

+++ AOK Baden-Württemberg +++ AOK Bayern +++ AOK Bundesverband +++ AOK Plus +++ AOK Rheinland/Hamburg +++ AOK Sachsen-Anhalt
+++ Barmer +++ DAK Gesundheit +++ IKK classic +++ Techniker Krankenkasse +++ u. weitere 40 Anbieter mit quantitativen Fünf-Jahres-Trends

Studiensteckbrief

Werbemarktanalyse Gesetzliche Krankenversicherung 2024

Werbeausgaben für 50 Marken über 5 Jahre

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

November 2024

powered by:



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Werbemarktanalyse
Gesetzliche Krankenversicherung 2024

Informationen zur Studie

Nutzwert der Studie:



Welche der **50 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 Gesetzliche Krankenversicherung

Nov. 23-Okt. 24

75 Mio. €



davon
36%

im Produktmarkt
Serviceleistungen

Mediensplit



Internet-Werber Nr. 1:
Techniker Krankenkasse

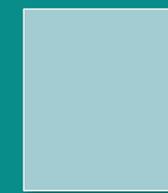
Werbungstreibende pro Monat im Ø



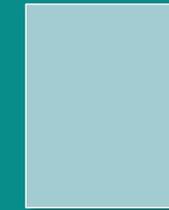
2019/2020



2020/2021



2021/2022



2022/2023



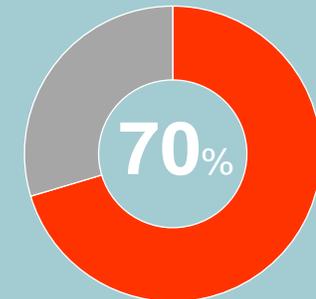
2023/2024

38

Werbekonzentration



**AOK Bundesverband
Barmer
Techniker Krankenkasse**



Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

50 Gesetzliche Krankenversicherungs-Marken mit den höchsten Spendings

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

In **7 Produktmärkten**, darunter Bonusprogramme, Serviceleistungen

alle Informationen **im Wettbewerbsvergleich**
auf 114 PowerPoint-Seiten

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

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

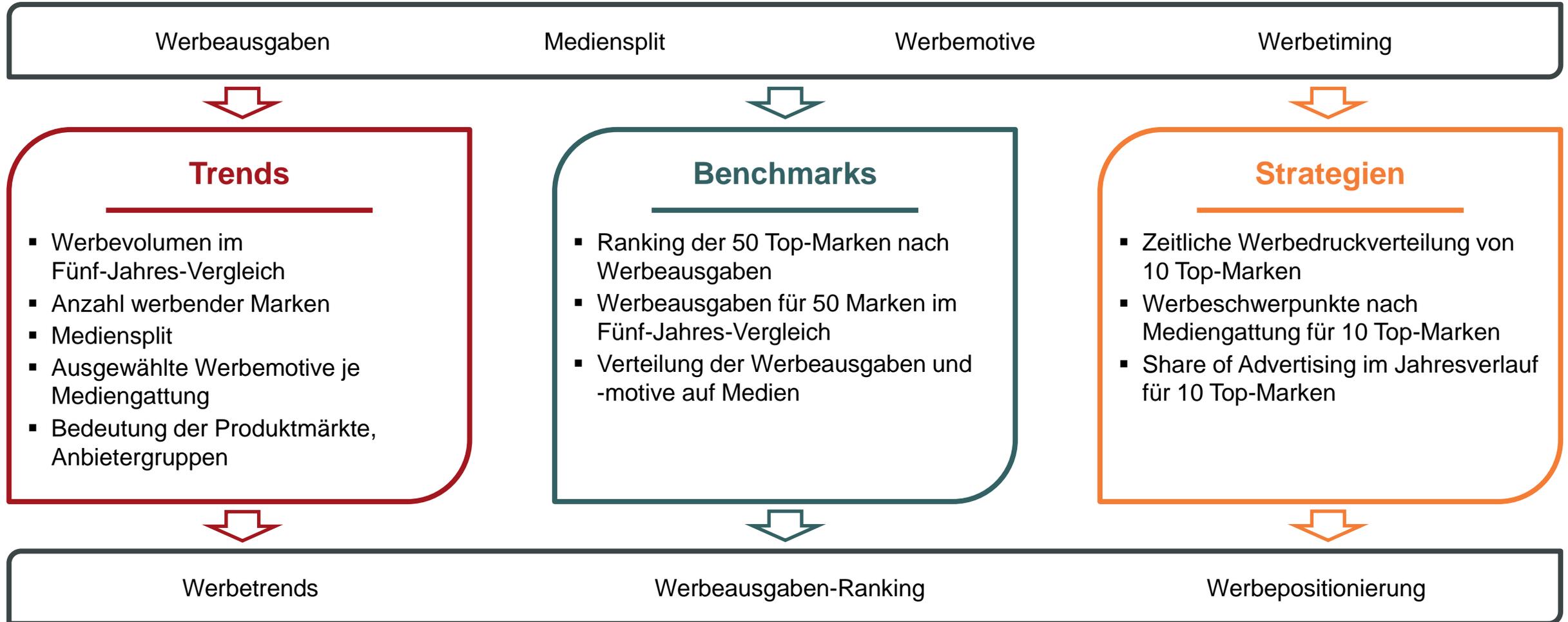
Nutzen: Analyse von Trends, Benchmarks und Strategien
ermöglichen einen unmittelbaren Wettbewerbsvergleich

