



**BEST AD
MEDIA**

www.versicherungsmagazin.de

Online-Nutzer-Analyse 2011

Durchführung



versicherungs
magazin

Management Summary | Kernergebnisse der Untersuchung

- **versicherungsmagazin.de erreicht die Entscheider-Zielgruppe:** die Nutzer sind in der Finanzwirtschaft tätig und nehmen leitende Positionen ein.
- **versicherungsmagazin.de bietet ein attraktives Werbeumfeld:** die Nutzer attestieren dem Portal eine sehr hohe Qualität und besuchen dieses zielgerichtet.
- **Die nachgewiesene Aktivierungsleistung von Werbung** auf versicherungsmagazin.de bietet ein wesentliches Qualitätskriterium für die Werbeplanung.
- Die Nutzer von versicherungsmagazin.de haben ein ausgeprägtes Interesse an Branchenentwicklungen sowie konkreten Produktinformationen. Das damit verbundene hohe Involvement ermöglicht **verbesserte Werbemittelkontaktchancen.**

versicherungsmagazin.de – eine der führenden Online-Plattformen für die Versicherungswirtschaft in Deutschland.

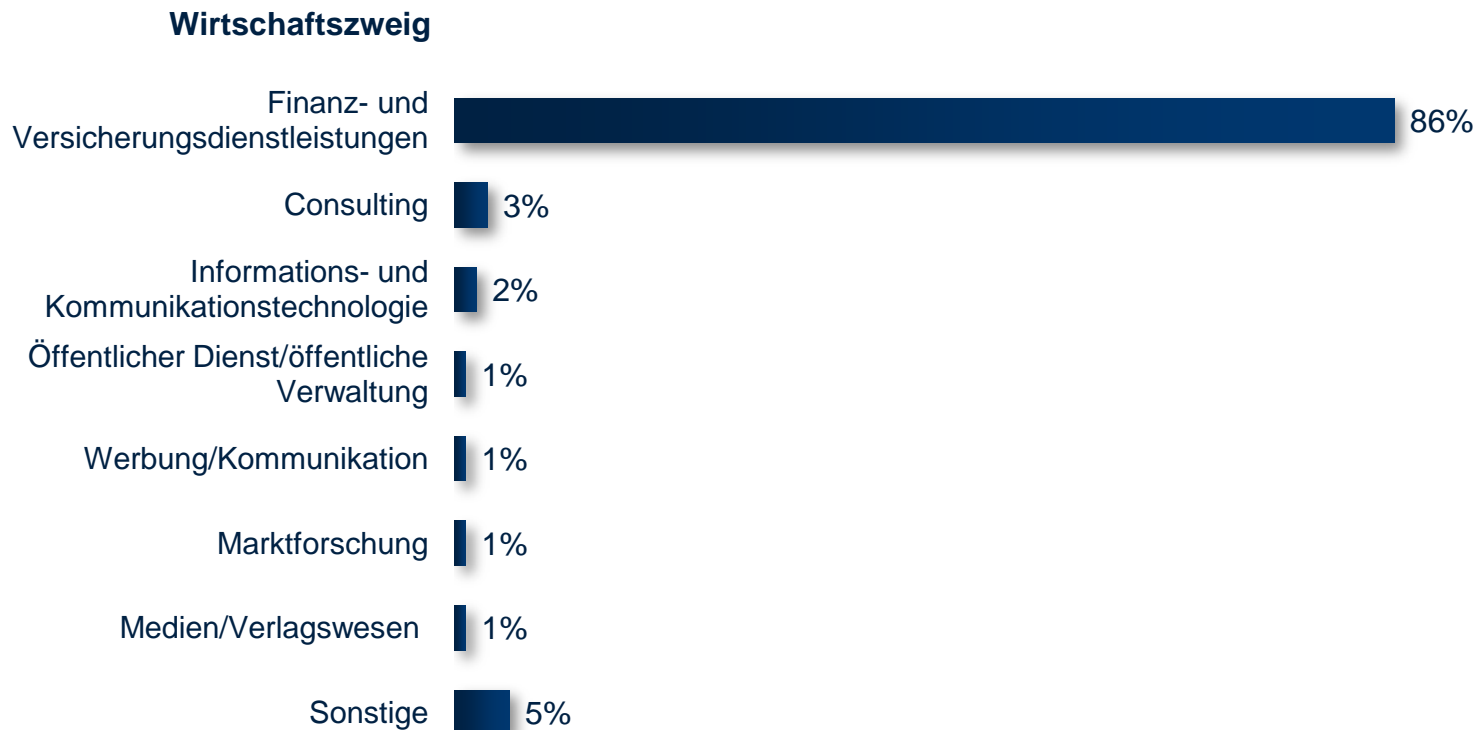


