

+++ AdmiralDirekt & Allianz Direct +++ CosmosDirekt +++ DA direkt +++ DFV Deutsche Familienversicherung +++ Europa +++ Fri:day ++ GVV  
Direktversicherung +++ HUK24 +++ Verti +++ und weitere 10 Anbieter mit quantitativen Fünf-Jahres-Trends +++ AdmiralDirekt & Allianz Direct ++

Studiensteckbrief

## Werbemarktanalyse

# Direktversicherungen 2025

Werbeausgaben für 20 Marken über 5 Jahre

erarbeitet von:

research tools, Esslingen am Neckar

August 2025

powered by:



**research tools**

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Werbemarktanalyse  
Direktversicherungen 2025

# Informationen zur Studie

## Nutzwert der Studie:



Welche der **20 Marken** sind die werbeintensivsten und -dynamischsten?



Welche **Werbetrends** sind in der Branche zu beobachten?



Über welche **Medien** kommuniziert die Branche, welches Werbemedium hat im Zeitvergleich an Bedeutung gewonnen?



Wie **verteilen** die Top-Marken ihre Spendings innerhalb von 60 Monaten?



Welchen **Werbedruck** entfalten die Top-Marken, in welchen Mediengattungen werben sie?



Welche **Werbemotive** sind in den Mediengattungen wichtig, wie viele verschiedene Motive setzen die Top-Marken ein?



Wie **positionieren** sich die Top-Marken saisonal und im Mediensplit?



