

+++ AOK PLUS +++ BARMER +++ DAK-Gesundheit +++ HEK +++ HKK +++ IKK Südwest +++
KKH +++ Knappschaft +++ Landwirtschaftliche Krankenkasse +++ Techniker Krankenkasse +++ AOK PLUS

Studiensteckbrief

Studie Sponsoring Krankenkassen 2019

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

Juli 2019



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie
Sponsoring Krankenkassen 2019

Informationen zur Studie

Ausgewählte Ergebnisse:

- Der Sponsoringschwerpunkt der zehn analysierten Krankenkassen liegt in der Förderung von sozialen Projekten. Im Sportsponsoring entfallen über die Hälfte der Projekte auf Mannschaftssportarten.
- Innerhalb von zwölf Monaten verzeichneten die zehn Krankenkassen mehr als 140 neue Sponsoringprojekte.
- Barmer und TK weisen die höchsten Anteile an Bildungsprojekten in ihrem Sponsoring-Projektportfolio auf.
- Der Anteil regionaler Projekte liegt über alle zehn Krankenkassen gesehen bei 36 Prozent.
- Etwa jedes neunte geförderte Projekt erfährt einmalige Unterstützung.
- Zur Kommunikation der Sponsoringprojekte bedient sich ein Großteil der Krankenkassen verschiedener Social Media-Kanäle. Fast alle Postings werden mit Fotos und/oder Videos angereichert. Lediglich drei Prozent der Postings sind ohne visuelle Elemente.
- Im Durchschnitt ist der Sponsor bei 78 Prozent der Projekte auf der Website des Sponsoringnehmers sichtbar.
- Auf die spezifische Zielgruppe Kinder, Jugendliche sowie Studenten entfallen zusammen rund 16 Prozent der Sponsoringprojekte.

Informationen zur Studie

Wichtigste USPs:

Scope: Analyse von **690 Sponsoringprojekten**

von **zehn** ausgewählten **Krankenkassen**

Sponsoringbereiche: Bildung, Kultur, Soziales, Sport, Umwelt

alle Information auf **201 PowerPoint-Seiten**

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

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

Nutzen: Basis für klare Positionierung, Benchmarking

untersuchte Krankenkassen:

- AOK PLUS
- BARMER
- DAK-Gesundheit
- HEK
- HKK
- IKK Südwest
- KKH
- Knappschaft
- LKK
- TK Techniker Krankenkasse



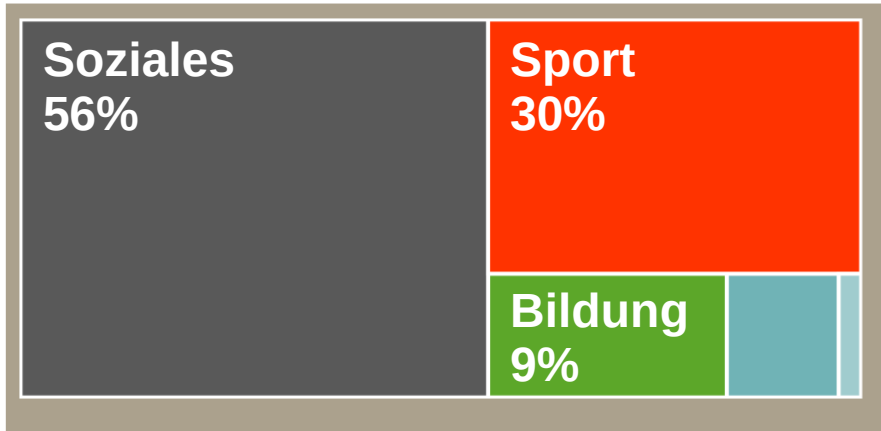
research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie
Sponsoring Krankenkassen 2019

Informationen zur Studie

Key Facts der Analysebereiche:



größere Projekte:

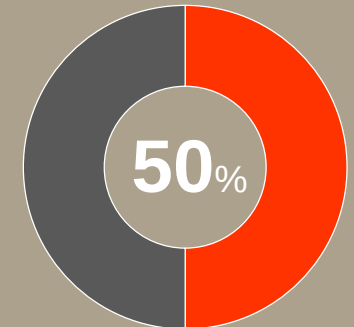
- „Deutschland bewegt sich“ (BARMER)
- HSV-Fußballschule (HEK)
- DAK Dance-Contest (DAK-Gesundheit)
- Science Slam (Techn. Krankenkasse)
- ...



Projektanteil Top 3:



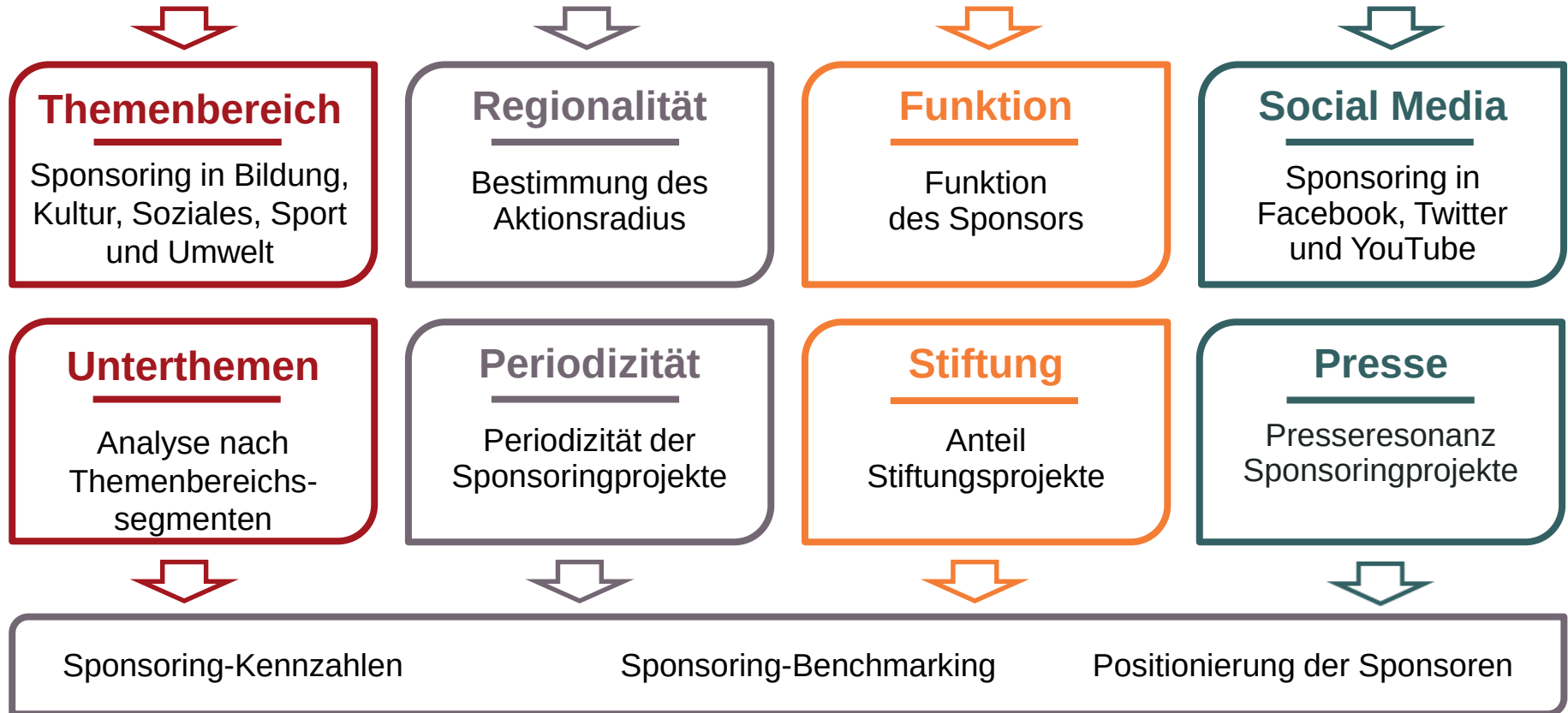
AOK PLUS
BARMER
Techniker Krankenkasse



Informationen zur Studie

Konzeption:

