

SITEFIRE RESEARCH DEEP-DIVE

AI Search im deutschen Versicherungsmarkt

Analyse von 59 Versicherungen und das AI- und Google-Search-Playbook für mehr Sichtbarkeit

DIE 59 VERSICHERER IM DATENSATZ



Gemessen wurden Prompts über 20 Themen hinweg.

3.240 Antworten und 35.453 Zitate dieser Studie mit variierenden Intents geben Einblick in verschiedene Themenbereiche.

20 Themen

Je Thema mindestens drei Prompts, täglich abgefragt

- Kfz-Versicherung
- Rechtsschutz
- Private Haftpflicht
- Hausrat
- Wohngebäude und Elementar
- Berufsunfähigkeit
- Risikoleben
- Private Altersvorsorge
- Betriebliche Altersvorsorge
- Private Krankenversicherung
- Krankenzusatz und bKV
- Zahnzusatz
- Pflegezusatz und Pflegegrade
- Unfall
- Tierversicherung
- Gewerbe und Betriebshaftpflicht
- Cyberversicherung
- Lebensphasen-Absicherung
- Schadenregulierung und Service
- Marken-Reputation

BERÜCKSICHTIGTE MODELLE

-  ChatGPT
-  Gemini
-  Perplexity
-  Google AI Mode

Verschiedene Intents pro Thema

Ein Beispiel je Intent aus dem gemessenen Prompt-Set

Explore Eine konkrete Lebens- oder Geschäftslage

„Wir haben gerade ein Haus gekauft, Übergabe in acht Wochen. Welche Versicherungen brauchen wir jetzt zwingend und in welcher Reihenfolge?“

Evaluate Die Frage nach dem besten Anbieter

„Welche Kfz-Versicherung ist 2026 die beste für eine Familie mit zwei Autos, eins davon ein E-Auto?“

Buy Kurz vor dem Abschluss

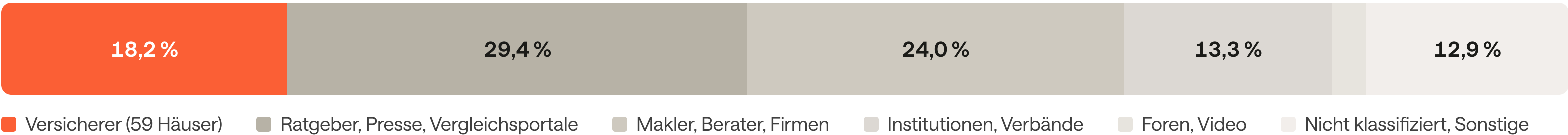
„Welcher Anbieter hat bei der Pflegezusatzversicherung das beste Preis-Leistungs-Verhältnis?“

Drei Ratgeber werden öfter zitiert als **alle 59 Versicherer.**

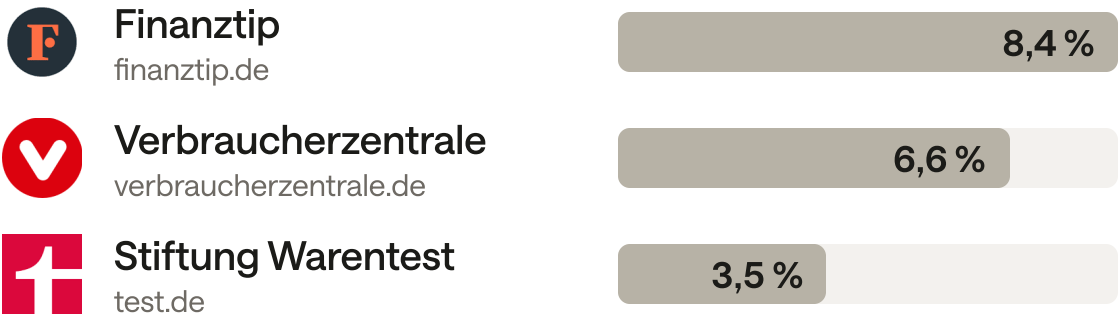
Die Modelle bauen ihre Antworten überwiegend aus Verbraucher-Ratgebern, Vergleichs- und Maklerinhalten sowie Institutionen. **Drei Ratgeber-Marken allein wiegen schwerer als der gesamte Versicherungsmarkt.** Die folgenden Seiten zeigen, welche fremden Seiten den Markt tragen, welche Inhalte zitiert werden und woher die Urteile über eine Marke stammen.

