

+++ AOK Baden-Württemberg +++ AOK Bayern +++ AOK NordWest +++ AOK PLUS +++ AOK Rheinland/Hamburg +++ AOK Rheinland-Pfalz/Saarland +++ AOK Sachsen-Anhalt +++ AOK-Bundesverband +++ BARMER +++ DAK +++ IKK +++ KKH +++ und weitere 49 Krankenkassen

Studiensteckbrief

Studie Social Media Ad Perception Krankenkassen 2026

Detaillierte Analyse der Top 60 Marken

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

April 2026

Informationen zur Studie

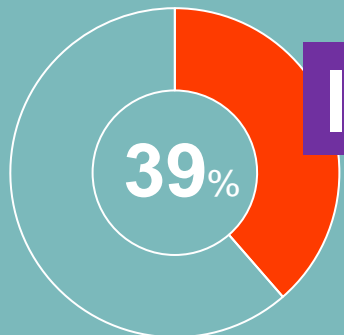
Ausgewählte Key Facts:

- 61 Krankenkassen haben im Untersuchungszeitraum Anzeigen auf Facebook, Instagram, LinkedIn, Pinterest, TikTok und YouTube geschaltet.
- Auf die zehn Top-Advertiser entfallen 66% Prozent aller Ad Impressions.
- Die Mehrzahl der Anzeigen wird auf Facebook und Instagram ausgespielt. LinkedIn, Pinterest, TikTok und YouTube verzeichnen deutlich weniger Ad Impressions.
- 61% der Adressaten von Social Media-Anzeigen sind Frauen. 30% der Werbung richtete sich an die Altersgruppe der 30- bis 39-Jährigen.
- Die Anbieter mit besonders vielen verschiedenen Anzeigen verzeichnen nicht zwingend die meisten Ad Impressions.
- Am häufigsten werden Anzeigen zur Produktkategorie ‚Vertrieb & Marketing‘ ausgespielt. Deren Anteil fällt aber bei den verschiedenen Anbietern sehr unterschiedlich aus.

Informationen zur Studie

Key Facts der Analysebereiche:

Ad Locations



In Im Plattformvergleich hält Instagram höhere Anteile als Facebook, LinkedIn, Pinterest, TikTok und YouTube.

Soziodemografie



Die Top 10-Anbieter spielen jeweils mindestens **54%** der Anzeigen an Frauen aus

Ad Impressions

61 Krankenkassen schalten Anzeigen

Anzeigen



Die Top 3-Anbieter schalten **Ø 154** verschiedene Anzeigen

Ad Impressions



66% aller Ad Impressions entfallen auf die Top 10-Anbieter

Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

Analyse der Ad Perception von Anzeigen der Krankenkassen

Soziodemografie, Social Media-Plattform, Anzahl Ads, Screen Time und Produktkategorien, detailliert für die Top 60-Marken

auf den Plattformen **Facebook, Instagram, LinkedIn, Pinterest, TikTok, YouTube**

