

+++ Allianz +++ Barmenia +++ DEVK +++ ERGO +++ HUK-Coburg +++ LVM +++ R+V +++ Signal Iduna +++
+ Talanx +++ VKB +++ Allianz +++ Barmenia +++ DEVK +++ ERGO +++ HUK-Coburg +++ LVM +++ R+V +++ S

Studiensteckbrief

Studie Sponsoring Versicherungen 2023

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

Januar 2023



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie
Sponsoring Versicherungen 2023

Informationen zur Studie

Ausgewählte Ergebnisse:

- Der Sponsoringschwerpunkt der zehn analysierten Versicherungsgesellschaften liegt in der Förderung von sozialen Projekten, die Sportförderung liegt auf Rang zwei. In den Themenbereichen Bildung, Umwelt sowie Kultur verzeichnen die Versicherer weniger Projekte.
- Innerhalb von zwölf Monaten verzeichnen die zehn Versicherungsgesellschaften insgesamt 424 neue Sponsoringprojekte.
- Im Themenbereich Soziales legen die Versicherer einen Fokus auf die Förderung von Projekten für Benachteiligte sowie für Kinder & Jugendliche. Etwa zwei Drittel der sozialen Projekte entfallen darauf.
- R+V weist eine besonders hohe Anzahl an sozialen Projekten in seinem Sponsoring-Projektportfolio auf.
- Der Anteil regionaler Projekte liegt über alle zehn Versicherungsgesellschaften gesehen bei rund 74 Prozent.
- Rund die Hälfte der Projekte erfährt einmalige Unterstützung.
- Fast alle Postings in Social-Media-Kanälen werden mit Fotos und/oder Videos angereichert.
- Im Durchschnitt ist der Sponsor bei 56 Prozent der Projekte auf der Website des Sponsoringnehmers sichtbar.

Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

Scope: Analyse von **794 Sponsoringprojekten**

von **zehn** ausgewählten **Versicherungsgesellschaften**

Sponsoringbereiche: Bildung, Kultur, Soziales, Sport, Umwelt

alle Information im **Wettbewerbsvergleich**
auf 212 PowerPoint-Seiten

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

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

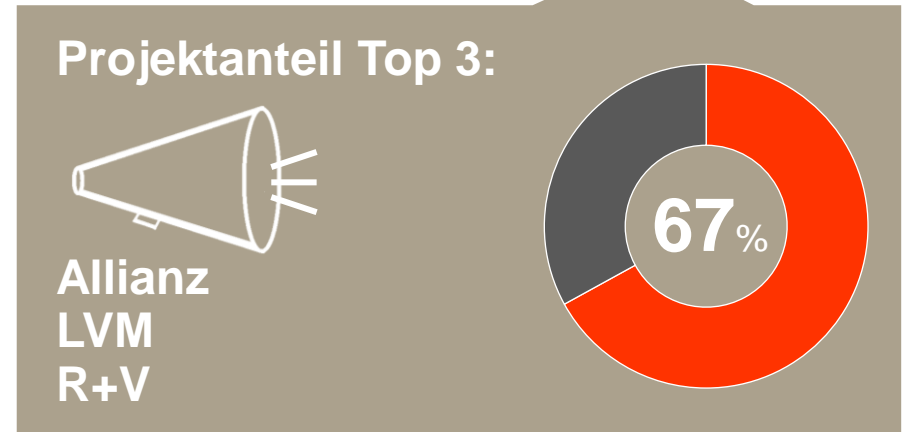
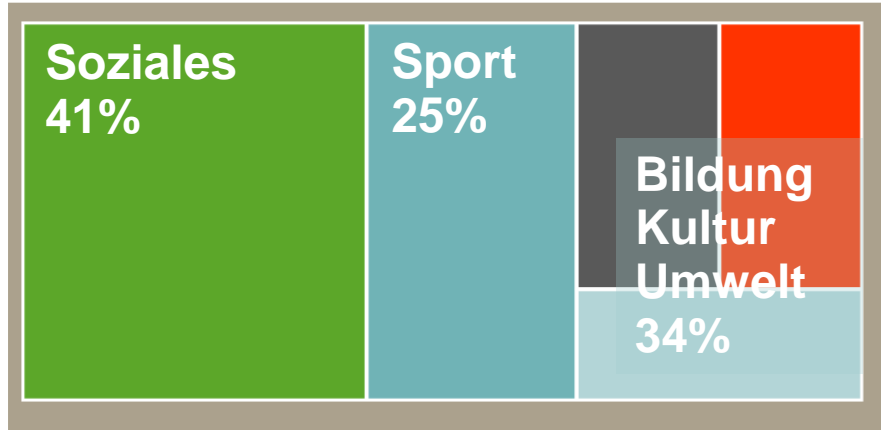
Nutzen: Basis für klare Positionierung, Benchmarking

zehn untersuchte Versicherer:

- Allianz
- Barmenia
- DEVK
- ERGO
- HUK-Coburg
- LVM
- R+V
- Signal Iduna
- Talanx
- VKB

Informationen zur Studie

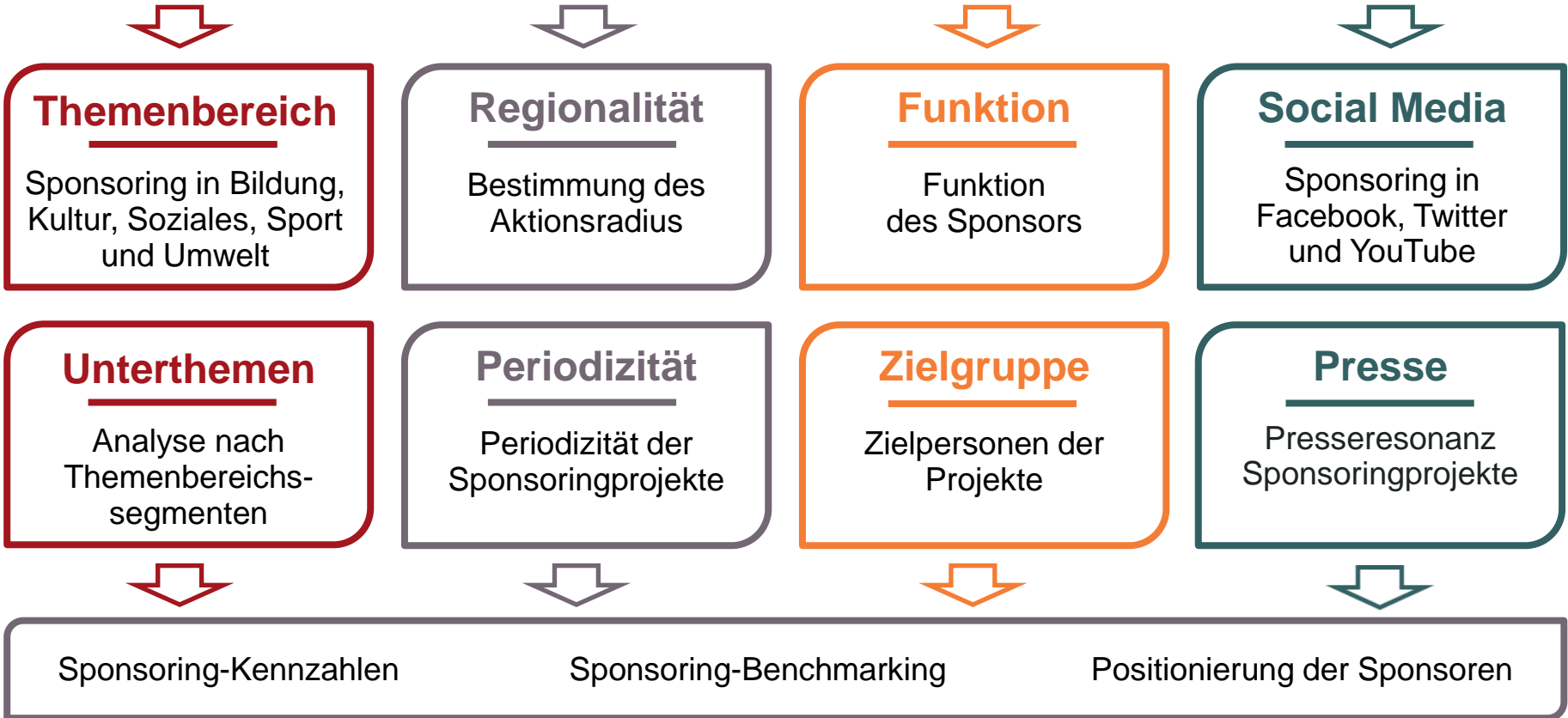
Key Facts der Analysebereiche:



Informationen zur Studie

Konzeption:

Detaillierte Analyse aller Sponsoringprojekte der zehn Versicherungsgesellschaften



Informationen zur Studie

Studieninhalte:

Analysen:

- Branchenüberblick zu den Themenbereichen
- Anbieterkennzahlen zu Themenbereichen, Reichweite, Periodizität, Funktion des Sponsors, Zielgruppen der Projekte
- 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:

- 794 analysierte Sponsoringprojekte
- 5 Themenbereiche
- 22 Unterthemen
- 10 Versicherer
- 3 analysierte Social Media-Kanäle
- 75 Pressemitteilungen

Forschungsdesign:

Für die Studie wurden mittels Desk Research folgende Quellen ausgewertet: Anbieterwebsites, Tageszeitungen, Publikumszeitschriften und Fachzeitschriften, Social Media Kanäle, Suchmaschinenrecherche, Websites der Sponsoringnehmer. Die Analysen umfassen 794 Sponsoringprojekte im Zeitraum September 2021 bis August 2022. Erfasst wurden alle Sponsoringprojekte der Versicherungsgesellschaften, die in den genannten Quellen Sichtbarkeit zeigen. Die Studie ist im Januar 2023 erschienen.

Preis der Studie: Die 212 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 | 32 |
| ▪ Themenanteile im Sponsorenvergleich | 36 |
| ▪ Periodizität | 43 |
| ▪ Regionalität | 44 |
| ▪ Zielgruppen | 45 |
| ▪ Funktion des Sponsors | 46 |
| ▪ Stiftungsprojekte | 47 |
| ➤ Sponsoringausgaben (Hochrechnung) | 48 |
| ➤ Projektübersicht | 58 |
| ▪ Allianz | 61 |
| ▪ Barmenia | 66 |

Inhaltsverzeichnis

| | |
|------------------------------|-----|
| ▪ DEVK | 70 |
| ▪ ERGO | 74 |
| ▪ HUK-Coburg | 78 |
| ▪ LVM | 82 |
| ▪ R+V | 87 |
| ▪ Signal Iduna | 97 |
| ▪ Talanx | 101 |
| ▪ Versicherungskammer Bayern | 105 |
| ➤ Sponsoringleistungen | 109 |
| ▪ Allianz | 112 |
| ▪ Barmenia | 122 |
| ▪ DEVK | 125 |
| ▪ ERGO | 129 |
| ▪ HUK-Coburg | 133 |
| ▪ LVM | 137 |



Inhaltsverzeichnis

| | |
|------------------------------|-----|
| ▪ R+V | 144 |
| ▪ Signal Iduna | 165 |
| ▪ Talanx | 169 |
| ▪ Versicherungskammer Bayern | 172 |
| ➤ Kommunikation | 176 |
| ▪ Kommunikationsniveau | 180 |
| ▪ Social Media Postings | 181 |
| ▪ Sichtbarkeit des Sponsors | 183 |
| ▪ Timeline Social Media | 184 |
| ▪ Pressearbeit | 194 |
| ➤ Neue und wichtige Projekte | 197 |
| ➤ Markenpositionierung | 203 |
| ➤ Kontakt | 211 |



Beispieleiten (1)

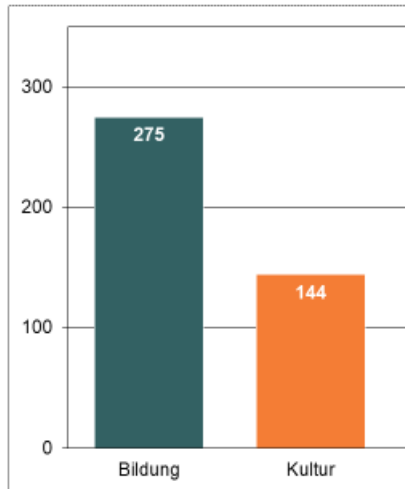
Die Beispieleiten enthalten fiktive Daten

Welchen Anteil halten die einzelnen Unterthemen?

Branchenüberblick

Themenbereiche

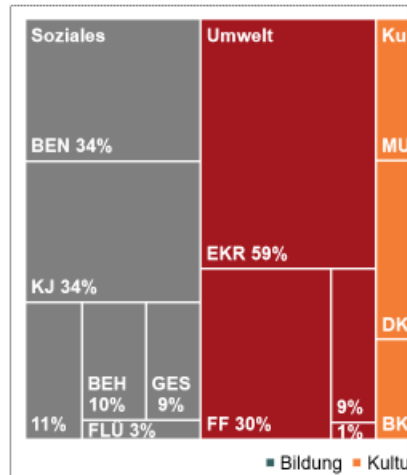
Anzahl Sponsoringprojekte in den Themenbereichen