Detaillierte Analyse aller Sponsoringprojekte der zehn Krankenkassen



Informationen zur Studie

Studieninhalte:

Analysen:

- Branchenüberblick zu den Themenbereichen
- Anbieterkennzahlen zu Themenbereichen, Reichweite, Periodizität, Funktion des Sponsors, Stiftungsprojekten
- Projekte nach Themenbereichen und Kategorien
- Übersicht über sämtliche Sponsoringprojekte im Zwölf-Monats-Zeitraum
- Kommunikation der Projekte in Presse und Social Media
- Sponsoringausgaben auf Hochrechnungsbasis im Anbietervergleich
- Statistische Positionierungsanalyse der Anbieter.

Die Studie in Zahlen:

- 690 analysierte Sponsoringprojekte
- 5 Themenbereiche
- 24 Unterthemen
- 10 Krankenkassen
- 3 analysierte Social Media Kanäle
- 119 Pressemitteilungen

Forschungsdesign:

Für die Studie wurden mittels Desk Research folgende Quellen ausgewertet: Anbieterwebsites, Tageszeitungen, Publikumszeitschriften und Fachzeitschriften, Social Media Kanäle, Suchmaschinen-recherche, Websites der Sponsoringnehmer. Die Analysen umfassen rund 690 Sponsoringprojekte von April 2018 bis März 2019. Erfasst wurden alle Sponsoringprojekte der Krankenkassen, die in den genannten Quellen Sichtbarkeit zeigten. Die Studie ist im Juli 2019 erschienen.

Preis der Studie: Die 201 Seiten umfassende Studie kostet **3.200 EUR** zuzüglich MwSt.

Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	5
➤ Forschungsdesign	10
➤ Branchenüberblick	16
▪ Themenbereiche	20
▪ Themenübergreifende Kennzahlen	25
➤ Anbieterkennzahlen	27
▪ Überblick	33
▪ Themenanteile im Sponsorenvergleich	37
▪ Periodizität	44
▪ Regionalität	45
▪ Zielgruppen	46
▪ Funktion des Sponsors	47
▪ Stiftungsprojekte	48
➤ Sponsoringausgaben (Hochrechnung)	49
➤ Projektübersicht	57
▪ AOK PLUS	60
▪ BARMER	67



Inhaltsverzeichnis

▪ DAK-Gesundheit	72
▪ Hanseatische Krankenkasse (HEK)	76
▪ Handelskrankenkasse (HKK)	79
▪ IKK Südwest	83
▪ Kaufmännische Krankenkasse (KKH)	88
▪ Knappschaft (auch Knappschaft Bahn See)	92
▪ Landwirtschaftliche Krankenkasse (LKK)	96
▪ Techniker Krankenkasse (TK)	100
➤ Sponsoringleistungen	105
▪ AOK PLUS	108
▪ BARMER	117
▪ DAK-Gesundheit	125
▪ Hanseatische Krankenkasse (HEK)	132
▪ Handelskrankenkasse (HKK)	135
▪ IKK Südwest	138



