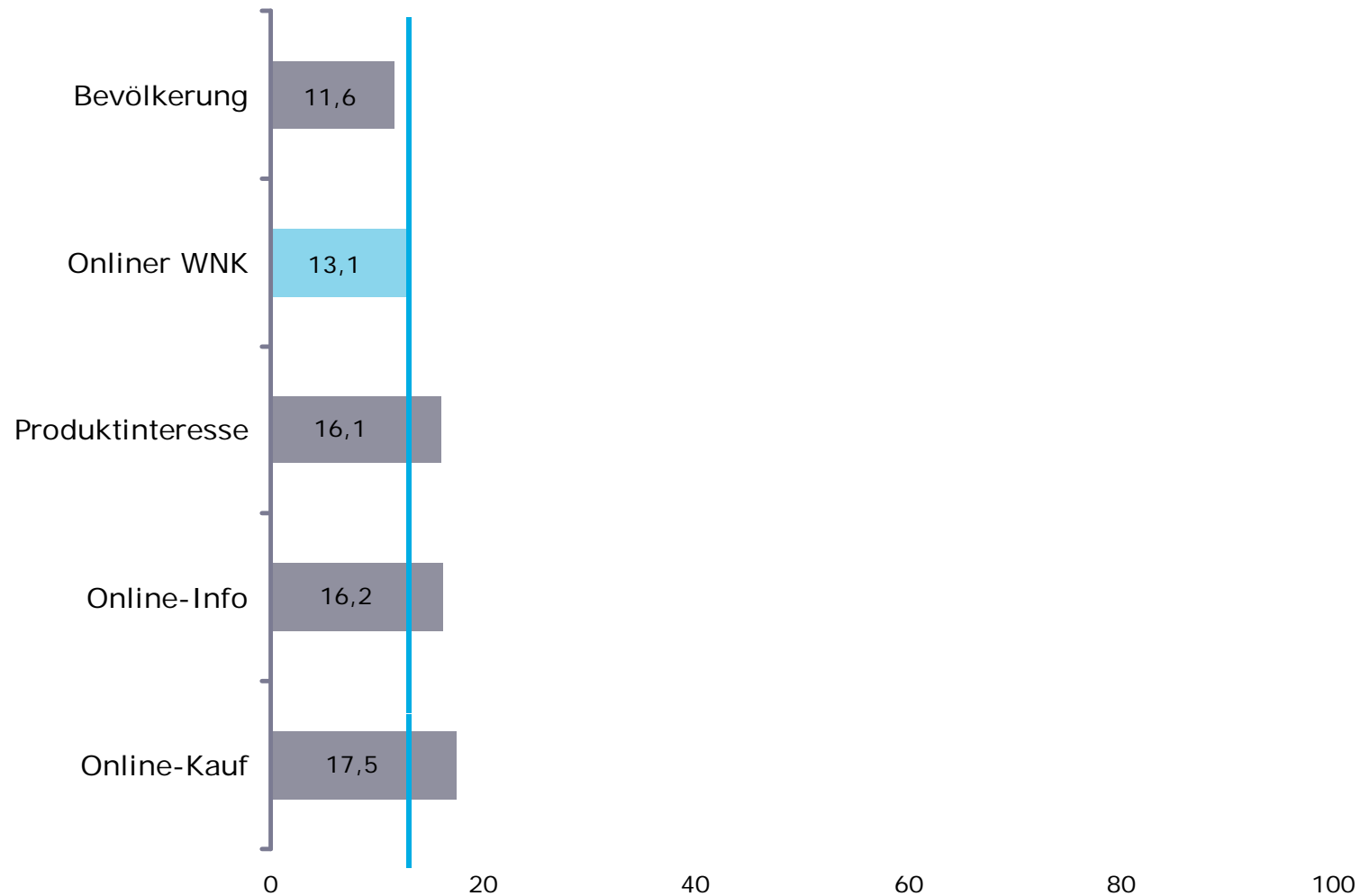
Statement: Neue Technologien

Trifft voll und ganz bzw. überwiegend zu: „Unter meinen Bekannten bin ich oft einer der ersten, der neue Technologien ausprobiert.“



Statement: Statussymbole

Trifft voll und ganz bzw. überwiegend zu: „Ich mag Produkte, die als Statussymbole dienen.“





Kontakt

**Bei Rückfragen wenden Sie sich
bitte an die AGOF:**

Claudia Dubrau

Geschäftsführerin AGOF e.V.

Tel: 069 / 264 888 - 311

Mail: claudia.dubrau@agof.de

Katharina Böhm

Pressesprecherin AGOF

Tel.: 069 / 264 888 - 318

Mail: katharina.boehm@agof.de

www.agof.de