Branchenüberblick

Themenbereiche

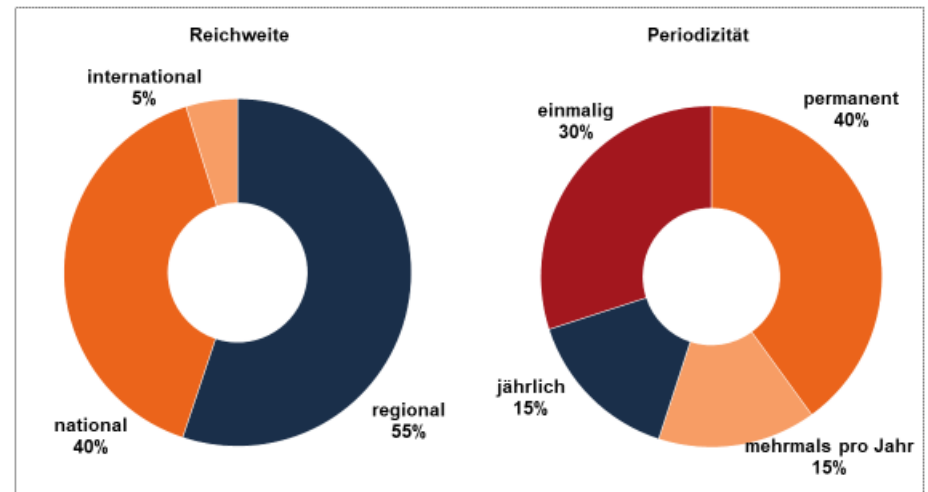
Verteilung der Sponsoringprojekte auf Themenbereiche und Kategorien*



Branchenüberblick

Themenübergreifende Kennzahlen

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



research tools

Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Welcher Themenbereich dominiert im Sponsoring?

research tools

Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

research tools

Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Studie Sponsoring Versicherungen 2023

research tools

Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

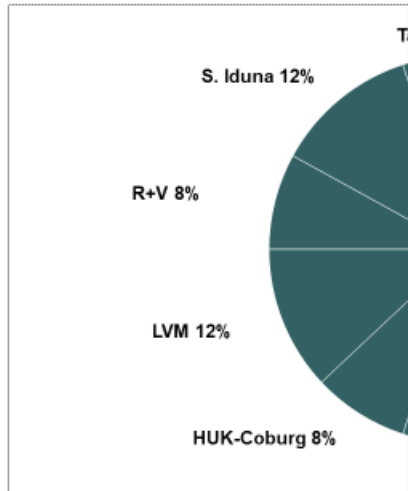
Studiensteckbrief Studie Sponsoring Versicherungen 2023

Beispieleiten (2)

Die Beispieleiten enthalten fiktive Daten

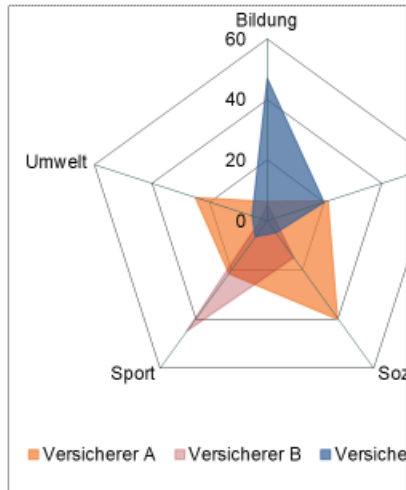
Anbieterkennzahlen Themenanteile im Sponsorenvergleich

Themenanteile Bildung der Anbieter



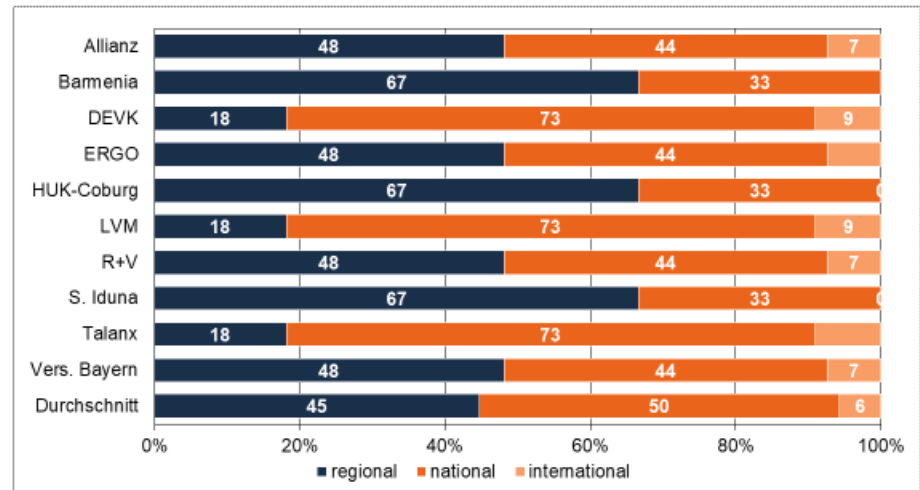
Anbieterkennzahlen Themenanteile im Sponsorenvergleich