Im Detail analysierte Marken:

- AOK Baden-Württemberg
- AOK Bayern
- AOK Bundesverband
- AOK Plus
- AOK Rheinland/Hamburg
- AOK Sachsen-Anhalt
- Barmer
- DAK Gesundheit
- IKK classic
- Techniker Krankenkasse
- + Spendings für 40 weitere Marken

Informationen zur Studie

Konzeption:



Informationen zur Studie

Studieninhalte:

Die Studie in Zahlen:

50

**Gesetzliche
Krankenversicherungs-
Marken**

7

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 114 Seiten umfassende Studie kostet **2.800 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 2023/2024	
▪ Quantitative Entwicklungen der Anbietergruppen im 5-Jahres-Vergleich	27
Werbeausgabenentwicklung nach Anbietergruppen, Anbietergruppen im Mediensplit, Werbeausgabenkonzentration in 2023/2024	
▪ Ausgewählte Motive und Nutzenargumente	34
Typische Motive, verwendete Nutzenargumente differenziert nach verschiedenen Medien	
➤ Benchmarks	44
▪ Werbeausgaben-Rankings	45
Share of Advertising der Top 10-Marken, Ranking der Top 50-Marken nach Werbevolumen, Ranking der Top 10/Low 10 Marken nach absoluter Werbedynamik	
▪ Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10-Marken im 5-Jahres-Vergleich	56
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

- **Verteilung der Werbeausgaben und Werbemotive der Top 10-Marken in den letzten zwölf Monaten** 64
Verteilung der Werbeausgaben der Top 10-Marken nach Produktmärkte in den letzten zwölf Monaten, Verteilung der Werbeausgaben und Werbemotive der Top 10-Marken auf die Mediengattungen in den letzten zwölf Monaten
- **Strategien** 67
Zeitliche Werbedruckverteilung in den letzten 12 Monaten nach Mediengattungen für die 10-Marken mit den höchsten Werbeausgaben, Share of Advertising der Top 10-Marken im Jahresverlauf
- **Kommunikationspositionierung** 109
Kommunikationspositionierung der 10 Top-Marken auf Basis Mediensplit und Jahreszeiten im 5-Jahres-Durchschnitt
- **Kontakt** 113