Inhaltsverzeichnis

▪ Kaufmännische Krankenkasse (KKH)	145
▪ Knappschaft (auch Knappschaft Bahn See)	150
▪ Landwirtschaftliche Krankenkasse (LKK)	153
▪ Techniker Krankenkasse (TK)	156
➤ Kommunikation	165
▪ Kommunikationsniveau	169
▪ Social Media Postings	170
▪ Sichtbarkeit des Sponsors	172
▪ Timeline Social Media	173
▪ Pressearbeit	183
➤ Neue und wichtige Projekte	186
➤ Markenpositionierung	193
➤ Kontakt	200



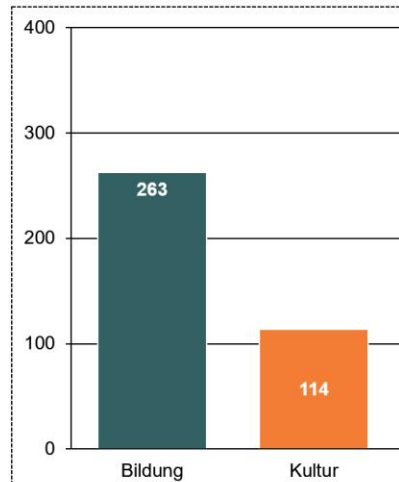
Analysebeispiele (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Branchenüberblick

Themenbereiche

Anzahl Sponsoringprojekte in den Themenbereichen



research tools

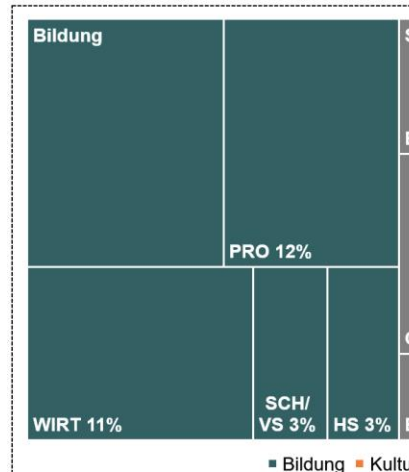
Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Welcher Themenbereich dominiert im Sponsoring?

Branchenüberblick

Themenbereiche

Verteilung der Sponsoringprojekte auf Themenbereiche und Kategorien*



* zur Legende Sponsoringkategorien

research tools

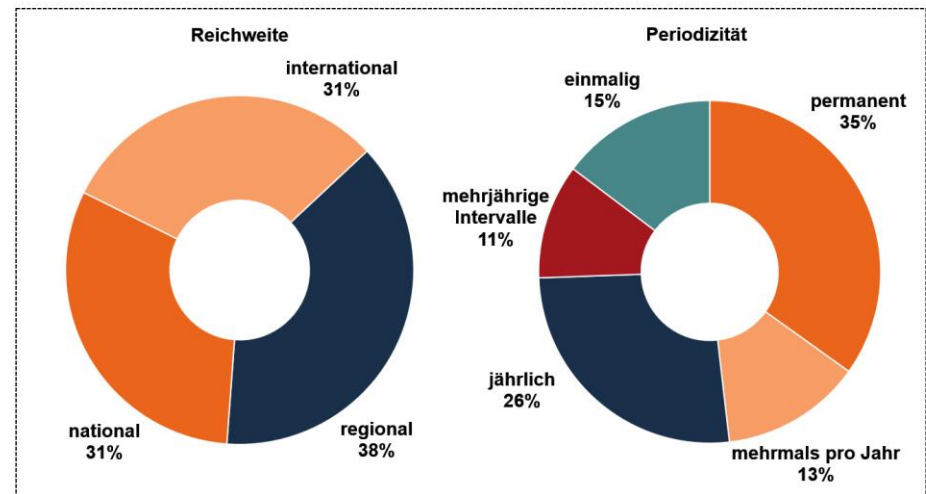
Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Welchen Anteil halten die einzelnen Krankenkassen?