alle Ergebnisse **im Wettbewerbsvergleich** auf 117 PowerPoint-Seiten

als PDF und PowerPoint-Datei **kurzfristig** verfügbar

die Studie ist **objektiv, unabhängig** und **neutral**

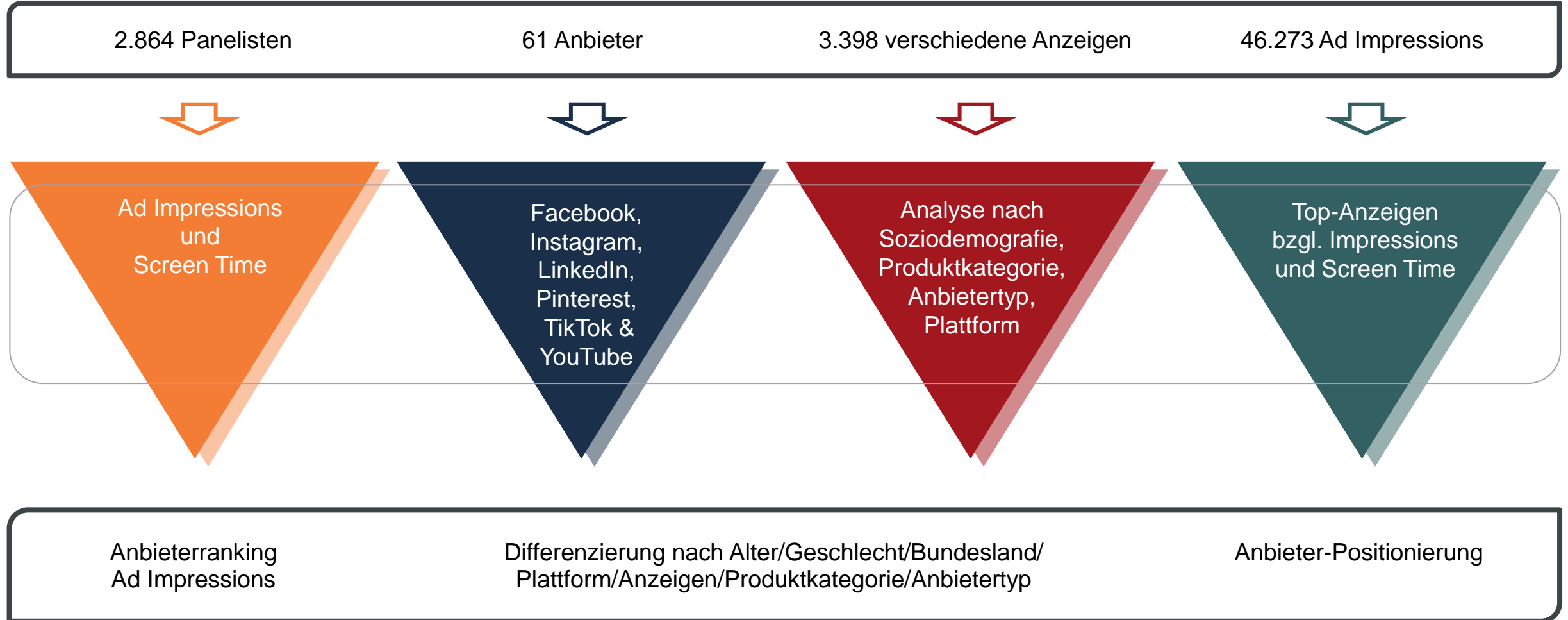
Nutzen: Benchmarks der Social Media Ad Perception sowie Überprüfung der eigenen Positionierung

61 Advertiser (Krankenkassen):

- ...
- mhplus Krankenkasse
- mkk
- Mobil Krankenkasse
- Novitas BKK
- Pronova BKK
- R+V BKK
- SBK
- SKD BKK
- Techniker Krankenkasse
- Viactiv Krankenkasse
- ...

Informationen zur Studie

Konzeption:



Informationen zur Studie

Studieninhalte:

Die Studie analysiert unter anderem folgende **Aspekte:**

- welche Advertiser sind führend hinsichtlich ihrer Ad Impressions?
- wie verteilen sich die Ad Impressions auf die sechs Plattformen Facebook, Instagram, LinkedIn, Pinterest, TikTok und YouTube?
- welche Anteile entfallen auf die Anzeigenarten?
- welche soziodemografischen Schwerpunkte bezüglich Alter, Geschlecht und Bundesland zeigen die Anbieter?
- welche Anbieter schalten besonders viele verschiedene Anzeigen?
- welche Anbieter stechen bei der Screen Time heraus?
- welche Positionierung nehmen die Top 10-Anbieter im Wettbewerbsvergleich ein?

