



# research tools

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

## Pressemitteilung

### Werbedynamik bei Vergleichsportalen: Check24 viermal in fünf Jahren an der Spitze



**Über vier Jahre konnte sich Check24 an der Spitze des Ausgabenrankings für Markenwerbung von Vergleichsportalen halten. Dabei decken TV und Internet mit einem Anteil von insgesamt rund 95 Prozent den Großteil der Werbeausgaben nach Mediengattungen ab.**

*Esslingen am Neckar, 13. Juni 2024 – Das mediale*

Kommunikationsvolumen von Vergleichsportalsmarken ist innerhalb der letzten fünf Jahre deutlich gesunken. Um fast 50 Prozent haben die Anbieter ihre Werbung im Vergleich zum Ausgangsjahr März 2019 bis Februar 2020 reduziert. Damit summieren sich die Werbeausgaben innerhalb der letzten zwölf Monate auf rund 357 Millionen Euro. Parallel zum Volumenrückgang zeigt die Anzahl der monatlich aktiven werbungstreibenden Marken seit 2020 ebenfalls einen negativen Trend. Lediglich im Jahr davor lag sie mit 104 unter dem aktuellen Wert von 113.

In diesem dynamischen Umfeld konnte sich Check24 in vier von fünf analysierten Zwölf-Monats-Zeiträumen an der Spitze des Ausgabenrankings für Vergleichsportalsmarken halten. Im letzten Analysezeitraum wurde der Anbieter allerdings von Verivox abgelöst. Auf die drei Topwerber des Rankings entfallen 44 Prozent der gesamten Spendings.

In allen der fünf analysierten Zwölf-Monats-Zeiträumen transportieren vor allem die Mediengattungen TV und Internet die Markenwerbung zum potenziellen Kunden. TV ist mit 68 Prozent das mit Abstand beliebteste Medium. Zusammen mit Internetwerbung, die einen Anteil von 27 Prozent erreicht, decken diese beiden Kanäle die Gattungen fast vollständig ab. In den letzten fünf Jahren hat sich das Verhältnis mit einigen Rücksetzern zugunsten der Internetwerbung verschoben. Von den Top 3 Anbietern zeigt Verivox neben einem Fokus auf TV-Werbung die breiteste Verteilung seiner Spendings auf verschiedene Mediengattung, während Markt guru hauptsächlich auf TV- und Internetwerbung setzt.

#### **Über die Studie:**

Die ‚Werbemarktanalyse Vergleichsportale 2024‘ von *research tools* untersucht die Werbeausgaben von Vergleichsportalsmarken in Deutschland. Sie gibt auf 181 Seiten Einblick in Trends, Benchmarks und Strategien und zeigt quantitative Fünf-Jahres-Trends für 150 Anbieter auf. Zusätzlich zur zeitlichen Verteilung der Werbeaktivitäten nach Mediengattungen bietet die Studie eine statistische Analyse der Kommunikationsstrategien basierend auf Jahreszeiten und Mediennutzung. Für die zehn führenden Marken werden Budgetallokationen visualisiert.

Weitere Informationen zur Studie:

<https://research-tools.net/werbemarktanalyse-vergleichsportale-2024/>

**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](http://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)