



# research tools

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

## Pressemitteilung

### Tierversicherung: PetProtect ist seit Jahren werbeaktivste Marke



**Das Werbevolumen für Tierversicherungen ist im Vergleich zum Vorjahr deutlich zurückgegangen. Übers Jahr sind in der Summe 32 Marken werblich aktiv. Seit Jahren steht PetProtect an der Spitze des Werberankings.**

*Esslingen am Neckar, 14. Dezember 2023* – Im Werbemarkt für Tierversicherungen belaufen sich die Spendings auf rund

42 Millionen Euro. Im Vergleich zum Vorjahr ist das Kommunikationsvolumen um mehr als 20 Prozent zurückgegangen, im Fünf-Jahres-Vergleich zeigt sich der absolute Volumenpeak in der Vorjahresperiode. Die Anzahl Werbungtreibender hat sich indes seitdem nicht gravierend verändert. Sie liegt aktuell bei durchschnittlich zwölf Anbietern pro Monat. Übers Jahr gesehen sind insgesamt 32 Marken werblich aktiv.

Das Medium TV dominiert den Werbemarkt mit einem Volumenanteil von 86 Prozent, fünf der zehn Topwerber schalten TV-Spots. Internetwerbung summiert sich auf einen Volumenanteil von elf Prozent. Entsprechend gering fallen die Ausgaben für die Mediengattungen Out-of-Home, Print und Radio aus.

Beide großen Anbietergruppen – Spezialversicherer und Allspartenversicherer – haben ihre Werbeausgaben im Vorjahresvergleich gekürzt. Erstgenannte sind in der aktuellen Periode im Werbemarkt mit 66 Prozent Volumenanteil stark präsent, auf Allspartenversicherer entfallen 30 Prozent. Seit Jahren ist PetProtect die werbestärkste Marke für Tierversicherungen, DFV Deutsche Familienversicherung und HanseMercur komplettieren aktuell das Topwerber-Trio. Neben PetProtect finden sich mit Figo Pet, Petolo und Petplan weitere Spezialisten unter den zehn werbestarken Marken.

#### **Über die Studie:**

Die ‚Werbemarktanalyse Tierversicherung 2023‘ von *research tools* untersucht die Werbeausgaben der Anbieter für Tierversicherungen in Deutschland. Sie gibt auf 67 Seiten Einblick in Trends, Benchmarks und Strategien und zeigt quantitative Fünf-Jahres-Trends für 20 Marken auf. Für zehn Top-Marken visualisiert neben einer zeitlichen Werbedruckverteilung nach Mediengattungen eine statistische Kommunikationspositionierung auf Basis Jahreszeiten und Mediensplit die Allokation der Budgets.

Weitere Informationen zur Studie:

<https://research-tools.net/werbemarktanalyse-tierversicherung-2023>

#### **Der Studienherausgeber:**

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

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

[www.linkedin.com/company/research-tools-net](https://www.linkedin.com/company/research-tools-net)

Werbependingdaten 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)