Die Studie in Zahlen:

- 61 Krankenkassen, davon Top-60 mit Ad-KPIs
- 6 Plattformen: Facebook, Instagram, LinkedIn, Pinterest, TikTok und YouTube mit 9 Ad Locations
- Analyse nach 3 soziodemografischen Merkmalen
- Top 10-Anbieter mit Screen Time
- Positionierungsanalyse Top 10-Marken

Forschungsdesign:

research tools ermittelt die Ad Perception der Anbieter auf den sechs Plattformen Facebook, Instagram, LinkedIn, Pinterest, TikTok und YouTube innerhalb des deutschsprachigen Raums. Die Daten stammen vom Co-Herausgeber Murmuras GmbH, der mittels App die Anzeigenwahrnehmung in den Social Media erfasst. Diese wird nach Soziodemografie, Plattform, Produktkategorie und Anbietertyp differenziert für 60 Anbieter ausgewiesen. Die Studie wurde objektiv, unabhängig und neutral erstellt und ist im April 2026 erschienen.

Preis der Studie: Die 117 Seiten umfassende Studie kostet **3.800 EUR** zuzüglich Mehrwertsteuer.

Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	4
➤ Forschungsdesign	12
➤ Ad Impressions	15
Ranking Ad Impressions Top 10 und mit allen Anbietern	
➤ Plattformen	21
Verteilung der Ad Impressions auf die Plattformen insgesamt und für alle Top 60-Anbieter	
➤ Ad Locations	29
Verteilung der Ad Impressions auf die Ad Locations insgesamt und für alle Top 60-Anbieter	
➤ Geschlecht	37
Verteilung der Ad Impressions nach Geschlecht insgesamt und für alle Top 60-Anbieter	
➤ Altersklassen	43
Verteilung der Ad Impressions auf die Altersklassen insgesamt und für alle Top 60-Anbieter	
➤ Bundesland	51
Verteilung der Ad Impressions auf die Bundesländer insgesamt und für alle Top 60-Anbieter	

Inhaltsverzeichnis

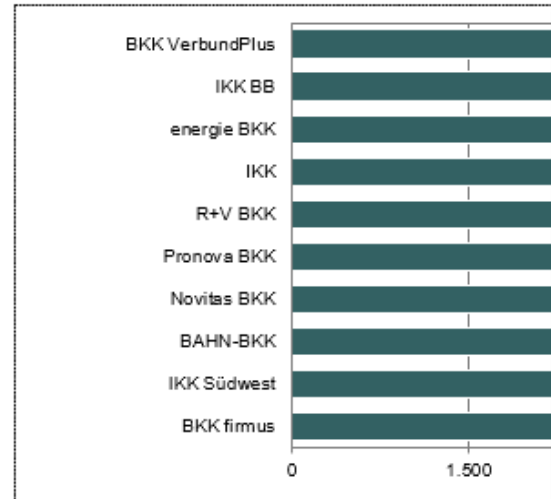
➤ Anzeigen	59
Anzahl verschiedener Anzeigen der Top 10-Anbieter, Verteilung Anzahl der Anzeigen auf die Plattformen, Anzeigen mit den meisten Ad Impressions der Top 10-Anbieter bei Ad Impressions	
➤ Screen Time	85
Top 10-Anbieter Anzeigen-Screen Time, Ranking Anbieter nach Anzeigen-Screen Time, Vergleich Anteil Ad Impressions und Anzeigen-Screen Time, Verteilung Anzeigen-Screen Time auf die Plattformen, Anzeigen mit der höchsten Screen Time	
➤ Produktkategorien	93
Verteilung der Ad Impressions auf Anzeigeninhalte insgesamt und für alle Top 60-Anbieter	
➤ Anbietertyp	102
Anzahl Anbieter und Anteil Ad Impressions der Anbietertypen, Top 5-Anbieter innerhalb der Anbietertypen, Konzentration Ad Impressions auf Anbietertypen	
➤ Positionierungsanalyse	111
Positionierung der Top 10 Anbieter nach Ad Impressions innerhalb der KPIs	
➤ Kontakt	116

Analysebeispiele (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Ad Impressions