Woher die Zitate in KI-Antworten kommen

Anteil an allen 35.453 Zitaten nach Quellentyp, alle Modelle



Drei Ratgebermarken machen 18,4 % aller Zitate zusammen aus



81,8 %

der Zitate stammen von Seiten, die **kein Versicherer schreibt**

Die fünf wichtigsten Seiten und Domains gehören **keinem Versicherer**.

Diese Seiten sind der eigentliche Wettbewerb. Sie sind nicht über Werbung erreichbar und gehören niemandem im Markt. **Wer dort nicht vorkommt, fehlt in einem messbaren Teil aller Antworten**, unabhängig davon, wie gut die eigene Website ist.

Die fünf meistzitierten fremden Seiten

Zusammen 1.021 Zitate, 2,9 % aller Zitate im Datensatz

1		finanztip.de/krankenzusatzversicherung/ krankenhaus-zusatzversicherung	270 Zitate	in 61 Antworten · 4,4 Zitate je Antwort
2		finanztip.de/krankenzusatzversicherung/ zahnzusatzversicherung	230 Zitate	in 74 Antworten · 3,1 Zitate je Antwort
3		finanztip.de/ risikolebensversicherung	214 Zitate	in 100 Antworten · 2,1 Zitate je Antwort
4		finanztip.de/unfallversicherung/ unfallversicherung-kind	156 Zitate	in 56 Antworten · 2,8 Zitate je Antwort
5		verbraucherzentrale.de/.../weitere-versicherungen/ berufsunfaehigkeit-wie-sie-sic...	151 Zitate	in 52 Antworten · 2,9 Zitate je Antwort

Meistzitierte fremde Domains

Zitate gesamt und Zahl der zitierten Seiten

	finanztip.de		2.971	179 Seiten
	verbraucherzentrale.de		2.323	122 Seiten
	test.de		1.241	143 Seiten
	transparent-beraten.de		980	50 Seiten
	handelsblatt.com		950	74 Seiten
	check24.de		882	76 Seiten
	verivox.de		675	53 Seiten
	youtube.com		598	101 Seiten

finanztip.de allein sammelt knapp doppelt so viele Zitate wie das stärkste Versichererhaus (1.568).

Wenige Nicht-Versicherer-Seiten dominieren die meisten Themenbereiche.

Je Thema tragen wenige fremde Seiten den Großteil der Antworten. **Verbraucherzentrale und Finanztip stehen in fast jeder Sparte vorn**, daneben stehen Spezialisten: der ADAC beim Kfz, das Gesundheitsministerium bei Pflege, die IHK im Gewerbe.

