



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Top-Ten Kfz-Versicherer mit 45 Millionen Euro Werbeplus



Die Werbeausgaben für Kfz-Versicherungen haben mit 67 Millionen Euro einen Fünf-Jahres-Höchststand erreicht. Die klassischen Versicherer bilden die werbestärkste Anbietergruppe.

Esslingen am Neckar, 21. September 2016 – Die werbungstreibenden Kfz-Versicherungen haben innerhalb von zwölf Monaten für mediale Kommunikation über 67 Millionen Euro ausgegeben. Nach einem deutlichen Rückgang im Vorjahr hat sich das Werbevolumen verdreifacht und aktuell ein neues Fünfjahreshoch erreicht.

Die zehn werbestärksten Versicherer haben ihre Werbeausgaben um beachtliche 45 Millionen Euro aufgestockt, darunter vier Direktversicherer. Gleichwohl dominieren klassische Versicherer mit einem Anteil von 66 Prozent diesen Werbemarkt. Direktversicherungen halten 27 Prozent. Auf Spezialversicherer entfallen die verbleibenden sieben Prozent.

Neben dem überwiegend genutzten Hauptmedium TV sind die Anbieter in Radio und Zeitschriften präsent. Direktversicherer wählen hauptsächlich Internet und TV zu etwa gleichen Teilen, ergänzt wird zu 13 Prozent mit Radiowerbung. In der qualitativen Kommunikationsstrategie setzen die Versicherer primär auf die Nutzenvermittlung. Potenzial ergibt sich hauptsächlich bei der Alleinstellung. In ihren Werbebotschaften sprechen einige Top-Versicherer die Gefühlsebene an und werben um Vertrauen. Andere locken verstärkt mit monetären Argumenten.



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Über die Studie:

Die „Werbemarktanalyse Kfz-Versicherung 2016“ von *research tools* untersucht die Werbeausgaben der Kfz-Versicherungen in Deutschland. Sie gibt auf 113 Seiten Einblick in Trends, Benchmarks und Strategien in den drei Anbietermärkten Klassische Versicherer, Direktversicherer und Spezialversicherer. Neben der Entwicklung von Werbespendings der Top 50 Werber werden Fünf-Jahres-Trends erstellt. Eine Analyse der Kommunikationsstrategien zehn wichtiger Werbungtreibender untersucht quantitative und qualitative Parameter und zeigt bedeutende Werbemotive. Die vorliegende Werbemarktanalyse basiert auf Daten und Motiven von AdVision digital.

Über research tools:

Die Marktforschungsberatungsgesellschaft *research tools* mit Sitz in Esslingen am Neckar bei Stuttgart bietet umsetzungsstarke, marketingorientierte Marktforschung. Ein Fokus liegt auf der Analyse unternehmerischer Marketingmaßnahmen.
Weitere Informationen: www.research-tools.net

Pressekontakt:

Uwe Matzner
research tools
Kesselwasen 10
73728 Esslingen am Neckar
Tel. +49 (0)711 - 55090381
Fax +49 (0)711 - 55090384
uwe.matzner@research-tools.net