- versicherungsmagazin.de liefert **tagesaktuelle Berichte, Tipps und Ratschläge** zu Themen rund um die **Assekuranz, Finanzprodukte/-vertrieb** sowie neuesten **Informations- und Kommunikationstechnologien**.
- Zielgruppe: **Versicherungsmakler, Finanzdienstleistungsvermittler, Ausschließlichkeitsagenten und das Management in Versicherungsunternehmen**
- **Zugriffe**
 Visits: 26.100 pro Monat (Ø Quartal 2/2011)
 Pl: 59.100 pro Monat (Ø Quartal 2/2011)

Vorbemerkung zur Untersuchung

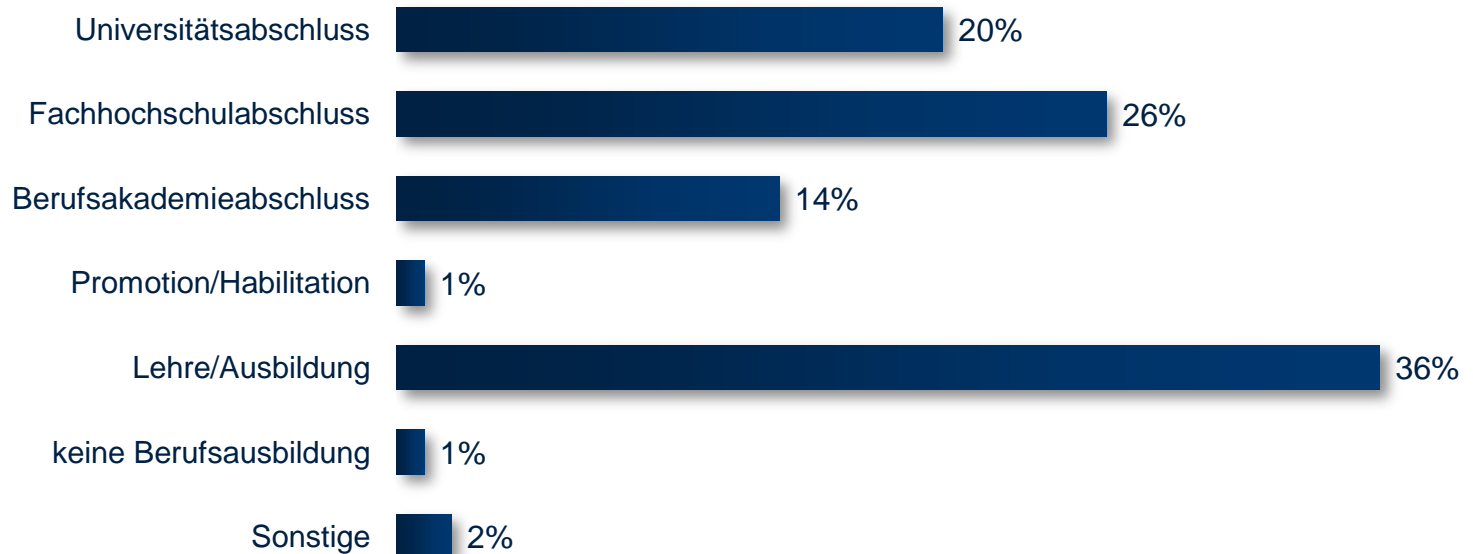
- **Zielsetzung:**
 - Ermittlung von persönlichen und betrieblichen Strukturdaten der Nutzer
 - Ermittlung von Nutzungsdaten
 - Aktivierungsleistung der Nutzer durch Werbung
 - Ermittlung von Daten zur Profil-/Contentbewertung durch die Nutzer
 - Ermittlung von Themeninteressen der Nutzer
- **Untersuchungsmethode:** Onsite-Befragung
- **Grundgesamtheit:** Nutzer des Online-Portals versicherungsmagazin.de
- **Stichprobe:** n= 773
- **Erhebungszeitraum:** 10.05. – 15.07.2011
- **Durchführendes Institut:** eResult GmbH