# Informationen zur Studie

## Key Facts der Analysebereiche:

### Werbeproduktion Direktversicherungen

1. Juli 24-Juni 25

**58 Mio. €**



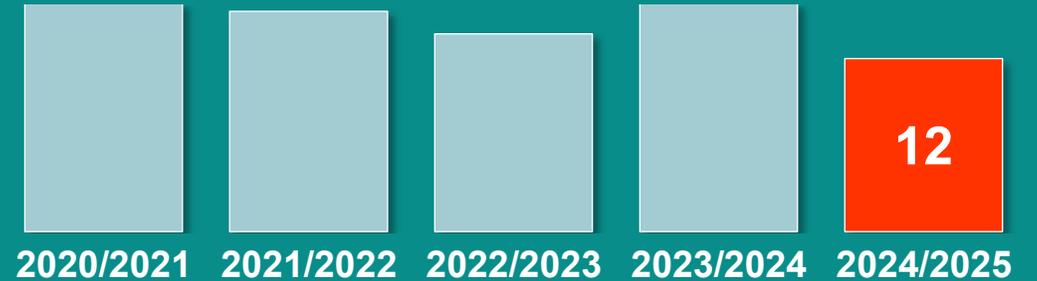
davon  
**39%**  
Im Produktmarkt  
Kfz

### Mediensplit



Internet-Werber Nr. 1:  
**Europa**

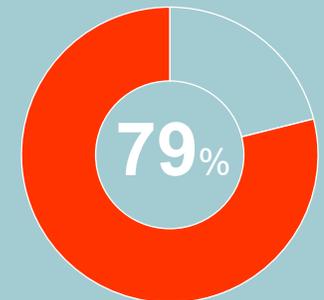
### Werbungstreiber pro Monat im Ø



### Werbekonzentration



**Allianz Direct  
DFV Dt. Familienversicher.  
Europa**



# Informationen zur Studie

## Nutzen und Umfang der Studie:

**20 Direktversicherungs-Marken** mit den höchsten Spendings

Werbeausgaben für fünf Jahre in der **quantitativen Analyse**

in **12 Produktmärkten**,  
**darunter** Haftpflicht, Kfz, Krankheit, Leben

alle Informationen **im Wettbewerbsvergleich**  
auf 76 PowerPoint-Seiten

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

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

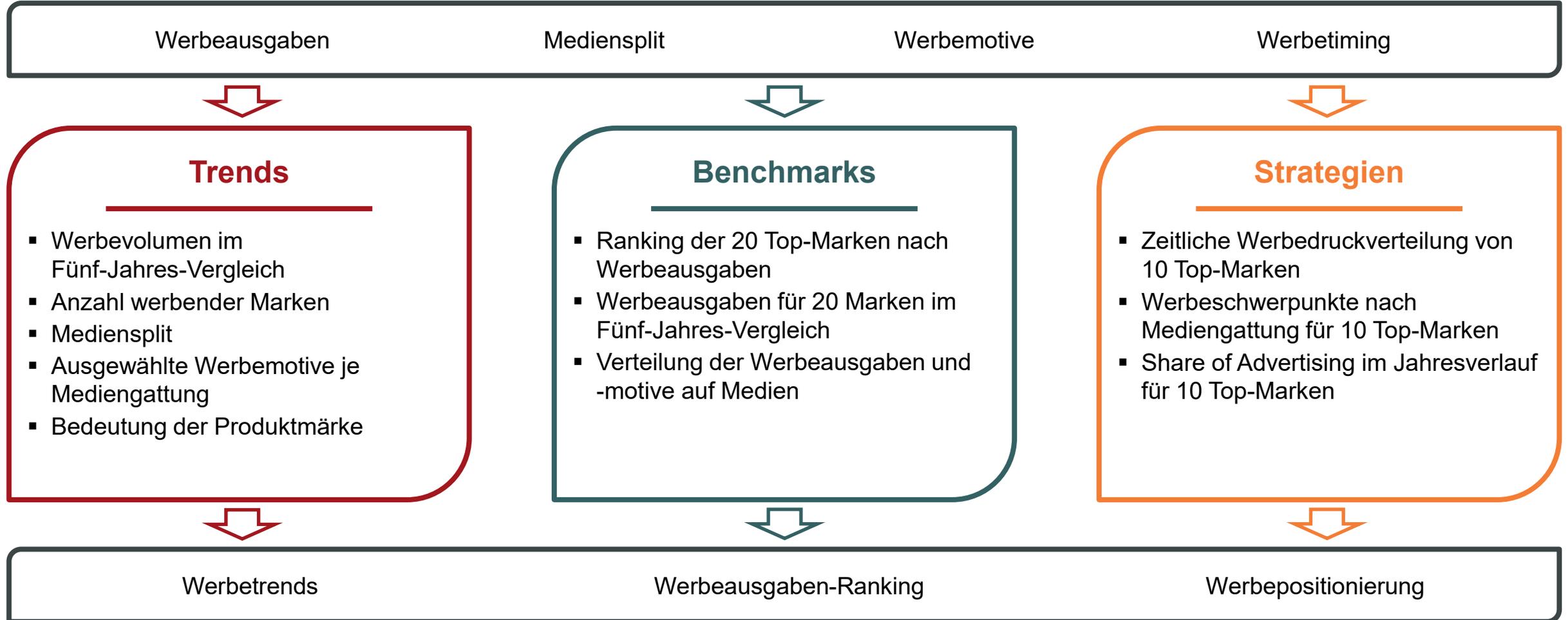
**Nutzen:** Analyse von Trends, Benchmarks und Strategien  
ermöglichen einen unmittelbaren Wettbewerbsvergleich

## Im Detail analysierte Marken:

- AdmiralDirekt
- Allianz Direct
- CosmosDirekt
- DA direkt
- DFV Dt. Familienversich.
- Europa
- Fri:day
- GVV Direktversicherung
- HUK24
- Verti
- + Spendings für 10 weitere Marken

# Informationen zur Studie

## Konzeption:



# Informationen zur Studie

## Studieninhalte:

### Die Studie in Zahlen:

**20**

Direktversicherungs-  
Marken

**12**

Produktmärkte

**6**

Mediengattungen

**10**

Top-Marken in einer  
Kommunikationspositionierung  
auf Basis Jahreszeiten und  
Mediensplit

### Forschungsdesign:

Analyse und Vergleich sämtlicher Werbeausgaben in Fernsehen, Internet (Internetbanner und YouTube-Werbevideos), Radio, Out-of-Home, Zeitschriften und Zeitungen. Werbespendingdaten und Werbemotive beziehen sich auf den deutschen Markt und entstammen der Werbedatenbank des unabhängigen Medienbeobachters **AdVision digital**.