Branchenüberblick

Themenübergreifende Kennzahlen

Reichweite und Periodizität der Sponsoringprojekte (Angaben in Prozent aller Projekte)



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

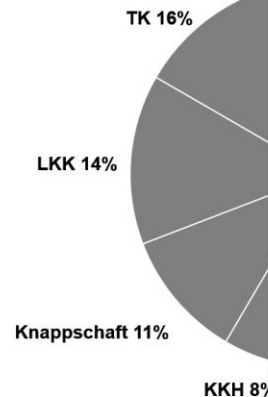
Studie Sponsoring
Krankenkassen 2019

Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

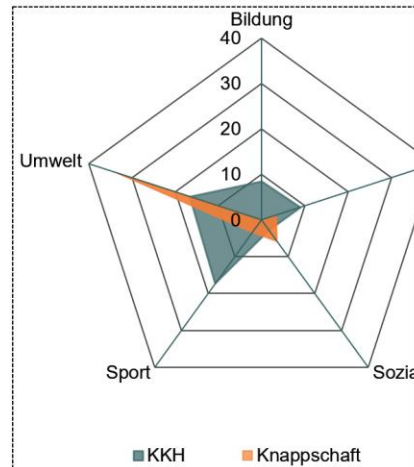
Anbieterkennzahlen Themenanteile im Sponsorenvergleich

Themenanteile Soziales der Anbieter



Anbieterkennzahlen Themenanteile im Sponsorenvergleich

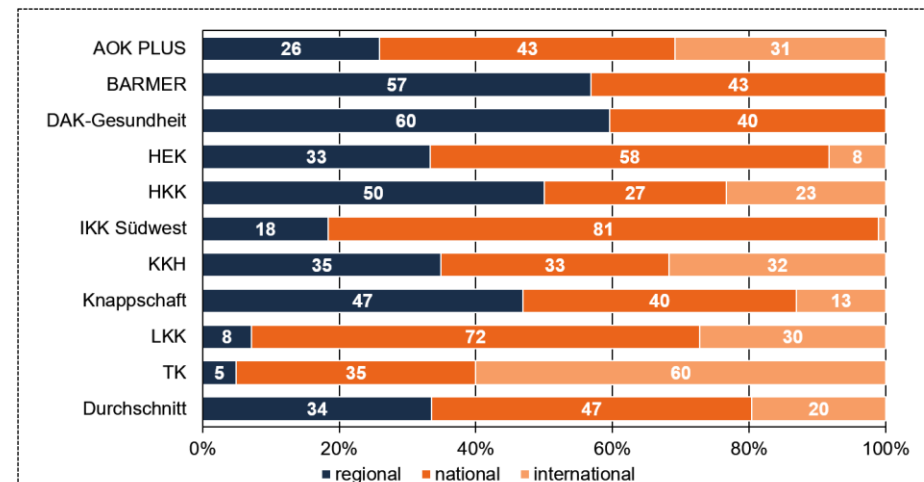
Anteile der Anbieter an den Themenbereichen (Angaben in Prozent)



Welche Kasse setzt am stärksten auf internationale Projekte?

Anbieterkennzahlen Regionalität

Regionalität der Sponsoringprojekte nach Anbietern



Welche Kasse hält im Sozial-sponsoring hohe Anteile?

Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Projektübersicht

Unternehmen A

Sponsoringprojekte nach Themenbereichen und Kategorien

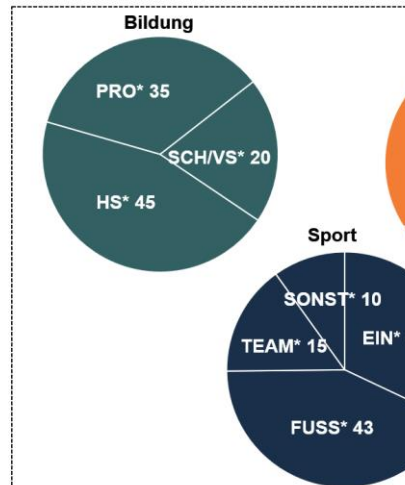
Themenbereich	Kategorie	Sponsoring
Soziales	BEH*	Projekt Tele
	BEN*	Spendenakti Centro Arte
	Gesundheit	Stiftung zur Freistaat Thi Gesundheits VITA, Gesur Kooperation: Gesundheits Leipzig, Akti Service für F Hospizdiens Hausarztpra Borbet Thüri e.V., Gesunc Der Paritätis