versicherungsmagazin.de erreicht Nutzer aus der Finanz- und Versicherungswirtschaft.



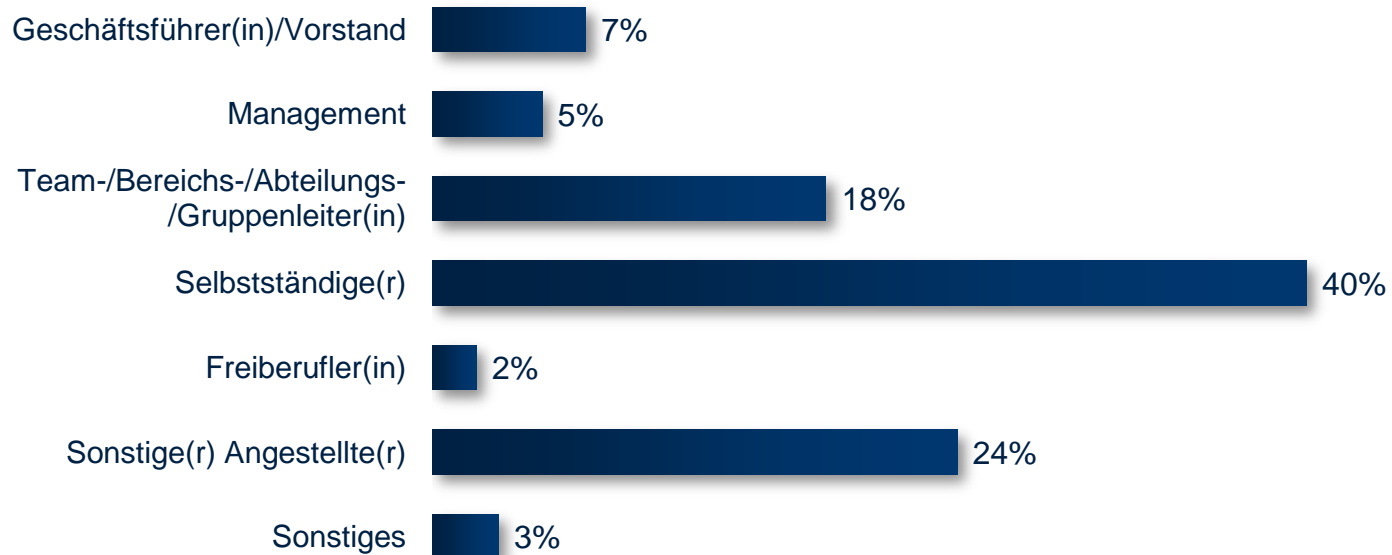
versicherungsmagazin.de-Nutzer sind sehr gut ausgebildet.

Berufliche Ausbildung



Die Nutzer von versicherungsmagazin.de sind überwiegend in Leitungspositionen tätig.