Anteile der Anbieter an den Themenbereichen (Angaben in Prozent)



Anbieterkennzahlen Regionalität

Regionalität der Sponsoringprojekte nach Anbietern



Welcher Anbieter setzt am stärksten auf internationale Projekte?

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Welche Anbieter halten im Bildungssponsoring hohe Anteile?

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Studie Sponsoring Versicherungen 2023

Beispieleiten (3)

Die Beispieleiten enthalten fiktive Daten

Projektübersicht

Versicherer D

Sponsoringprojekte von **Versicherer D** nach Themenbereichen und Kategorien

| Themenbereich | Kategorie | Sponsoring |
|---------------|---------------|----------------------------------------|
| Bildung | Hochschule | Deutschland |
| | Professionals | May Ayim Fc |
| | SCH/VS* | Baumentdec |
| | Wirtschaft | ATF Wolfsbu |
| | Sonstiges | - |
| Kultur | BK* | Schirn Kunst |
| | DK* | Allianz Kultur Workshop, 2 Weltoffenes |
| | Literatur | Weiter schre |
| | Musik | Call me by n |
| | Sonstiges | Culture of Sc Berliner Kort |

* SCH/VS: Schule und Vorschule, BK: Bildende Kunst; DK: Darstelle

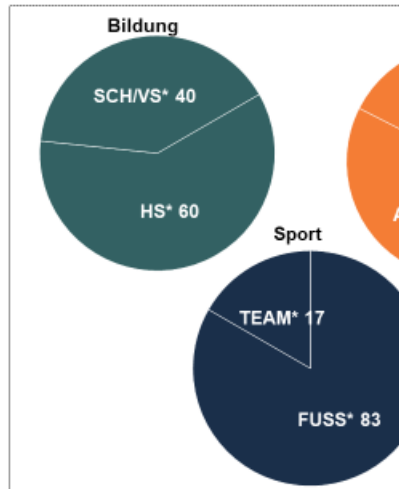


Welche Sponsoringprojekte werden im Einzelnen gefördert?

Sponsoringleistungen

Versicherer F

Themenbereiche und Kategorien Barmenia (Angaben in Prozent)



* zur Legende [Sponsoringkategorien](#)



Welche Detaillleistungen erbringen die Unternehmen?

Sponsoringleistungen

Versicherer C

Sponsorenleistungen aller Projekte

| Kategorie* | Sponsoringprojekt | Ablauf / Leistung |
|------------|-----------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|
| KJ | Familienhörbuch | Mitarbeiter spenden 7.500 € an Hilfsorganisation. |
| | Tröstetddy | Mitarbeiter spenden an Hilfsorganisation für Kinder. |
| | Echt hannöversch | Mitarbeiter unterstützen eine Spendenaktion für Kinder mit 39.000 €. "Wir für euch! Wir für K. |
| EIN | TC Inngelfingen | Versicherer C unterstützt einen Tennisclub. |
| | KTC Wilhelmshoehe | Versicherer C sponsert einen Tennisclub. |
| | TT Hornau | Versicherer C sponsert Tischtennisverein. |
| FUSS | 1. FC Köln | Seit 2017 ist Versicherer C Hauptsponsor des Fussballclubs. |
| | DEVK-Iker Fußballcamp | Versicherer C ist Hauptsponsor eines Fussballcamps. |
| | FV Rauental | Versicherer C sponsert Fussballverein. |
| | VfB Wissen | Versicherer C sponsert einen Sportverein. |
| TEAM | Ein. Braunschweig | Versicherer C ist Partner des Sportfreundeclubs. |
| | SC Epe-Malgarten | Versicherer C ist Partner eines Sportvereines. |
| | SV Schakendorf | Versicherer C ist Partner eines Sportvereines. |
| | Todtgluesinger SV | Versicherer C sponsert einen Sportverein. |
| | TSV Nord Harrislee | Versicherer C sponsert ein Handballteam. |