**Preis der Studie:** Die 76 Seiten umfassende Studie kostet **2.200 EUR** zuzüglich Mehrwertsteuer.

# Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	4
➤ Forschungsdesign	9
➤ Trends	14
▪ Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt	15
Entwicklung der Werbeausgaben der Werbungtreibenden, Entwicklung der Anzahl beworbener Marken und der monatlichen Werbespendings, Werbeausgabenentwicklung nach Medien	
▪ Quantitative Entwicklungen der Produktmärkte im 5-Jahres-Vergleich	20
Werbeausgabenentwicklung nach Produktmärkte, Produktmärkte im Mediensplit, Werbeausgabenkonzentration in 2024/2025	
▪ Ausgewählte Motive und Nutzenargumente	27
Typische Motive, verwendete Nutzenargumente differenziert nach verschiedenen Medien	
➤ Benchmarks	31
▪ Werbeausgaben-Rankings	32
Share of Advertising der Top 10-Marken, Ranking der Top 20-Marken nach Werbevolumen, Ranking der Top 10/Low 10 Marken nach absoluter Werbedynamik	
▪ Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10-Marken im 5-Jahres-Vergleich	39
Entwicklung der jährlichen Werbeausgaben der Top 10-Marken im 5-Jahres-Vergleich, Entwicklung der monatlichen Werbeausgaben der Top 10-Marken im Verlauf der letzten 60 Monate, Verteilung der Werbeausgaben der Top 10-Marken auf die Monate im 5-Jahres-Vergleich	



