



ad agents

CASE STUDY

KI-gestützte Suche bei Microsoft fördert Kundenbindung und Neukunden

DIE HERAUSFORDERUNG

Jedes Jahr ist im November die Hochsaison für den Versicherungswechsel - Autofahrende nehmen ihren Kfz-Versicherungsschutz genauer unter die Lupe und entscheiden, ob sie zu einem neuen Anbieter wechseln möchten. Bei so vielen Marken, die um Aufmerksamkeit konkurrieren, fällt es Verbrauchern schwer, klare und vertrauenswürdige Informationen zu finden. Da sich das Suchverhalten in Richtung KI-Steuerung entwickelt und dialogorientierter wird, erkannte die ADAC Autoversicherung AG die Notwendigkeit, sich frühzeitig anzupassen und neben der traditionellen Suche auch in neuen KI-Schnittstellen sichtbar zu sein.

STRATEGIE & UMSETZUNG

Gemeinsam mit ad agents als langjährigem Agenturpartner und Microsoft Advertising verfolgte der ADAC ein klares Ziel: überall dort präsent und informativ zu sein, wo Nutzer nach Versicherungsoptionen suchen.

So haben wir es geschafft:

- **Performance Max im gesamten Inventar von Microsoft Advertising:** ADAC setzte Performance Max-Kampagnen ein, um über KI-gestützte Suchergebnisse, native Inhalte und Zielgruppenplatzierungen mit Autofahrenden in Kontakt zu treten.



Die leuchtend gelben Fahrzeuge des ADAC sind ein vertrauter Anblick auf deutschen Autobahnen. Die als „Gelbe Engel“ bekannten Pannenhelfer stehen für Millionen von Autofahrenden für Sicherheit, Zuverlässigkeit und Fürsorge. Ihr Engagement geht über Pannenhilfe hinaus und umfasst auch zuverlässigen Versicherungsschutz.

ad agents GmbH
Tel. +49 7032 9969800
info@ad-agents.com
www.ad-agents.com





ad agents

- **Performance Max im gesamten Inventar von Microsoft Advertising:** ADAC setzte Performance Max-Kampagnen ein, um über KI-gestützte Suchergebnisse, native Inhalte und Zielgruppenplatzierungen mit Autofahrenden in Kontakt zu treten.
- **Feature zur Neukundengewinnung:** Mithilfe der Funktion „Optimieren für die Neukundenakquise“ priorisierte der ADAC gezielt Erstversicherungsnehmer:innen und erweiterte so effizient seine Reichweite, während die enge Beziehung zu bestehenden Mitgliedern erhalten blieb.
- **Zusammenarbeit mit Kundenfokus:** Das Marketingteam von ADAC arbeitete eng mit Expert:innen von ad agents und Microsoft Advertising zusammen, um Targeting, Gebotsstrategien und Creatives auf der Grundlage des tatsächlichen Suchverhaltens zu optimieren.
- **Agenturgeführte Optimierung und Umsetzung:** In enger Zusammenarbeit mit ad agents optimierte ADAC kontinuierlich Gebotsstrategien, Zielgruppensignale und die kreative Umsetzung, um das volle Potenzial von KI-gestützter Suche und Performance Max auszuschöpfen.

DIE ERGEBNISSE

Der neue Ansatz zeigte, wie die vertrauenswürdige Reputation des ADAC dazu verhalf, die Marke in KI-gestützten Sucherfahrungen hervorzuheben, einschließlich einer gesteigerten Sichtbarkeit in Copilot-Ergebnissen.

„Die KI-gestützte Suche verändert grundlegend, wie Verbraucher Marken entdecken. Microsoft Advertising hilft uns, unsere Präsenz in dieser neuen Umgebung wirklich zu verstehen und zu optimieren. Performance Max war ein entscheidender Hebel, um sowohl die Sichtbarkeit als auch das messbare Geschäftswachstum voranzutreiben.“

Stefan Daehne, Vorstandsvorsitzender, ADAC Autoversicherung AG

ad agents GmbH
Tel. +49 7032 9969800
info@ad-agents.com
www.ad-agents.com





ad_{agents}

Der Erfolg war eindeutig: Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum (01. Januar - 30. November 2024) verzeichnete der ADAC vom 01. Januar bis 30. November 2025 einen Anstieg der Klicks um 89 %, einen Anstieg der Conversions um 104 % durch Performance Max, eine 4 %-Senkung des CPA und einen Anstieg der Conversion-Rate um 8 % durch die Optimierung von Kampagnen zur Neukundengewinnung.

Auf Basis einer soliden Performance Max-Leistung aktivierte der ADAC im Dezember das Feature für Neukundenakquise (NCA), um weiteres Wachstum zu generieren. NCA lieferte bereits in den ersten Wochen vielversprechende Ergebnisse und erzielte einen ROAS von fast 600 %. Die ersten Daten deuteten auf ein erhebliches Potenzial für weitere Gewinne hin. Um diese Dynamik zu nutzen, entwickelte der ADAC seine Gebotsstrategie von tCPA zu tROAS weiter und konzentrierte sich damit stärker auf wertorientiertes Wachstum.

Aufgrund dieser nachweislichen Erfolge verdoppelte der ADAC das Microsoft Advertising Budget, um neue Wege zur Kontaktaufnahme mit Autofahrenden zu erkunden. Die gleiche Verlässlichkeit, die Autofahrer auf der Straße schätzen, leitet sie jetzt auch digital zum richtigen Versicherungsschutz.

„Im Jahr 2025 haben wir Performance Max und seine KI-Stärken konsequent für die ADAC Autoversicherung AG genutzt. Dank optimierter Gebotsstrategien, präziser Budgetverwaltung, verfeinerter Zielgruppenansprache und der Einführung des Features für die Neukundenakquise haben wir hervorragende Ergebnisse erzielt und konnten unsere Zielgruppen noch genauer ansprechen. Wir sehen in den KI-gestützten Kampagnenformaten von Microsoft ein erhebliches Potenzial und werden uns auch in Zukunft darauf konzentrieren.“

Wolfgang Schilling, Managing Director, ad agents

89 %

Anstieg der
Klicks

104 %

mehr
Conversions

4 %

Senkung
des CPA

ad agents GmbH
Tel. +49 7032 9969800
info@ad-agents.com
www.ad-agents.com