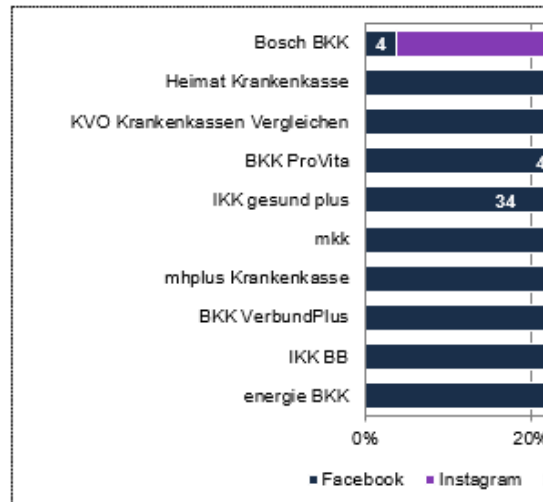
Ranking Ad Impressions im Zeitraum 01.03.2025 bis 28.02.2026 (Top 10)



murmuras

Plattformen

Verteilung der Ad Impressions auf die Plattformen (Top 10, Angaben in %)

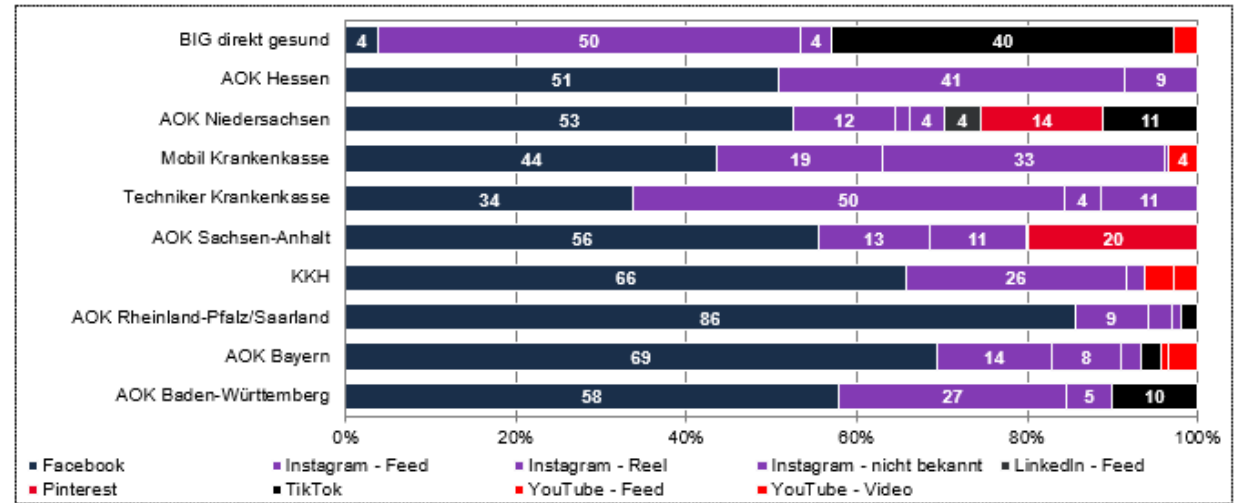


murmuras

In welchen Ad Locations zeigt sich Potenzial?

Ad Locations

Verteilung der Ad Impressions auf die Ad Locations (Top 10, Angaben in %)



murmuras

Studie Social Media Ad Perception
Krankenkassen 2026

research tools
Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

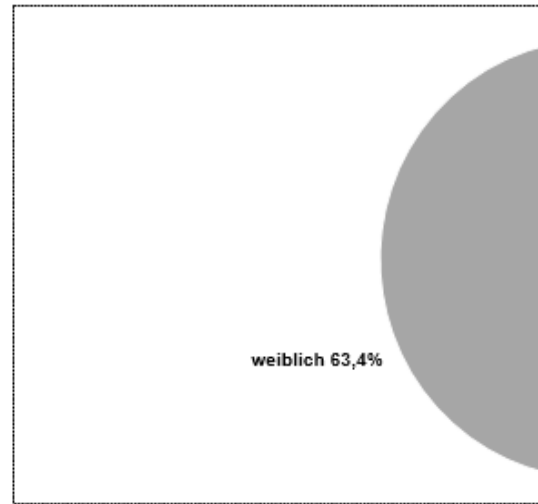
Welche Anbieter dominieren bei den Ad Impressions?

Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Geschlecht

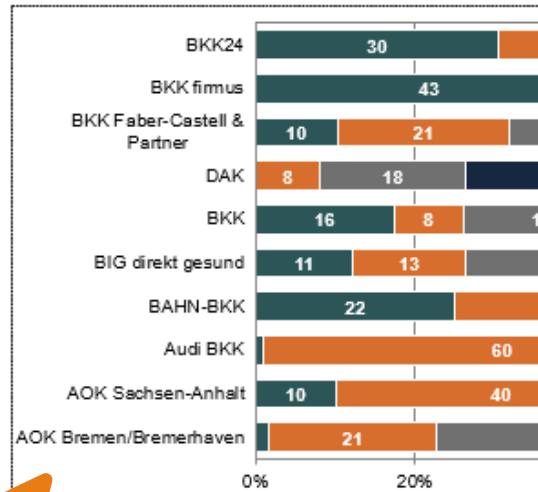
Verteilung der Ad Impressions nach Geschlecht



murmuras

Altersklassen

Verteilung der Ad Impressions auf die Altersklassen (Top 10)



murmuras

Welche Anbieter schöpfen ihr Potenzial voll aus?

Welches sind Anzeigen mit den meisten Ad Impressions?

Bundesland

Verteilung Ad Impressions auf die Bundesländer (Anbieter sortiert nach Anzahl Ad Impressions, Angaben in %)

Rang	Anbieter	BW ¹	BY ²	BE ³	BB ⁴	BH ⁵	HE ⁶	MV ⁷	NF ⁸	NW ⁹	RP ¹⁰	RS ¹¹	SN ¹²	ST ¹³	SH ¹⁴	TH ¹⁵
46	BKK Herkules	5,4	24,3	0,0	0,0	2,7	2,7	2,7	2,7	18,9	2,7	21,8	5,4	0,0	10,8	0,0
47	BKK Melitta HMR	40,0	14,3	0,0	0,0	2,9	2,9	0,0	8,8	5,7	2,9	20,0	0,0	2,9	0,0	0,0
47	Krankenkassenkompass.ch	17,1	5,7	0,0	0,0	2,9	0,0	0,0	11,4	22,9	11,4	14,3	0,0	8,8	5,7	0,0
49	BKK Scheufelen	28,5	0,0	0,0	0,0	0,0	2,9	0,0	0,0	17,6	0,0	0,0	0,0	44,1	5,9	2,9
51	Die Bergische Krankenkasse	15,8	3,1	0,0	0,0	9,4	0,0	3,1	12,5	34,4	0,0	0,0	6,3	0,0	15,8	0,0
52	BKK24	6,9	0,0	0,0	0,0	17,2	24,1	0,0	48,3	0,0	0,0	3,4	0,0	0,0	0,0	0,0
52	BKK familyplus	0,0	0,0	0,0	10,3	0,0	0,0	3,4	0,0	3,4	0,0	79,3	3,4	0,0	0,0	0,0
54	WMF BKK	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	98,4	0,0	0,0	0,0	3,6	0,0	0,0
54	BKK	0,0	14,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	17,9	35,7	3,6	7,1	7,1	3,6	3,6	7,1
56	KrankenkassenVergleich24	7,4	7,4	3,7	0,0	7,4	0,0	0,0	18,5	25,9	0,0	14,8	7,4	0,0	7,4	0,0
57	BKK VDN	0,0	11,5	3,8	15,4	7,7	19,2	0,0	3,8	19,2	3,8	11,5	0,0	0,0	3,8	0,0
58	BKK Gildemeister Seidensticker	0,0	12,0	0,0	44,0	0,0	0,0	0,0	0,0	32,0	0,0	4,0	8,0	0,0	0,0	0,0
59	BKK DürkoppAdler	20,8	4,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	29,2	4,2	25,0	4,2	12,5	0,0	0,0
59	Check24	0,0	20,8	4,2	0,0	0,0	0,0	0,0	8,3	0,0	0,0	20,8	0,0	29,2	4,2	12,5
59	Continental BKK	20,8	4,2	0,0	0,0	16,7	0,0	0,0	12,5	25,0	4,2	4,2	4,2	0,0	8,3	0,0

