



# research tools

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

## Pressemitteilung

### Private Krankenversicherungen mit hohen Werbezuwächsen



**Mit 59 Millionen Euro werben Versicherer für ihre Produkte der privaten Krankenversicherung. Derzeit steht die Zahnzusatzversicherung im medialen Fokus.**

*Esslingen am Neckar, 27. Juni 2018* – Die Werbeaktivitäten für private Krankenversicherungen haben stark zugenommen. Innerhalb von zwei Jahren sind die Werbeausgaben um

72 Prozent gestiegen und liegen damit aktuell bei einem Volumen von rund 59 Millionen Euro innerhalb von zwölf Monaten. Die einzelnen Produktkategorien unterliegen in ihrer medialen Präsenz starken Schwankungen. Standen von einigen Perioden noch Pflege- und Krankenversicherungen im medialen Fokus, so wurde innerhalb der vergangenen zwölf Monate die Zahnzusatzversicherung mit rund 48 Millionen Euro am stärksten beworben. Von den sieben Marken, die jeweils mit über einer Million Euro Gesamtbudget für private Krankenversicherungen werben, sind fünf für das Produkt Zahnzusatz medial aktiv.

Der Topwerber im Markt der privaten Krankenversicherungen ist Ergo Direkt. Der Anbieter hat im aktuell untersuchten zwölf-Monats-Zeitraum seine Werbeausgaben enorm aufgestockt. Insgesamt haben sechs der zehn werbestarken Versicherer die Werbeausgaben im Vergleich zum Vorjahr erhöht. Newcomer in den Top 10 der werbestarken privaten Versicherer sind die Marken Maxcare und Ottonova. Auffallend ist unter den werbenden Versicherern der hohe Anteil von Allsparten-Versicherern. Sie repräsentieren knapp drei Viertel der medialen Gesamtkommunikation. Der Anteil der Spezialversicherer liegt bei 17 Prozent.

**Über die Studie:**

Die „Werbemarktanalyse Private Krankenversicherung 2018“ von *research tools* untersucht die Werbeausgaben für private Krankenversicherungen in Deutschland. Sie gibt auf 142 Seiten Einblick in Trends, Benchmarks und Strategien in fünf 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-private-krankenversicherung-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)