

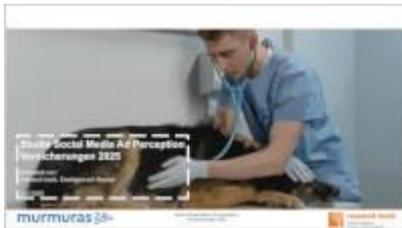


# research tools

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

## Pressemitteilung

### Drei Versicherer schalten im Durchschnitt 498 verschiedene Anzeigen auf Social Media



**Im Social Media-Werbemarkt der Versicherungsbranche schalten die Top 3 im Durchschnitt 498 verschiedene Anzeigen auf sechs Plattformen. Facebook erzielt mit 45 Prozent der Ausspielungen den größten Anteil, gefolgt von Instagram mit 28 und TikTok mit 16 Prozent.**

*Esslingen am Neckar, 18. September 2025* – Das IT-Unternehmen Murmuras GmbH erfasst die Anzeigenschaltungen zum Thema Versicherungen auf den Plattformen Facebook, Instagram, LinkedIn, Pinterest, TikTok und YouTube. Grundlage bildet ein Panel von mehr als 3.000 Verbrauchern, deren Werbewahrnehmung zwischen Februar 2024 und Januar 2025 erfasst und um Merkmale wie Soziodemografie, Plattform, Produktkategorie und Anbietertyp ergänzt wurde.

Im Erhebungszeitraum wurden den Panelisten über 8.000 unterschiedliche Anzeigen ausgespielt, was zu rund 114.000 Anzeigenwahrnehmungen führte. Damit sah ein durchschnittlicher Nutzer auf seinem Smartphone etwa alle zwölf Tage eine Versicherungsanzeige. Die Konzentration im Markt ist hoch: Etwas mehr als die Hälfte aller Ad Impressions entfallen auf die zehn werbestärksten Anbieter. Bereits die Top 3 – Allianz, ERGO und R+V vereinen 23 Prozent aller Anzeigenwahrnehmungen.

Die Anbieter mit einem besonders hohen Anteil an Ad Impressions weisen nicht zwingend den größten Anteil an verschiedenen Anzeigen auf. In diesem Ranking führt allerdings ebenfalls die Allianz mit beachtlichen 757 verschiedenen Anzeigen. Auf den Plätzen zwei und drei folgen R+V mit 398 und ERGO mit 340. Zusammengenommen schalten die drei Top-Versicherer durchschnittlich 498 verschiedene Anzeigen auf Social Media.

In der Plattformverteilung belegt Facebook mit 45 Prozent der Impressions die Spitzenposition. Instagram erreicht 28 Prozent, während TikTok mit 16 Prozent einen im Branchenvergleich überdurchschnittlich hohen Anteil aufweist. Die restlichen Ausspielungen entfallen vor allem auf YouTube und Pinterest, wohingegen LinkedIn kaum genutzt wird.

Bei den Produktkategorien dominieren Tierversicherungen mit einem Anteil von 16 Prozent. Zahnzusatzversicherungen folgen mit zwölf Prozent, Krankenversicherungen mit acht Prozent. Auf die übrigen Versicherungssparten verteilen sich die Anzeigen relativ gleichmäßig.

#### **Über die Studie:**

Die ‚Studie Social Media Ad Perception Versicherungen 2025‘ von *research tools* untersucht in Kooperation mit Murmuras GmbH auf 248 Seiten die Ad Perception im Versicherungsmarkt auf den Plattformen Facebook, Instagram, LinkedIn, Pinterest, TikTok und YouTube. Dabei wird die Anzeigenauspielung nach Soziodemographie der App-User, Plattform, Produktkategorie und Anbietertyp differenziert. In der Studie werden Anzeigenauspielungen von 469 verschiedenen Anbietern analysiert.

Weitere Informationen zur Studie:

<https://research-tools.net/studie-social-media-ad-perception-versicherungen-2025/>

**Die Studienherausgeber:**

Der Spezialist für Marketinganalyse **research tools** mit Sitz in Esslingen am Neckar bei Stuttgart bietet umsetzungsstarke, wettbewerbsorientierte Marktforschung.

<https://research-tools.net>

<https://linkedin.com/company/research-tools-net>

Die **Murmuras GmbH** aus Bonn erfasst und analysiert konsum- und werberelevante Nutzungsdaten aus Handy-Apps. Die Technologie ermöglicht es, echte Verhaltensdaten von Smartphone-Nutzern im Alltag zu messen – DSGVO-konform und ausschließlich für Studienzwecke.

<https://murmuras.com>

**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](mailto:uwe.matzner@research-tools.net)