Kfz-Versicherung	Rechtsschutz	Private Haftpflicht	Hausrat	Wohngebäude und Elementar
 verbraucherzentrale.de 240	 finanztip.de 240	 verbraucherzentrale.de 549	 verbraucherzentrale.de 787	 verbraucherzentrale.de 715
 finanztip.de 136	 checkfox.de 187	 finanztip.de 410	 finanztip.de 464	 test.de 180
 adac.de 134	 humboldt-forum-recht.de 108	 bundesgesundheitsministerium.d e 144	 test.de 173	 transparent-beraten.de 169
Berufsunfähigkeit	Risikoleben	Private Altersvorsorge	Betriebliche Altersvorsorge	Private Krankenversicherung
 transparent-beraten.de 248	 verbraucherzentrale.de 456	 verbraucherzentrale.de 276	 verbraucherzentrale.de 276	 bundesgesundheitsministerium.d e 140
 handelsblatt.com 182	 finanztip.de 309	 finanztip.de 248	 finanztip.de 139	 handelsblatt.com 139
 verbraucherzentrale.de 155	 check24.de 103	 versicherungenmitkopf.de 105	 vonbuddenbrock.de 126	 covago.de 127
Krankenzusatz und bKV	Zahnzusatz	Pflegezusatz	Unfall	Tierversicherung
 finanztip.de 616	 finanztip.de 266	 bundesgesundheitsministerium.d e 208	 verbraucherzentrale.de 458	 rtl.de 236
 verbraucherzentrale.de 222	 verbraucherzentrale.de 209	 verbraucherzentrale.de 192	 finanztip.de 343	 verbraucherzentrale.de 153
 test.de 187	 zahnzusatzversicherung-experte n.de 139	 check24.de 110	 test.de 185	 vergleichen-und-sparen.de 119
Gewerbe und Betriebshaftpflicht	Cyberversicherung	Lebensphasen-Absicherung	Schadenregulierung	Marken-Reputation
 verbraucherzentrale.de 269	 fuer-gruender.de 87	 verbraucherzentrale.de 1.058	 verbraucherzentrale.de 483	 versicherungsbote.de 188
 ihk.de 109	 gdv.de 87	 finanztip.de 820	 transparent-beraten.de 223	 disq.de 175
 transparent-beraten.de 81	 versicherungsmakler.ac 77	 bundderversicherten.de 129	 disq.de 219	 versicherungsjournal.de 155

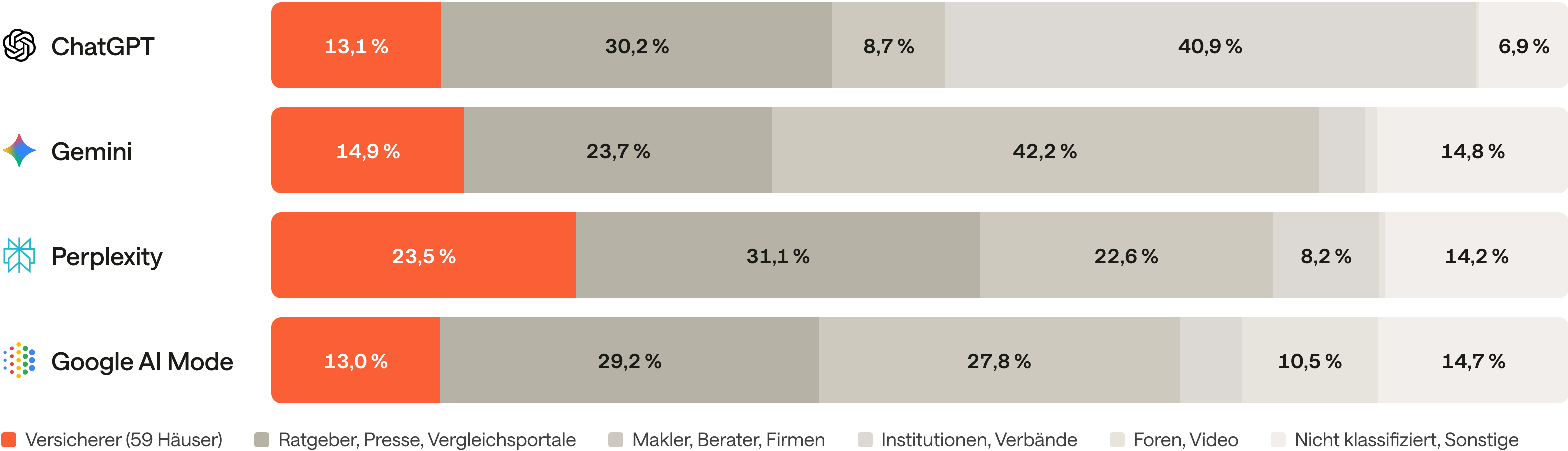
Graue Zahl = Zitate der Domain in diesem Thema. Die Verbraucherzentrale steht in 16 der 20 Themen unter den drei meistzitierten Domains, Finanztip in 11.

In keinem der Modelle liegen Versicherer bei über 25 % der Zitate.