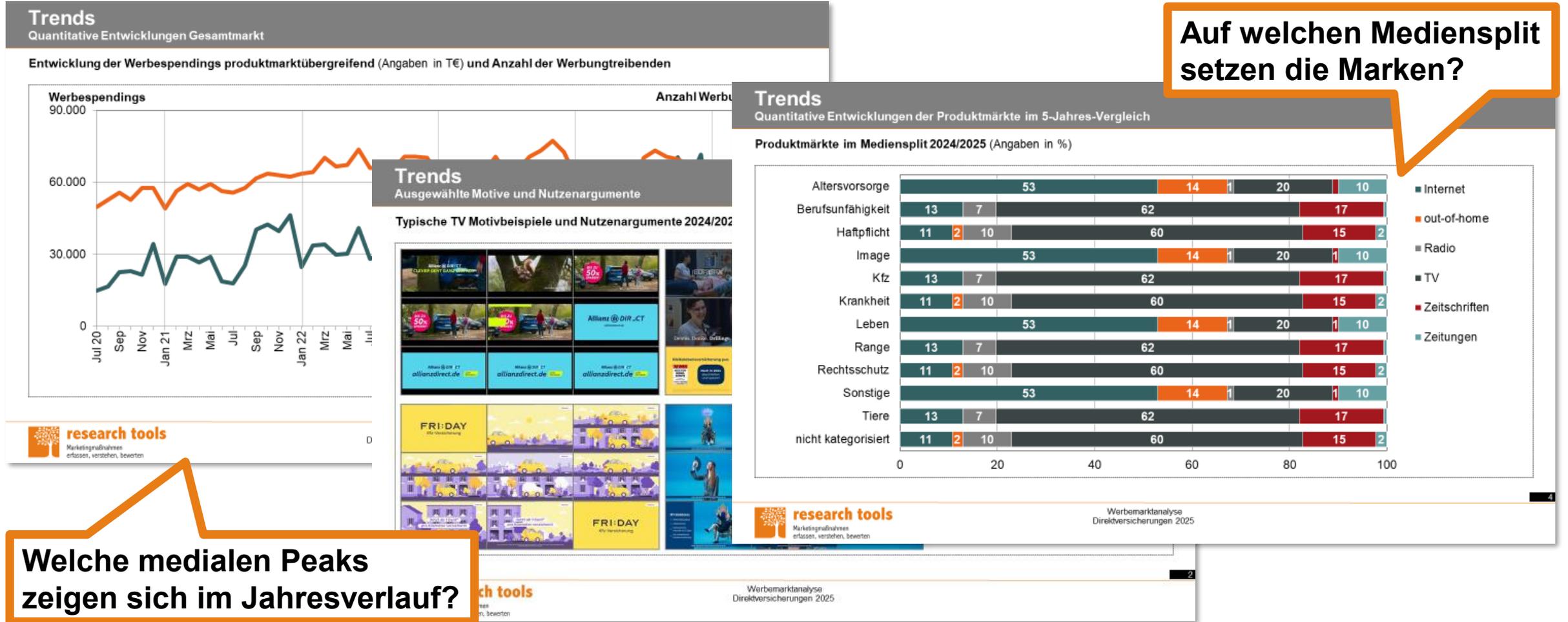
# Inhaltsverzeichnis

▪	<b>Verteilung der Werbeausgaben und Werbemotive der Top 10-Marken in den letzten zwölf Monaten</b>	<b>46</b>
	Verteilung der Werbeausgaben der Top 10-Marken in den letzten zwölf Monaten, Verteilung der Werbeausgaben und Werbemotive der Top 10-Marken auf die Produktmärkte und Mediengattungen in den letzten zwölf Monaten	
➤	<b>Strategien</b>	<b>49</b>
	Zeitliche Werbedruckverteilung in den letzten 12 Monaten nach Mediengattungen für die Top 10-Marken mit den höchsten Werbeausgaben, Share of Advertising der Top 10-Marken im Jahresverlauf	
➤	<b>Kommunikationspositionierung</b>	<b>71</b>
	Kommunikationspositionierung der 10 Top-Marken auf Basis Mediensplit und Jahreszeiten im 5-Jahres-Durchschnitt	
➤	<b>Kontakt</b>	<b>75</b>



# Analysebeispiele (1)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten



# Analysebeispiele (2)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

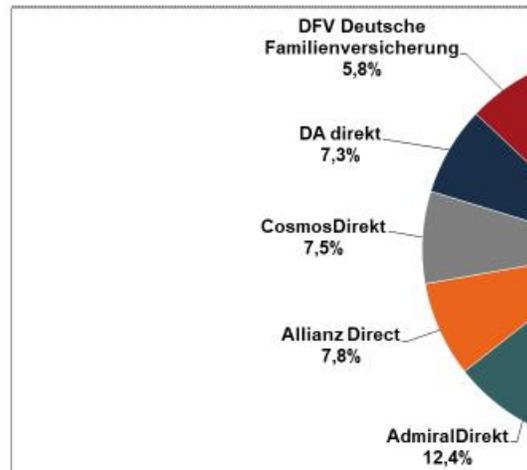
### Benchmarks Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 20-Marken nach Werbevolumen (Rangfolge auf Basis jüngster 12-Monats-Zeitraum)

Rang	Marken	Ausgaben in €				
		Jul. '20 – Jun. '21	Jul. '21 – Jun. '22	Jul. '22 – Jun. '23	Jul. '23 – Jun. '24	Jul. '24 – Jun. '25
11	Allstate	5.000.000	7.000.000	0	1.634.000	15.136.077
12	BavariaDirekt	2.400.800				
13	Blau Direkt	6.000.000				
14	Carisma	15.300.500				
15	DMB Rechtsschutz-Versich.	9.000.000	1			
16	Ergo Direkt	3.260.800				
17	Hannoversche	3.900.600				
18	HDH Die Sterbegeldversich.	2.100.800				
19	SwissLife	9.400.750	1			
20	Zürich connect	8.730.800				