Position im Unternehmen



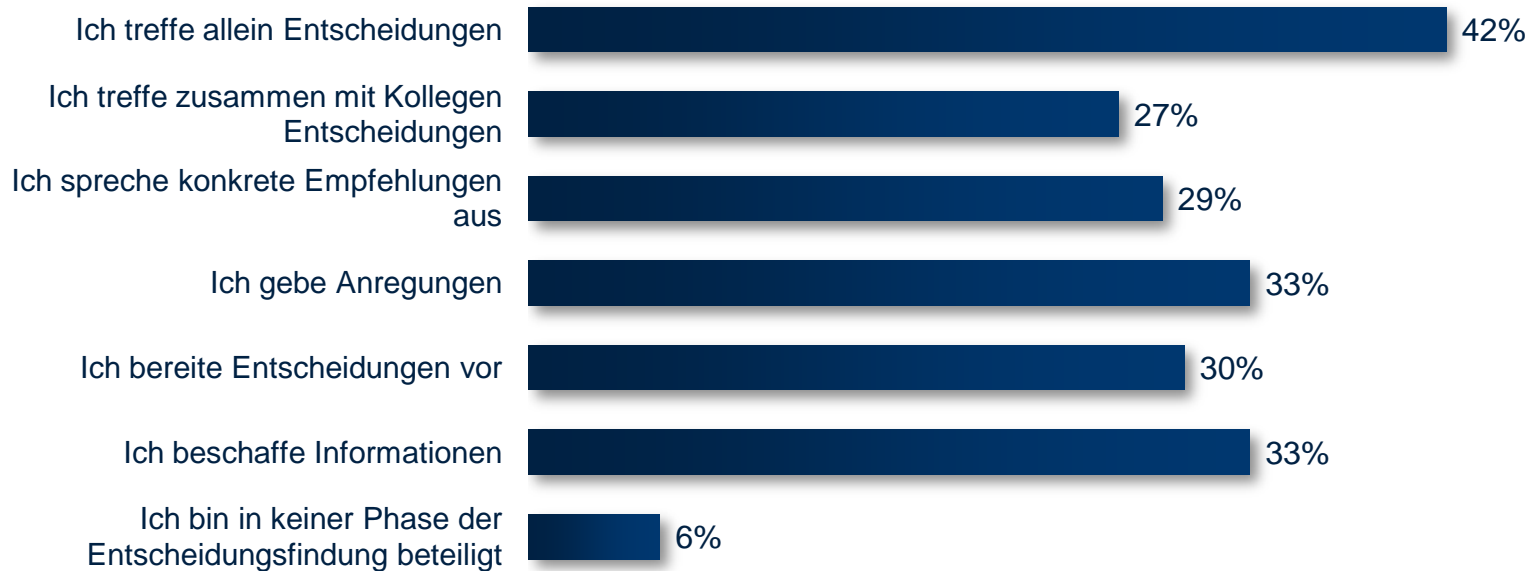
Rundungsdifferenz 1



72% in leitenden Positionen

Die Nutzer von versicherungsmagazin.de sind aktiv in Investitionsentscheidungen ihrer Unternehmen eingebunden.