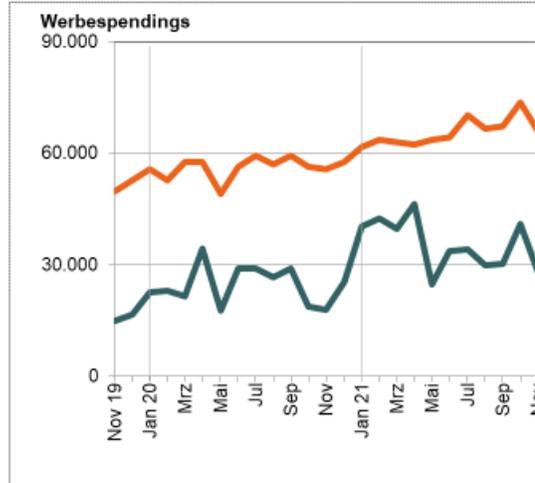
Analysebeispiele (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Trends

Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt

Entwicklung der Werbespendings anbietergruppenübergreifend (Angaben in T€) und Anzahl der Werbungtreibenden



Trends

Ausgewählte Motive und Nutzenargumente

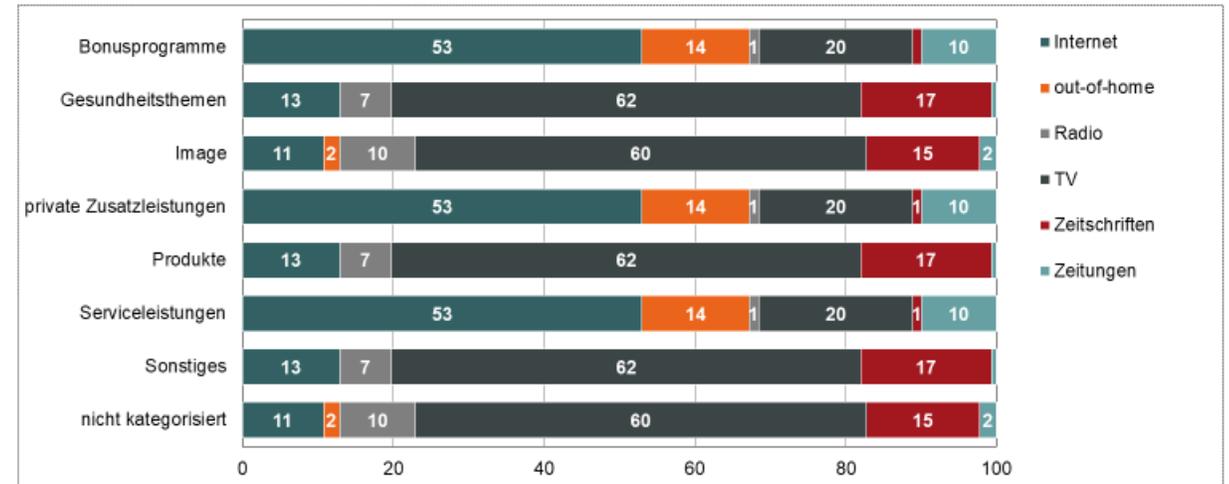
Typische TV Motivbeispiele und Nutzenargumente 2023/2024



Trends

Quantitative Entwicklungen der Produktmärkte im 5-Jahres-Vergleich

Produktmärkte im Mediensplit 2023/2024 (Angaben in %)



Auf welchen Mediensplit setzen die Marken?

research tools

Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Gesetz

Welche medialen Peaks zeigen sich im Jahresverlauf?

research tools

Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Gesetz

research tools

Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Werbemarktanalyse
Gesetzliche Krankenversicherung 2024

research tools

Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Werbemarktanalyse
Gesetzliche Krankenversicherung 2024

Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

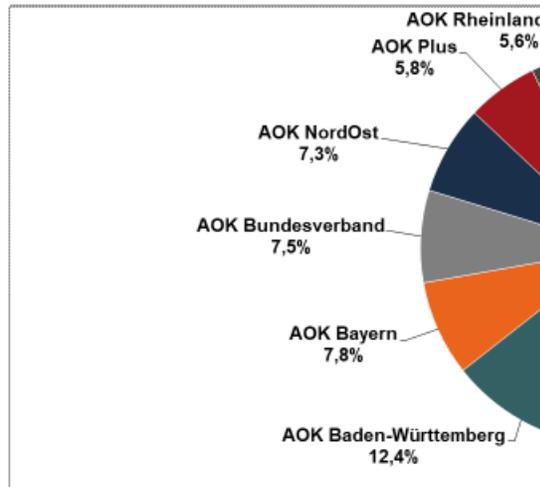
Benchmarks Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 50-Marken nach Werbevolumen (Rangfolge auf Basis jüngster 12-Monats-Zeitraum)

Rang	Marken	Nov. '19 – Okt. '20	No
11	AOK Bremen/Bremerhaven	5.000.000	
12	AOK NordWest	2.400.800	
13	AOK Rheinland-Pfalz/Saarl.	6.000.000	
14	AOK Sachsen-Anhalt	15.300.500	
15	BKK Gildemeister Seidensti.	9.000.000	1
16	Heimat Krankenkasse	3.260.800	
17	hkk Handelskrankenkasse	3.900.600	
18	IKK - Die Innovationskranke.	2.100.800	
19	IKK Südwest	9.400.750	1
20	R+V BKK	8.730.800	

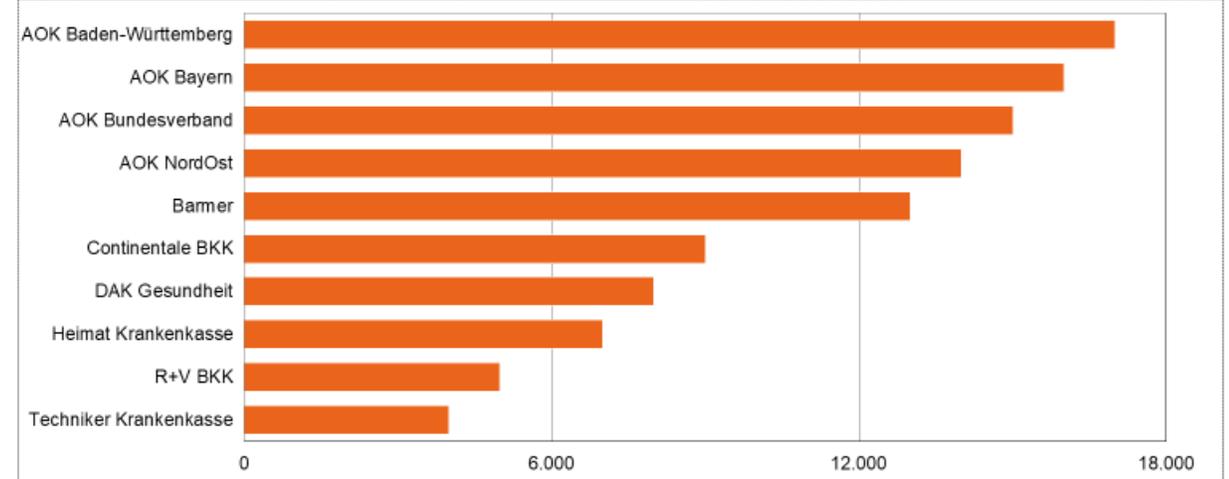
Benchmarks Werbeausgaben-Rankings

Share of Advertising der Top 10-Marken von November 2023 bis Oktober 2024



Benchmarks Werbeausgaben-Rankings

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



Welche Marken zeigen die größte Dynamik?

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Gesetzl

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Gesetzl

Welche Marken führen das Ausgabenranking an?

