



# research tools

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

## Pressemitteilung

### Werbung Kfz-Versicherung: 29 Millionen Euro allein im November



**Über ein Drittel der gesamten Werbeausgaben für Kfz-Versicherungen in Höhe von 77 Millionen Euro fallen in den Monat November. Der Anteil der werbenden Direktversicherer hat um 21 Prozent zugenommen.**

*Esslingen am Neckar, 29. August 2018* – Die Werbeausgaben für Kfz-Versicherungen bewegen sich relativ konstant auf hohem Niveau. Nach einem Tiefpunkt in der Periode 2014/2015 schwankten die Werbeausgaben in den vergangenen drei Jahren zwischen 76 und 80 Millionen Euro pro Jahr. Pro Monat werben im Durchschnitt 18 Versicherer. Im werbestarken Monat November 2017 haben gar 31 Anbieter ihr Kfz-Produkt mit einem Volumen von 29 Millionen Euro medial kommuniziert. Ein Großteil der Werbeausgaben stemmen Allspartenversicherer. Auf sie entfällt ein Anteil von 62 Prozent, Direktversicherer repräsentieren nach einer deutlichen Zunahme 29 Prozent der Werbeausgaben. Spezialisten sind mit weniger als zehn Prozent medial aktiv.

Die HUK-Coburg ist die große Konstante im Werbeausgabenranking der Kfz-Versicherung. In den letzten fünf Jahren platziert sich der Versicherer als Topwerber mit deutlichem Abstand zu den Mitbewerbern. Auf den anderen Rängen ist viel Bewegung. Allianz und DA Direkt präsentieren im zuletzt betrachteten Zwölf-Monats-Betrachtungszeitraum hohe Werbevolumenaufstockungen. Newcomer auf dem deutschen Versicherungsmarkt und zugleich unter den zehn werbestarken Versicherern ist der digitale Kfz-Versicherer Fri:day.

TV ist mit hohen Anteilen das Haupt-Werbemedium. Bei der Internet-Bannerwerbung ist über die Jahre eine Zunahme feststellbar, Radiowerbung hingegen verzeichnet mit einem Anteil von aktuell acht Prozent nur geringe Schwankungen. Auffallend ist die Nutzung eines breiten Mediensplits der zehn Topwerber. Im Schnitt nutzen die Versicherer einen Mix aus 2,8 Medien bestehend aus Internet, Radio, TV, Zeitschriften und Zeitungen.

**Über die Studie:**

Die „Werbemarktanalyse Kfz-Versicherung 2018“ von *research tools* untersucht die Werbeausgaben für Kfz-Versicherungen in Deutschland. Sie gibt auf 126 Seiten Einblick in Trends, Benchmarks und Strategien in vier Teilmärkten. Neben der Entwicklung von Werbespendings für 40 Werber werden Fünf-Jahres-Trends erstellt. Eine Analyse der Kommunikationsstrategien zehn wichtiger Werbungtreibender untersucht quantitative und qualitative Parameter und zeigt bedeutende Werbemotive.

Weitere Informationen zur Studie:

<https://research-tools.net/werbemarktanalyse-kfz-versicherung-2018/>

**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)