ChatGPT stützt sich zu 45 % allein auf Finanztip, Verbraucherzentrale und Stiftung Warentest, Gemini vor allem auf Makler- und Unternehmensseiten, und nur Google AI Mode zitiert Foren und Videos in nennenswertem Umfang. Versicherer kommen in keinem Modell auf ein Viertel der Zitate, am höchsten liegt Perplexity mit 23,5 %.

Woher die Zitate in KI-Antworten kommen

Anteil an allen Zitaten, je Modell



58,5 % der KI-Zitate entfallen auf nur zehn Versicherer.

Auf die zehn größten Häuser entfallen 58,5 % aller Zitate auf Versicherer-Domains, allein 24,2 % auf den Spitzenreiter. **Der Abstand an der Spitze ist groß: Die Allianz sammelt mehr Zitate als die Plätze 2 bis 6 zusammen.**

VERSICHERER		ZITATE	ANTEIL	ZITIERTER SEITEN
1	 Allianz allianz.de	1.568	24,2 %	113
2	 HUK-COBURG huk.de	483	7,5 %	32
3	 Zurich zurich.de	331	5,1 %	30
4	 CosmosDirekt cosmosdirekt.de	280	4,3 %	39
5	 Debeka debeka.de	204	3,2 %	20
6	 ERGO ergo.de	198	3,1 %	26
7	 DA Direkt da-direkt.de	187	2,9 %	15
8	 HanseMerkur hansemerkur.de	184	2,8 %	25
9	 LV 1871 lv1871.de	176	2,7 %	24
10	 SIGNAL IDUNA signal-iduna.de	171	2,6 %	32

Ratgeber setzen sich durch, Startseiten nicht.

Am verlässlichsten zitiert werden Ratgeber: **Zieht ein Modell einen Ratgeber heran, zitiert es ihn in 75,7 % der Fälle.** Startseiten gelingt das nur in knapp der Hälfte der Fälle.

Aus Quelle wird Zitat

Anteil der Antworten, die eine herangezogene Seite dieses Typs auch zitieren; alle 4.929 Seiten