* KJ: Kinder- und Jugendliche; EIN: Einzeldisziplin; FUSS: Fußball; TEAM: Mannschaftssportart



Studie Sponsoring Versicherungen 2023

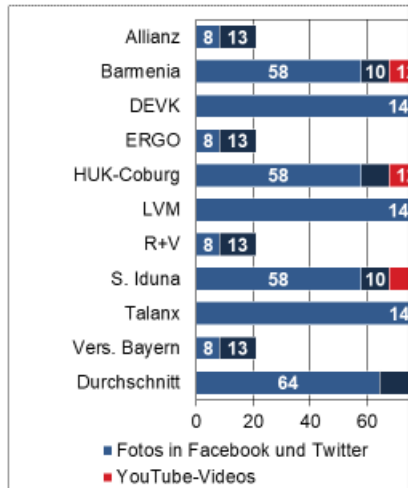
Beispieleiten (4)

Die Beispieleiten enthalten fiktive Daten

Kommunikation

Social Media Postings

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



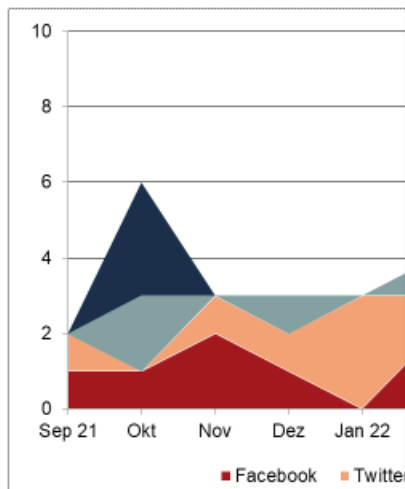
Quellen: Accounts der Anbieter auf Facebook, Twitter, YouTube



Kommunikation

Timeline Social Media

Anzahl der Postings nach Monaten – Versicherer D



Quelle: Social Media-Seiten und Websites der Anbieter



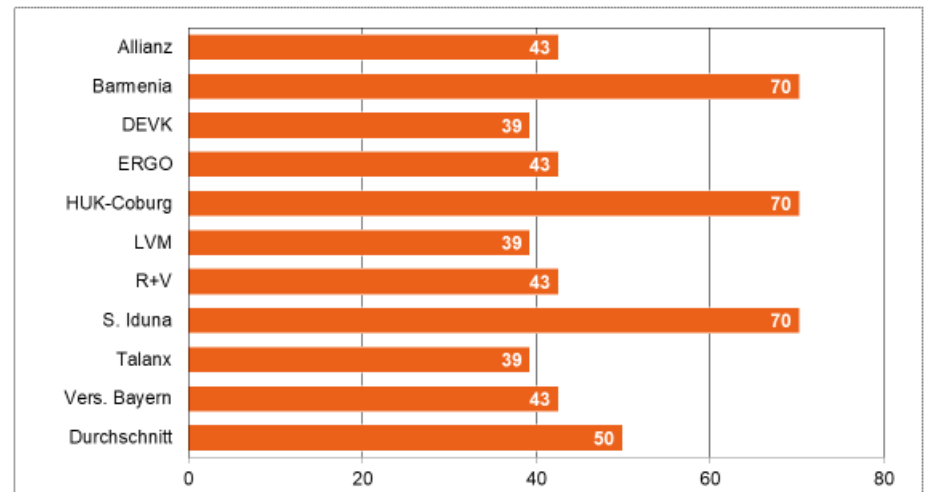
Welche Social Media-Kanäle fokussieren die Anbieter?

Welche Sichtbarkeit erzielt das Sponsoring?

Kommunikation

Sichtbarkeit des Sponsors

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



Studie Sponsoring Versicherungen 2023

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 Versicherungen 2023

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

Bisher zur Versicherungsbranche erschienen:

- Studie Social Media-Performance Versicherungen 2022
- Werbemarktanalyse Gesetzl. Krankenversicherung 2022
- Studie Kundenpfade Versicherungen 2022
- Studie Versicherungs-Zielgruppe DINKS 2022
- Studie Versicherungs-Zielgr. Vergleichsportalkunden 2022
- Marketing-Mix-Analyse Hausratversicherung 2022

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. Zur Versicherungsbranche erschienen seit 2020 über 40 Studien. In der Studienreihe Sponsoring sind seit 2016 zwölf Studien erschienen.