¹ Baden-Württemberg, ² Bayern, ³ Berlin, ⁴ Brandenburg, ⁵ Bremen und Hamburg, ⁶ Hessen, ⁷ Mecklenburg-Vorpommern, ⁸ Niedersachsen, ⁹ Nordrhein-Westfalen, ¹⁰ Rheinland-Pfalz, ¹¹ Saarland, ¹² Sachsen, ¹³ Sachsen-Anhalt, ¹⁴ Schleswig-Holstein, ¹⁵ Thüringen

murmuras

Studie Social Media Ad Perception Krankenkassen 2026

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Produktkategorien

Anteil der Top 10 Anbieter nach Ad Impressions

Anbietertyp

Top 5 nach Anbieter-Typ (Angaben als Rang Ad Impressions und Anzahl Ad Impressions)

Allgemeine Ortskrankenkassen		
9.	AOK Bayern	1.7
10.	AOK Rheinland-Pfalz/Saarland	1.7
12.	AOK Sachsen-Anhalt	1.4
15.	AOK Niedersachsen	1.0
16.	AOK Hessen	9

Ersatzkassen		
11.	KKH	1.5
13.	Techniker Krankenkasse	1.3
18.	hkk	7
19.	KNAPPSCHAFT	7
43.	HEK	7

Positionierungsanalyse

Positionierung/Ähnlichkeit der Top 10-Anbieter nach Ad Impressions

Top 10 providers plotted: BARMER, BKK, hkk, Facebook, SBK, IKK, Instagram, Audi BKK, Pinterest, DAK, YouTube, BKK firmus, LinkedIn, mkk, TikTok, BAHN-BKK.

Wie positionieren sich die 10 Top-Advertiser?

Welche Marken liegen in meiner Anbietergruppe vorne?

Studie Social Media Ad Perception Krankenkassen 2026

research tools Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Bestellformular

Ihre Bestellung nehmen wir gerne per formloser E-Mail oder mit ausgefülltem Bestellformular entgegen.

E-Mail: uwe.matzner@research-tools.net

FAX: +49 (0)711 – 55090384

Auftragnehmer: research tools, Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar

Hiermit bestellen wir zum Preis in Höhe von 3.800 EUR zzgl. MwSt. die **Studie Social Media Ad Perception Krankenkassen 2026**.

Auftraggeber:

Firma: _____

Ansprechpartner: _____

E-Mail: _____

Position/Funktion: _____

Datum, Ort, Unterschrift: _____

Ihre Ansprechpartner für diese Studie sind:



Qais Kasem

Geschäftsführer Murmuras GmbH
Tel. +49 (0)228 965 977 11
qais@murmuras.com
Murmuras GmbH
Meckenheimer Allee 73, 53115 Bonn
murmuras.com/de



Uwe Matzner

Geschäftsführer research tools
Diplom-Kaufmann, Marktforscher BVM
Tel. +49 (0)711 – 55090381
uwe.matzner@research-tools.net
research tools, research-tools.net
Kesselwasen 10, 73728 Esslingen a. N.

Das IT-Unternehmen Murmuras erfasst und analysiert konsum- und werberelevante Nutzungsdaten aus Handy-Apps. Diese Technologie ermöglicht es, schneller auf Trends zu reagieren und Entscheidungen für das mobile Marketing zu treffen.

Seit 2005 positioniert sich research tools als Spezialist für Marketinganalyse und ergänzt mit der Studienreihe ‚Social Media Ad Perception‘ sein Marketinganalytik-Spektrum.

Zuletzt zur Branche Krankenkassen erschienen:

- Werbemarktanalyse Zahnzusatzversicherung 2025
- Studie eVisibility Krankenkassen 2025
- Studie Social Media-Performance Krankenkassen 2025
- Studie Sponsoring Krankenkassen 2025
- Werbemarktanalyse Gesetzliche Krankenversicherung 2024
- Studie Versicherungs-Zielgruppe Gesetzlich Krankenversicherte 2023