* BEH: Menschen mit Behinderung; BEN: Sozial Benachteiligte

Sponsoringleistungen

Unternehmen B

Themenbereiche und Kategorien Unternehmen B (Angaben in Prozent)



* zur Legende Sponsoringkategorien

Welche Detaillleistungen erbringen die Unternehmen?

Sponsoringleistungen

Unternehmen C

Sponsorenleistungen aller Projekte

Kategorie*	Sponsoringprojekt	Ablauf / Leistung
HS	Fachtagung HS Zittau	Projektfinanzierung über die Selbsthilfeförderung von Unternehmen C
	Deutschlandstipendium	TU Dresden dankt den Förderern 2018/19!...u.a. Unternehmen C.
	„Achtsame Hochschule“	Unterstützung des Programms mit 300.000€
PRO	Unternehmer des Jahres	Partner/Sponsor des sächsischen Unternehmerpreises
SCH/...	Ausbildungsmesse	Finanzielle Unterstützung der Messe in Delitzsch
DK	Theaterwettbewerb	Veranstaltung eines Theaterwettbewerbs für Grundschulklassen
	Henrietta-Theaterwettb.	Unternehmen C lädt Kinder zum 2. Henrietta-Theaterwettbewerb ein.
LIT	Leipziger Buchmesse	Unternehmen C ist mit einem Stand auf der Buchmesse vertreten.
MUS	Vorlesetag Stift. Lesen	Seit 2013 ist Untern. C direkter Kooperationspartner im Stiftungsrat.
	Gothardusfest 2018	Unternehmen C tritt als Sponsor auf.
SON	Talent Pro Ausstellung	Unternehmen C tritt als Unterstützer auf.
GES	Freistaat Thüringen	Ambulante ärztliche Versorgung wird mit 100.000€ unterstützt.
	Keleya und eCoverly	Unternehmen C und SpinLab fördern eHealth-Startups.
	Landkreis Meißen	Gesundheitspartnerschaft mit Landkreis Meißen
	Versorgungsprogr. VITA	Kooperation mit Paracelsus-Klinik Adorf/Schöneck
	Stadt Chemnitz	Beschlossen wurde eine Gesundheitspartnerschaft.

* HS: Hochschule; PRO: Professionals; SCH/VS: Schule und Vorschule; DK: Darstellende Kunst; LIT: Literatur; MUS: Musik; SONST: Sonstiges Kultur; GES: Gesundheit

Welche Sponsoringprojekte werden im Einzelnen gefördert?

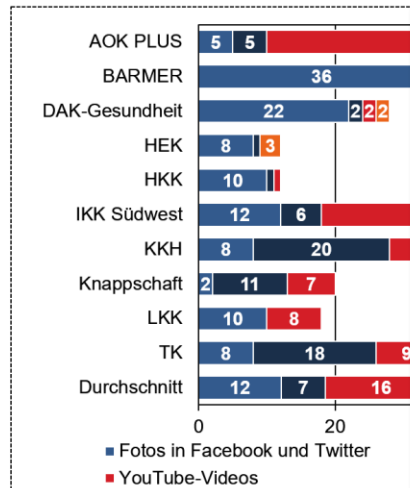
Analysebeispiele (4)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Kommunikation

Social Media Postings

Social Media Postings nach visuellen Elementen (Angabe als Anzahl der Postings)