Investitionskompetenz



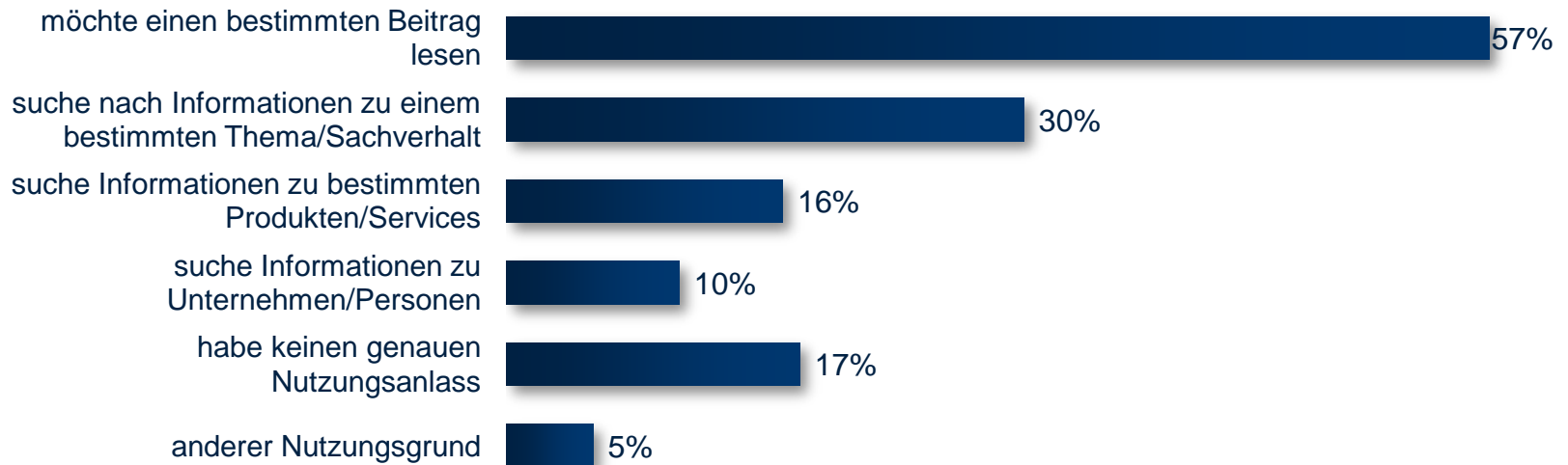
Mehrfachnennung möglich



94% Entscheider und Berater

Die Mehrheit der Nutzer von versicherungsmagazin.de besucht das Portal zielgerichtet.

Besuchsabsicht



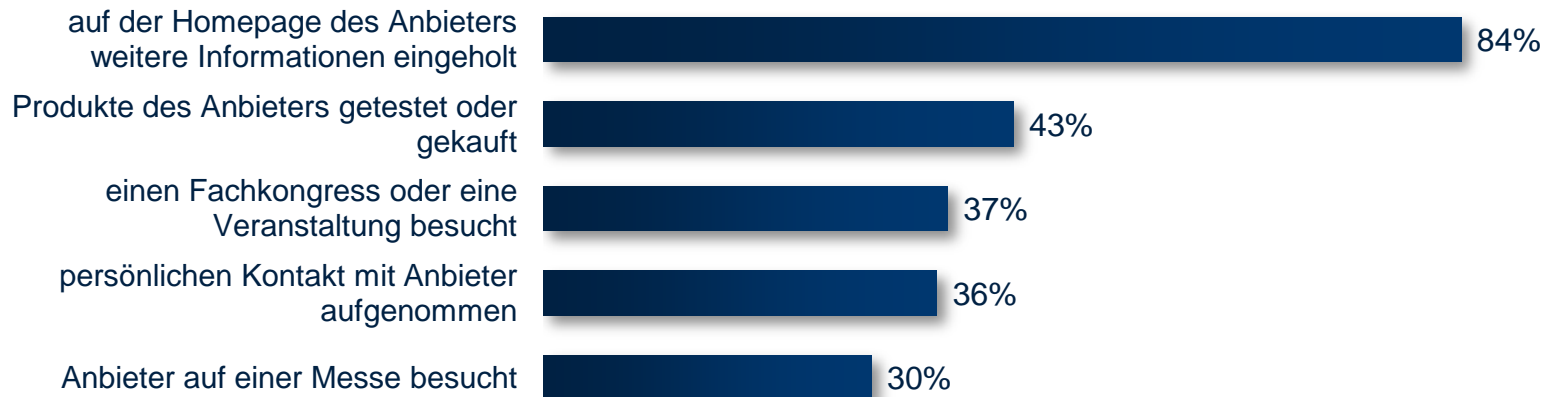
Mehrfachnennung möglich



83% Besuche mit konkretem Nutzungsanlass

Werbung auf versicherungsmagazin.de aktiviert die Nutzer.