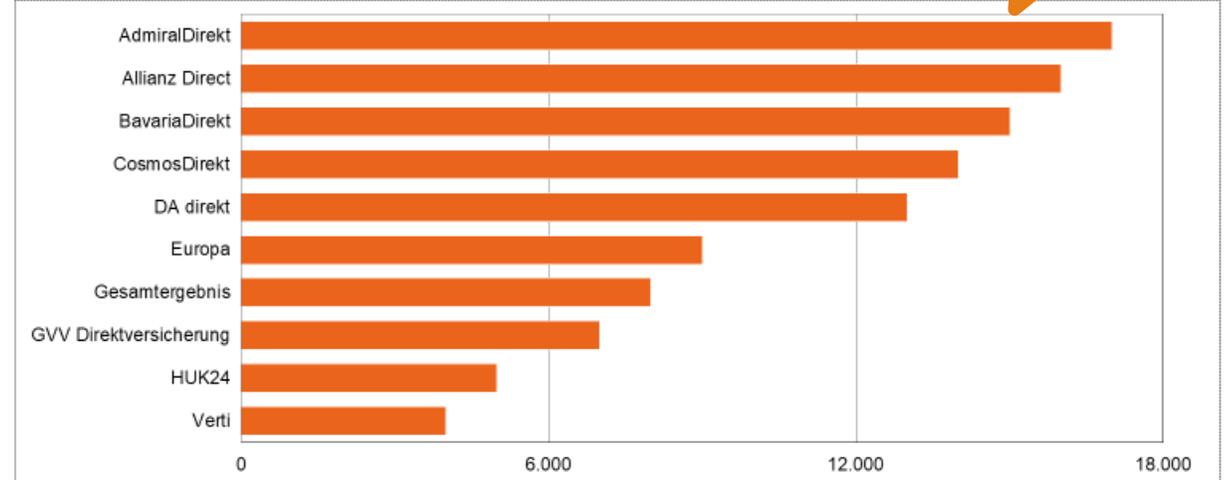
### Benchmarks Werbeausgaben-Rankings

Share of Advertising der Top 10-Marken von Juli 2024 bis Juli 2025



### Benchmarks Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 10-Marken nach absoluter Werbedynamik im Vorjahresvergleich (Angaben in T€ als Differenz von Vorjahr)



Welche Marken zeigen die größte Dynamik?

research tools  
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Welche Marken führen das Ausgabenranking an?

research tools  
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Werbemarktanalyse  
Direktversicherungen 2025

Werbemarktanalyse  
Direktversicherungen 2025

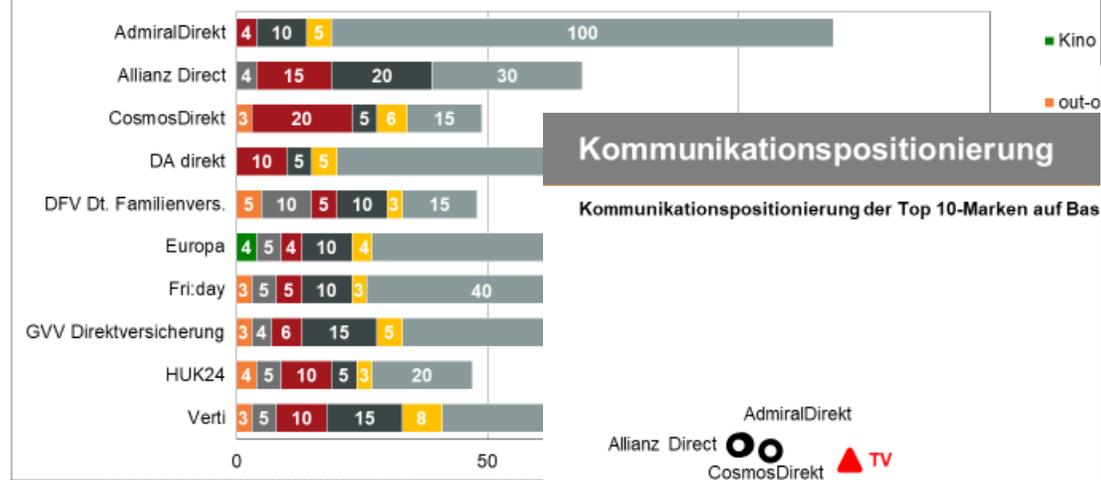
# Analysebeispiele (3)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Benchmarks