Ratgeber

Wissen, Magazin, FAQ, Lexikon

75,7 %

Bedingungen und PDF

AVB, Bedingungswerke

70,5 %

Produkt- und Bedarfsseiten

Tarif-, Leistungs-, Situationsseiten

70,2 %

Vergleiche und Tests

Testsieger, Vergleiche, Rechner

69,9 %

Startseiten

die Domain-Wurzel

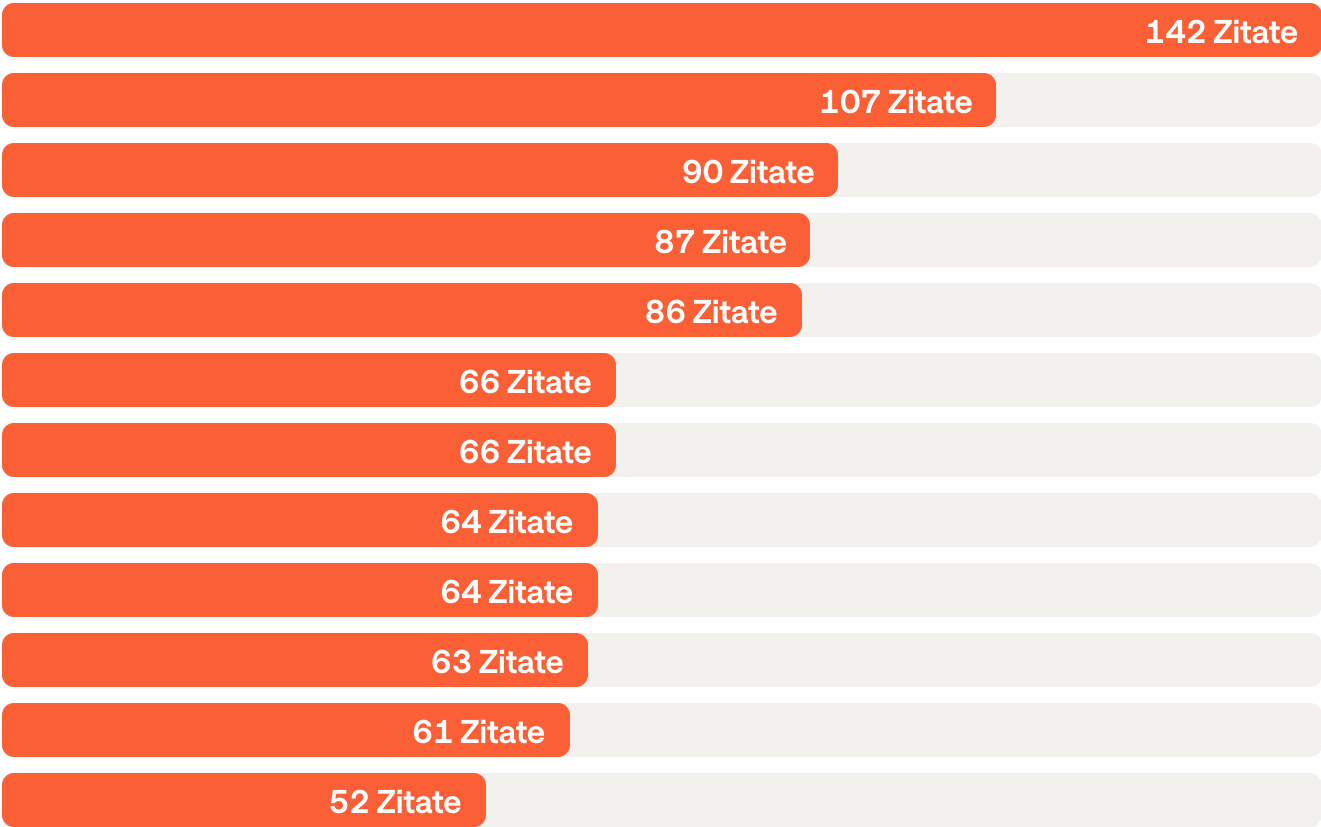
48,7 %

Versichererseiten, die spezifische Zielgruppen und Probleme adressieren, werden am meisten zitiert.

Die zwölf meistzitierten Versichererseiten sind keine Startseiten, **stattdessen nennen zehn von ihnen im letzten Pfadsegment eine Situation, Zielgruppe oder Einschränkung.**

Die zwölf meistzitierten Versichererseiten

- 1 allianz.de/business/**cyberschutz-versicherung**
- 2 wgv.de/ratgeber/**versicherungen-fuer-familien**
- 3 allianz.de/business/**maler-versicherung**
- 4 allianz.de/vorsorge/**risikolebensversicherung**
- 5 zurich.de/.../haftpflichtversicherung/**firmen-cyberschutz**
- 6 allianz.de/.../wohngebaeudeversicherung/**eigentuemerwechsel**
- 7 allianz.de/business/**betriebliche-krankenversicherung**
- 8 allianz.de/.../arbeitsrecht/**arbeitsrechtsschutz**
- 9 aok.de/pk/**pflegegrad-beantragen**
- 10 huk.de/fahrzeuge/ratgeber/**kfz-versicherung-wechseln.html**
- 11 allianz.de/.../rechtsschutzversicherung/**ohne-wartezeit**
- 12 debeka.de/.../uv/**kinder-unfallversicherung.html**



Pfadbene = Zahl der Verzeichnisse hinter der Domain: versicherer.de/ ist Ebene 0, versicherer.de/gewerbe/ Ebene 1, versicherer.de/gewerbe/maler-versicherung/ Ebene 2. 92,2 % aller Versicherer-Zitate liegen ab Ebene 2.

Zwei Kategorien beeinflussen das **Sentiment** besonders.

Das Sentiment über eine Marke wird besonders stark nach unten gezogen von Preis-Leistung und Vertragskonditionen, genau die beiden Kategorien, über die Vergleichsportale und Ratgeber schreiben, nicht die Versicherer selbst.

