



# research tools

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

## Pressemitteilung

### Kfz-Versicherung ist das Top-Produkt im Werbemarkt der Direktversicherer



**Kfz-Versicherungen sind das Top-Produkt im Werbemarkt für Direktversicherungen. Auf sie entfallen mehr als zwei Drittel des gesamten Werbevolumens. Als Newcomer erzeugt ranDirect hohe mediale Aufmerksamkeit.**

*Esslingen am Neckar, 05. August 2021* – Die Werbeausgaben für Direktversicherungen in Deutschland summieren sich innerhalb von zwölf Monaten auf über 223 Millionen Euro. Vor allem Kfz-Versicherungen sind in der Werbelandschaft überaus präsent. 69 Prozent der gesamten Werbeausgaben entfallen auf dieses Produkt. Etwa jeder sechste Werbeeuro fließt in Kranken- und Haftpflichtversicherungen. Die Anteile der übrigen Direktversicherungsprodukte liegen bei jeweils unter drei Prozent. Die Branche verbreitet die Werbebotschaft überwiegend via Internet. Drei der Top 10-Versicherer verstärken ihren Werbedruck mittels TV-Spots. Eher selten schalten die Anbieter Radio- oder Zeitschriftenwerbung.

Die Anzahl Werbungtreibender oszilliert in einem überaus engen Korridor. Zwischen 11 und 19 Anbieter werben monatlich für ihre Produkte. Obwohl der Volumenpeak klar auf den Herbst fällt – dies ist dem hohen Werbeanteil an Kfz-Versicherungen geschuldet – zeigen sich Direktversicherer durchaus auch in den anderen Jahreszeiten medial präsent.

Sieben der zehn werbestärksten Anbieter von Direktversicherungen bewerben die Kfz-Versicherung, darunter Allianz Direct, CosmosDirekt, Friday und Verti. Der noch junge Kfz-Versicherer ranDirect erzeugt umgehend einen starken Werbedruck. Hinter dem Newcomer stehen HDI und ProSiebenSat1 als Kooperationspartner.

#### **Über die Studie:**

Die ‚Werbemarktanalyse Direktversicherungen 2021‘ von *research tools* untersucht die Werbeausgaben für Direktversicherungen in Deutschland. Sie gibt auf 70 Seiten Einblick in Trends, Benchmarks und Strategien und zeigt quantitative Fünf-Jahres-Trends für 30 Anbieter auf. Eine Analyse des Mediensplits zeigt die Werbeausgabenentwicklung differenziert nach Medien.

Weitere Informationen zur Studie:

<https://research-tools.net/werbemarktanalyse-direktversicherungen-2021>

Link zum Video auf YouTube:

<https://www.youtube.com/watch?v=PYOt5TnM8Ms>

#### **Die Studienherausgeber:**

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](http://www.research-tools.net)

Werbespendingdaten und Werbemotive der Studie beziehen sich auf den deutschen Markt und entstammen der Werbedatenbank des unabhängigen Medienbeobachters **AdVision digital**, Hamburg, [www.advision-digital.de](http://www.advision-digital.de)

**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)