Verteilung der Werbeausgaben und Werbemotive der Top 10-Marken in den letzten zwölf Monaten

Verteilung der Werbemotive der Top 10-Marken auf die Mediengattungen in den letzten zwölf Monaten (Angaben als Anzahl unterschiedlicher Motive)



### Kommunikationspositionierung

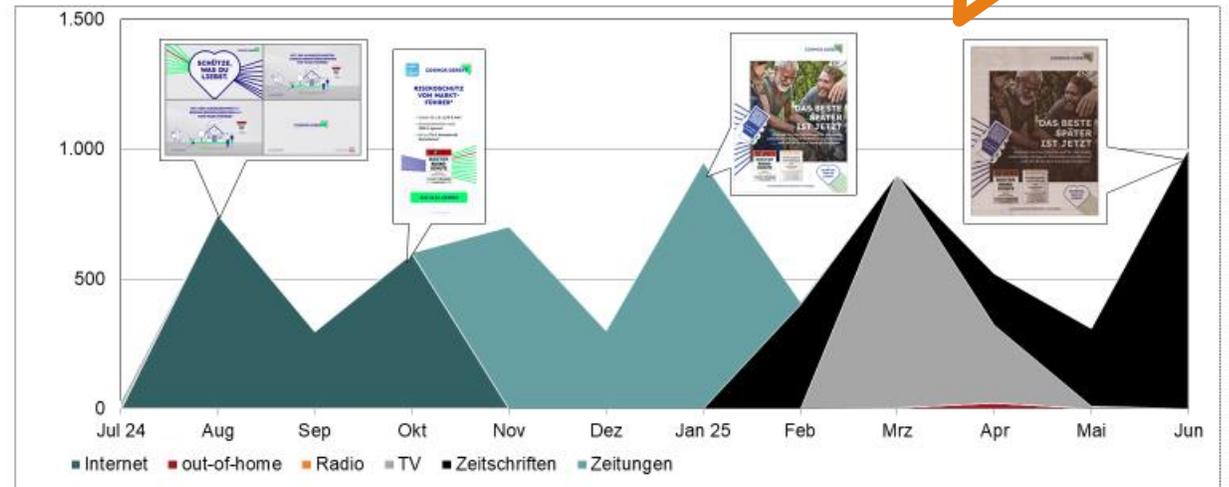
Kommunikationspositionierung der Top 10-Marken auf Bas



### Strategien

Marke A

Marke A | Zeitliche Werbepressverteilung in den letzten 12 Monaten nach Mediengattungen (Angaben in T€)



Welche Dynamik zeigt sich im Zeitablauf in den Medien?

Wie positionieren sich die Marken im Wettbewerbsumfeld?

research tools Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

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](mailto: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 2.200 EUR zzgl. MwSt. die **Werbemarktanalyse Direktversicherungen 2025**.

**Auftraggeber:**

Firma: \_\_\_\_\_

Ansprechpartner: \_\_\_\_\_

E-Mail: \_\_\_\_\_

Position/Funktion: \_\_\_\_\_

Datum, Ort, Unterschrift: \_\_\_\_\_

## 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

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Spezialist für Marketinganalyse, -controlling und -monitoring.

In der Reihe ‚Werbemarktanalysen‘ sind seit 2022 über 70 Marktstudien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

## Weitere relevante Studien zur Branche:

- Studie Social Media Ad Perception Versicherungen 2025
- Studie eVisibility Versicherungen 2025
- Studie Unternehmensprofile Versicherungen 2025
- Werbemarktanalyse Rechtsschutzversicherung 2025
- Studie Social Media-Performance Versicherungen 2024
- Studie Kundenpfade Versicherungen 2024

Versicherungsbranche: seit 2020 mehr als 60 Studien veröffentlicht