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Werbemarktanalyse
Gesetzliche Krankenversicherung 2024

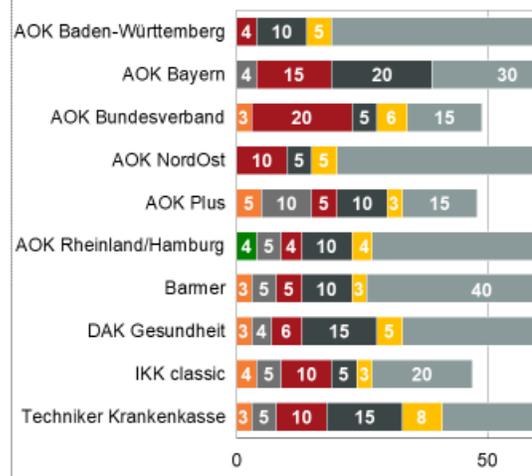
Analysebeispiele (3)

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 Basis Mediensplit im 5-Jahres-Durchschnitt

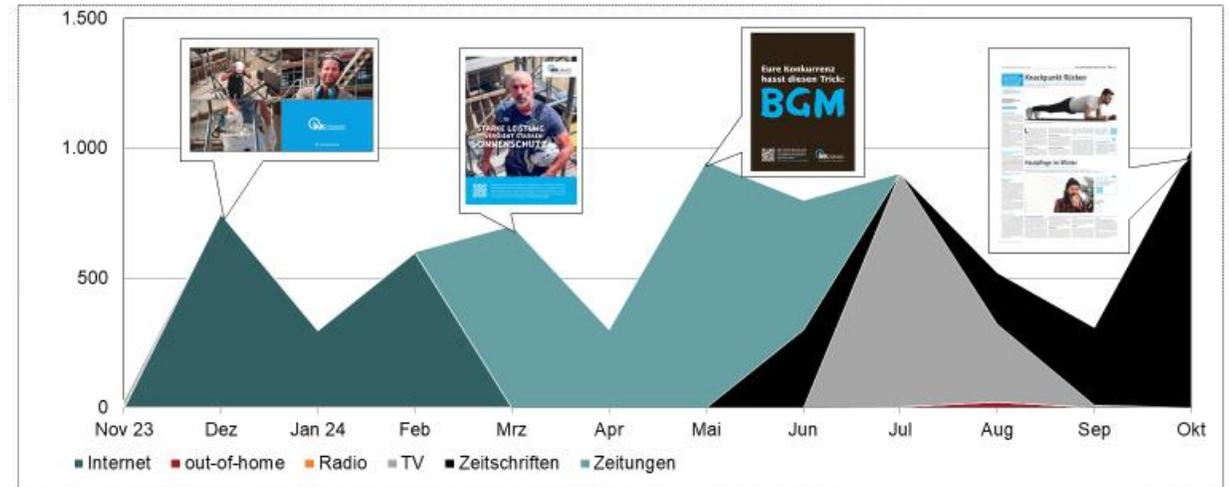


Welche Dynamik zeigt sich im Zeitablauf in den Medien?

Strategien

Marke A

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



research tools

Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Gesetzl

Wie positionieren sich die Marken im Wettbewerbsumfeld?

research tools

Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Gesetzl

research tools

Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Werbemarktanalyse
Gesetzliche Krankenversicherung 2024

research tools

Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Werbemarktanalyse
Gesetzliche Krankenversicherung 2024

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 2.800 EUR zzgl. MwSt. die **Werbemarktanalyse Gesetzliche Krankenversicherung 2024**.

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

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 50 Marktstudien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

Weitere relevante Studien zur Branche:

- Studie Kundenpfade Versicherungen 2024
- Studie Versicherungs-Zielgruppe Wohngebäudeversicherung 2024
- Studie Versicherungs-Zielgruppe Hausratversicherung 2024
- Studie eVisibility Versicherungen 2024
- Werbemarktanalyse Versicherungen
- Studie Unternehmensprofile Versicherungen 2024

Versicherungsbranche: seit 2020 mehr als 60 Studien veröffentlicht