Quellen: Accounts der Anbieter auf Facebook, Twitter, YouTube

research tools

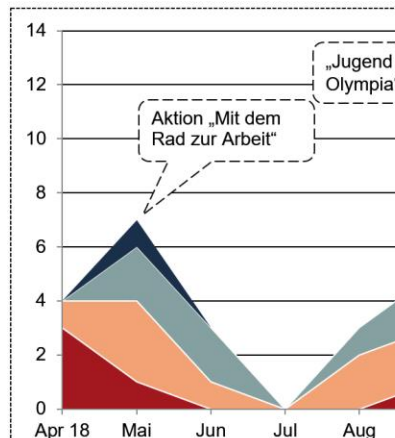
Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Welche Social Media-Kanäle fokussieren die Krankenkassen?

Kommunikation

Timeline Social Media

Anzahl der Postings nach Monaten – Unternehmen D



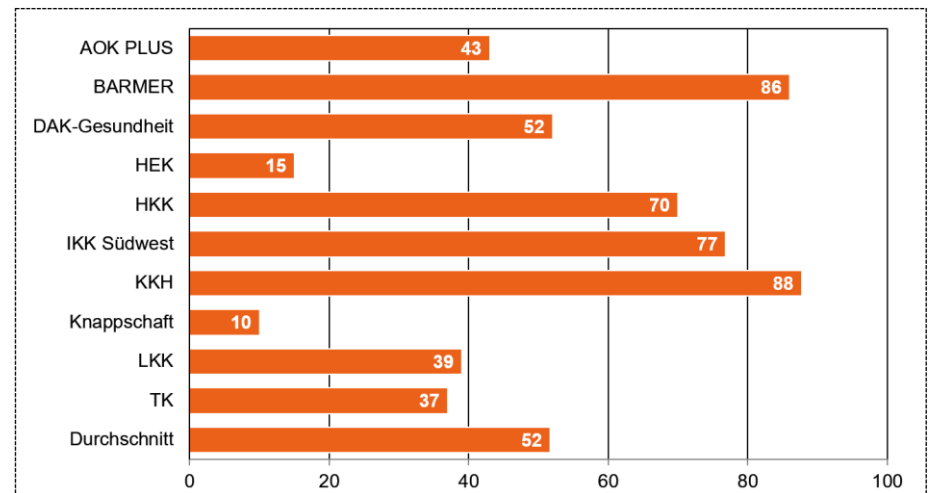
Quelle: Social Media-Seiten und Websites der Anbieter

research tools

Kommunikation

Sichtbarkeit des Sponsors

Sichtbarkeit des Sponsors auf der Website des Sponsoringnehmers (Angaben in Prozent)



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studie Sponsoring
Krankenkassen 2019

172

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 3.200 EUR zzgl. MwSt. die
Studie Sponsoring Krankenkassen 2019

Auftraggeber:

Firma:

Ansprechpartner:

E-Mail:

Position/Funktion:

Datum, Ort, Unterschrift:

Kontakt / Branchenerfahrung

Ihr Ansprechpartner für diese Studie ist:

Uwe Matzner



Geschäftsführer

Diplom-Kaufmann, Marktforscher BVM

Tel. +49 (0)711 - 55090381, Fax +49 (0)711 - 55090384

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

research tools

Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar

www.research-tools.net

research tools: Marketingmaßnahmen erfassen – verstehen – bewerten

Zuletzt zur Versicherungsbranche erschienen:

- Werbemarktanalyse Direktversicherungen 2019
- Marketing-Mix-Analyse Reiseversicherung 2019
- Studie eVisibility Krankenkassen 2019
- Marketing-Mix-Analyse Altersvorsorge 2019
- Studie Versicherungs-Zielgruppe Rechtsschutz 2019
- Studie Unternehmensprofile Versicherungen 2019

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. Zur Branche Versicherungen erschienen seit 2015 knapp 40 Studien. In der Studienreihe Sponsoring erschienen bisher insgesamt sieben Studien.



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie
Sponsoring Krankenkassen 2019