



Pressemitteilung

Sponsoring-Studie: Krankenkassen fördern bevorzugt soziale Projekte



Mit insgesamt 492 Sponsoringprojekten zeigen sich die zehn untersuchten Krankenkassen engagiert. Im Fokus ihrer Fördermaßnahmen stehen vor allem soziale Projekte, wovon die Hälfte auf den Bereich „Gesundheit“ und ein Viertel auf den Bereich „Kinder/Jugendliche“ entfallen.

Esslingen am Neckar, 06. März 2025 – In der thematischen Ausrichtung der Sponsoringaktivitäten der zehn analysierten Krankenkassen dominiert der Bereich „Soziales“ mit einem Anteil von 55 Prozent aller erfassten Projekte. Mit deutlichem Abstand folgt Sport, der knapp ein Viertel aller Projekte auf sich vereint. Bildung erreicht einen Anteil von 16 Prozent, während lediglich zwölf Initiativen dem Umweltbereich und zehn der Kultur zugeordnet sind.

Bei den sozialen Projekten engagieren sich die Krankenkassen verstärkt mit insgesamt 131 Sponsorings im Bereich „Gesundheit“ durch unter anderem der Förderung von kommunalen Gesundheitseinrichtungen, wozu beispielsweise Begegnungsstätten für Senioren zählen. Es folgen die Kategorien „Kinder- und Jugendliche“ und „Menschen mit Behinderung“, bei denen häufig Selbsthilfeorganisationen finanziell unterstützt werden.

Sportsponsorings konzentrieren sich auf Einzeldisziplinen und Mannschaftssportarten, wobei Krankenkassen teils als Hauptsponsoren national bekannter Vereine auftreten. Im Bildungssponsoring stehen vorrangig Schulen und Vorschulen im Fokus, oft mit gezielten Bildungs- und Lernprogrammen. Hochschulen folgen an zweiter Stelle, insbesondere durch die Förderung von Forschungsprojekten.

Mit einem Anteil von 77 Prozent besteht der Großteil der Sponsoringaktivitäten aus regionalen Projekten, wobei der Fokus je nach Krankenkasse stark variiert. Die HKK weist mit 91 Prozent den höchsten Regionalanteil auf, gefolgt von AOK Bayern und Knappschaft mit jeweils 88 Prozent. MKK hingegen setzt mit 75 Prozent stärker auf nationale Förderprojekte. Langfristige Engagements dominieren mit 58 Prozent, während jährliche Aktionen (21 %) und einmalige Sponsoringmaßnahmen (18 %) eine geringere Rolle spielen.

Eine Betrachtung der Anbieterkennzahlen offenbart, dass sich insbesondere die HEK mit einem Anteil von 94 Prozent ihrer Projekte auf den Bereich „Soziales“ konzentriert. Gemessen an allen sozialen Projekten ist allerdings die DAK-Gesundheit mit 27 Prozent, bzw. 74 Sozialsponsorings führend. Im Bildungssektor führt die TK mit 36 Prozent, während jeweils rund ein Viertel aller Projekte auf die Barmer und AOK Bayern entfallen.

Über die Studie:

Die ‚Studie Sponsoring Krankenkassen 2025‘ von *research tools* analysiert 492 Sponsoringprojekte der zehn besonders sponsoringaktiven Krankenkassen AOK Bayern, Barmer, DAK-Gesundheit, HEK, HKK, IKK Classic, KKH, Knappschaft, MKK und Techniker Krankenkasse. Sie gibt auf 183 Seiten Einblick in die fünf Sponsoringbereiche Bildung,

Kultur, Soziales, Sport und Umwelt. Der Untersuchungszeitraum der analysierten Projekte umfasst zwölf Monate.

Weitere Informationen zur Studie:

<https://research-tools.net/studie-sponsoring-krankenkassen-2025/>

Die Studienherausgeber:

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

www.research-tools.net

www.linkedin.com/company/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