Sentiment nach Kategorie

420 Aussagen über 5 Marken, Score 0 bis 100

KATEGORIE	ANTEIL DER AUSSAGEN	SCORE
Leistungsumfang und Optionen	37,6 %	89,1
Marktstellung und Bekanntheit	16,7 %	92,5
Flexibilität und Konditionen	15,5 %	78,7 zieht nach unten
Preis-Leistungs-Verhältnis	12,9 %	71,6 zieht nach unten
Schadenservice und Betreuung	10,2 %	93,4
Finanzstärke und Stabilität	4,8 %	94,9
Digitalisierung und Prozesse	1,9 %	92,9

Anteil der Aussagen = Anteil dieser Kategorie an allen 420 Aussagen, Skala 0 bis 100 %. Gesamtscore aller Aussagen: 86,5, Kategorien darunter ziehen das Urteil nach unten.

Negative Treiber

Die Seiten, auf denen die negativen Aussagen stehen

Tarife ohne Wartezeit seien teurer als übliche Rechtsschutzverträge.

 **verivox.de** Vergleichsportal

Aussage: Höhere Prämien

Im Arbeits-, Miet- und Vertragsrecht gelte meist eine Wartezeit von drei Monaten.

 **checkfox.de** Makler

Aussage: Standard-Wartezeit von 3 Monaten

Sehr umfangreiche Leistungen, aber Beiträge etwas über dem Wettbewerb.

 **finanztip.de** Verbraucher-Ratgeber

Aussage: Höhere Preise als Wettbewerber

Alle drei Belegseiten gehören Dritten. Zwei beschreiben den Markt allgemein, das Modell überträgt die Aussage auf die Marke.

Was sich aus diesen Befunden **ableiten lässt.**

On-Page Eigene Seiten

- 1 Jede Kundenfrage sollte eine eigene Seite bekommen, benannt nach der spezifischen Frage des Kunden**
Nicht die Sparte in die Adresse schreiben, sondern die Situation: Beruf, Lebensmoment, Einschränkung. Die Seiten, die zitiert werden, wiederholen in ihrer Adresse die Frage, die gestellt wurde.
- 2 Eine Seite sollte jeweils nur eine Frage adressieren und diese vollständig beantworten**
Die meistzitierten Seiten werden mehrfach innerhalb derselben Antwort belegt. Das gelingt Seiten, die eine Frage erschöpfend behandeln, statt viele Fragen anzureißen. Bedingungen, Grenzen und Kosten gehören auf die Seite selbst.
- 3 Ratgeberinhalte sind Kerntreiber der KI-Zitate**
Eigene Erklärinhalte setzen sich am zuverlässigsten in Zitate um und stützen die Bedarfsseite. Die Startseite dagegen trägt praktisch nichts bei und verdient keine Priorität in dieser Disziplin.

Off-Page Fremde Seiten

- 1 Fragen Sie die fremden Seiten an, die in Ihren Versicherungssparten besonders oft zitiert werden**
Bestimmen Sie je Sparte die Handvoll fremder Seiten, auf die sich die Antworten stützen, und fragen Sie dort gezielt an: für Tests und Rankings, korrekte Tarifdaten bei Portalen und Beiträge in der Fachpresse.

Sentiment Urteil über die Marke

- 1 Preis- und Konditionsaussagen sollten dort geprüft werden, wo sie entstehen**
Die beiden Kategorien, die das Urteil nach unten ziehen, speisen sich aus fremden Seiten. Prüfen Sie regelmäßig, welche Sätze dort über Ihre Beiträge und Vertragsbedingungen stehen, und korrigieren Sie sie an der Quelle.

SITEFIRE

Alle Aktionen in einem Klick mit Sitefire Agents durchführen.

Buchen Sie sich hier eine Demo →

Hier geht es zur Website →

UNTERNEHMEN, DIE MIT SITEFIRE ARBEITEN

DWS
Xtrackers

GEV
GRUNDEIGENTÜMER-VERSICHERUNG