

HUK24 stellte ihren Online-Auftritt auf Responsive Webdesign um und generiert profitables Neugeschäft über Smartphones



Über HUK24

100-prozentige Online-Tochter der HUK-COBURG Versicherungsgruppe mit 1,5 Millionen Kunden.

- www.huk24.de
- Coburg
- 3,4 Millionen Verträge (2012)

Ziele

- Eingehen auf verändertes Nutzerverhalten, insb. wachsende mobile Zugriffszahlen, mit Responsive Webdesign
- Profitables Neugeschäft durch Werbung mit Google AdWords

Maßnahmen

- Mobile First Design
- Ausgehend von mobilen Anforderungen Anpassung der Informationsarchitektur der Website
- Schaltung von Mobile AdWords-Anzeigen für alle Kampagnen und höhere mobile Gebote (im Schnitt +20 % gegenüber den Desktop-Geboten)

Ergebnisse

- Verdopplung der Zugriffszahlen auf mobile Website zwei Monate nach Start
- Einzelne Produktkategorien erzielen bei Smartphones – im Vergleich zu Desktop – bessere Konversionsraten und günstigere Abschlusskosten (CPOs)
- Im Schnitt 10 % der Gesamtabschlüsse über Smartphones

„Wir erzielen – analog zur Verdopplung des Traffics – mobil in einigen Sparten bessere Konversionsraten und günstigere Abschlusskosten als auf Desktop. Eine Kannibalisierung der beiden Bereiche ist nicht festzustellen.“
— Jan Jost, Suchmaschine/Webcontrolling HUK24/HUK-COBURG Versicherungsgruppe

Mehr Informationen:
www.google.de

Angesichts stetig wachsender mobiler Zugriffe stellte die HUK24, einer der größten deutschen Online-Versicherungsanbieter, ihren Web-Auftritt auf Responsive Webdesign um. Der Erfolg: eine Verdopplung der mobilen Zugriffszahlen und nach acht Monaten über 10 % der Abschlüsse über Smartphones zu teilweise günstigeren Abschlusskosten.

Führender Anbieter im Bereich Online-Versicherungen

Seit der Gründung im Oktober 2000 wuchs die HUK24 zu einem der stärksten Online-Anbieter im deutschen Versicherungsmarkt. Die Tochter der HUK-COBURG Versicherungsgruppe konzentriert sich insbesondere auf die Bereiche Kfz, Hausrat, Wohngebäude und Privathaftpflicht sowie Lebensversicherungen. Im Marketing-Mix spielt Google AdWords eine wichtige Rolle, in jüngster Zeit wurde zudem mit einer Testimonial-Kampagne eine deutliche Reichweitenverstärkung erzielt.

Mit Responsive Webdesign auf verändertes Kundenverhalten reagieren

Im August 2013 wurde der gesamte Online-Auftritt einem umfangreichen Relaunch im Responsive Webdesign unterzogen. „Die konzeptionellen Vorbereitungen, Design- und Programmierarbeiten sowie weitreichende technische Änderungen liefen über knapp einhalb Jahre“, berichtet Jan Jost, zuständig für Suchmaschine und Webcontrolling. Er nennt zwei „strategische Gründe“ für den Neustart und die Entscheidung zugunsten von Responsive Webdesign: „Erstens eine spürbare Zunahme der mobilen Zugriffe um 5 % alle sechs Monate. Außerdem wollten wir uns den Mehraufwand der Pflege verschiedener Anwendungen oder Apps ersparen.“ Zunächst wurden der generelle Re-Launch von huk24.de und die Umstellung auf Responsive Webdesign in getrennten Projekten bearbeitet. Doch „die größte Herausforderung war die Informationsarchitektur.“ Denn es stellte sich heraus, dass der gesamte Re-Design-Prozess durch die Erfordernisse der kleineren Bildschirme von Tablets und Smartphones bestimmt wurde. In der Folge wurden die Projekte zusammengelegt, und im Sinne eines „Mobile-First“ Ansatzes wurde die Desktop-Ansicht ausgehend von der mobilen Ansicht entwickelt.

Verdopplung des mobilen Traffics zwei Monate nach Relaunch

Bereits in den ersten acht Wochen nach dem Relaunch verdoppelte sich der mobile Traffic auf huk24.de. Schon sehr bald wurde auch die Werbung auf mobile Google AdWords-Anzeigen umgestellt. Weil sich die Konversionsraten der mobilen Ansicht rasch sehr gut entwickelten und die Cost-per-Order (CPO) teilweise unter jenen der Desktop-Anzeigen lagen, setzte die HUK24 die Gebote für mobile Anzeigen im Schnitt um 20 % höher als die für Desktop-Anzeigen. „Inzwischen erzielen wir mobil – analog zur Verdopplung des Traffics – in einigen Sparten günstigere CPOs und Abschlüsse als über Desktop“, erklärt Jan Jost. Wobei eine Kannibalisierung nicht festzustellen sei. Er ist mit den Ergebnissen sehr zufrieden („Wir erreichen unsere Nutzer jetzt einfach noch besser.“) und empfiehlt Responsive Webdesign „für jeden, der Online-Geschäftsmodelle betreibt.“