Ausgelöste Handlung durch Produkt-/Anbieterinfo auf versicherungsmagazin.de



Mehrfachnennung möglich



88% (Netto-) Aktivierungsleistung*

*Als „aktiviert“ gilt ein Teilnehmer, wenn er mindestens eine Aktion (persönlicher Kontakt, weitere Informationen eingeholt, Produkt getestet/gekauft, Messe besucht oder Fachkongress besucht) ausgeführt hat.

Die hohe redaktionelle Qualität von versicherungsmagazin.de bietet ein hervorragendes Werbeumfeld.

Portaleigenschaften (sehr gut/gut)

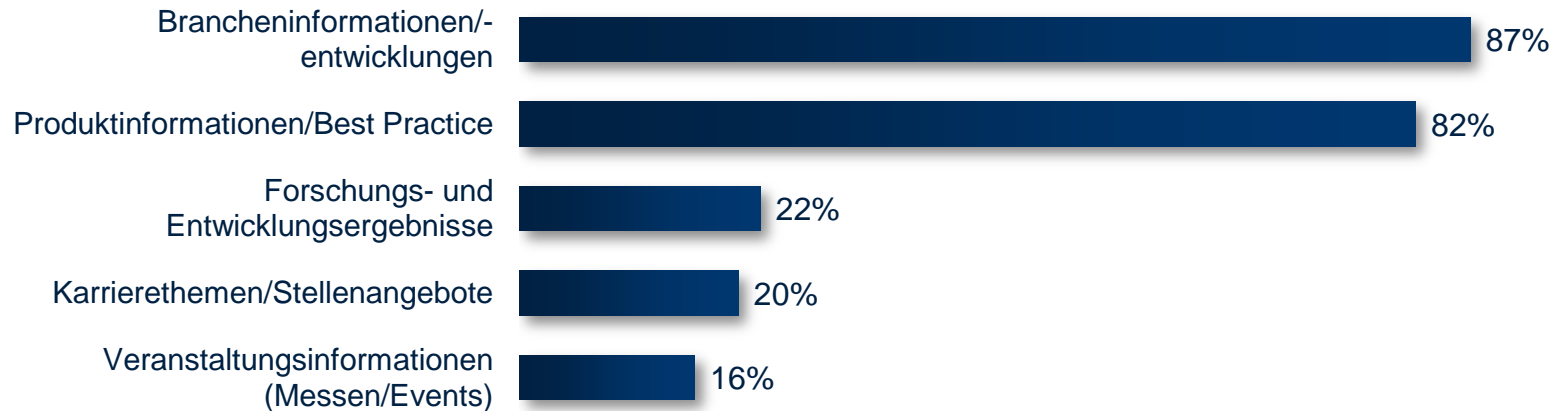


Inhaltseigenschaften (sehr gut/gut)



Die Nutzer von versicherungsmagazin.de haben ein ausgeprägtes Interesse an verschiedenen Themenbereichen.

Interesse an Themenbereichen



Mehrfachnennung möglich

Nutzeraussagen zu versicherungsmagazin.de (Auszug)

„Die Aktualität finde ich klasse. Man kann sehr gut auf dem Laufenden bleiben. Dies ist besonders für mich als Versicherungsfachmann wichtig.“

„Alles in allem eine super informative Sache.“

„Besonders gut: die Themenvielfalt, insbesondere auch der rechtliche Bereich.“

„Die Artikel sind sehr verständlich geschrieben. Die Produktinformationen sind sehr gut.“

„versicherungsmagazin.de ist am Puls des Vertriebes. Bitte weiter so.“

Kontakt

Profitieren Sie von unserer Qualität.

Gerne kalkulieren wir für Sie ein auf Ihr Unternehmen zugeschnittenes Online-Angebot.

Carolin Habermann
Verkaufsleitung Online

tel +49 (0) 611.7878-211

carolin.habermann@best-ad-media.de

Mandy Braun
Mediaberatung

tel +49 (0) 611.7878-211

mandy.braun@best-ad-media.de

Best Ad Media | Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH
Abraham-Lincoln-Straße 46
65189 Wiesbaden

www.best-ad-media.de