

+++ ADAC +++ Allianz +++ Allianz Direct +++ DEVK +++ Ergo +++ Europa +++ HUK-Coburg +++ LVM-Versicherung +++ VHV +++
Württembergische +++ und weitere 40 Anbieter mit quantitativen Fünf-Jahres-Trends +++ ADAC +++ Allianz +++ Allianz Direct +++ DEVK +++ Erg

Studiensteckbrief

Werbemarktanalyse Kfz-Versicherung 2024

Werbeausgaben für 50 Marken über 5 Jahre

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

Januar 2024

powered by:



Informationen zur Studie

Nutzwert der Studie:



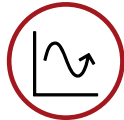
Welche der **50 Marken** sind die werbeintensivsten und -dynamischsten?



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



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



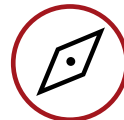
Wie **verteilen** die Top-Marken ihre Spendings innerhalb von 60 Monaten?



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:

Werbevolumen Kfz-Versicherung

Jan.-Dez. 2023

111 Mio. €



davon
17%

in der Anbietergruppe
Direktversicherer

Mediensplit

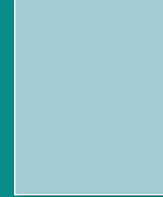


Radio-Werber Nr. 1:
HUK-Coburg

Werbungtreibende pro Monat im Ø



2019



2020



2021



2022



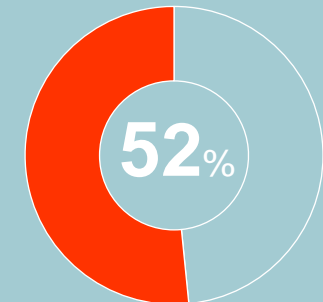
29

2023

Werbekonzentration



Allianz
DEVK
HUK-Coburg



52%

Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

50 Anbieter von Kfz-Versicherungen mit den höchsten Spendings

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

In **4 Anbietergruppen**, darunter Allspartenversicherer, Direktversicherer, Spezialversicherer

alle Informationen **im Wettbewerbsvergleich**
auf 74 PowerPoint-Seiten

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

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

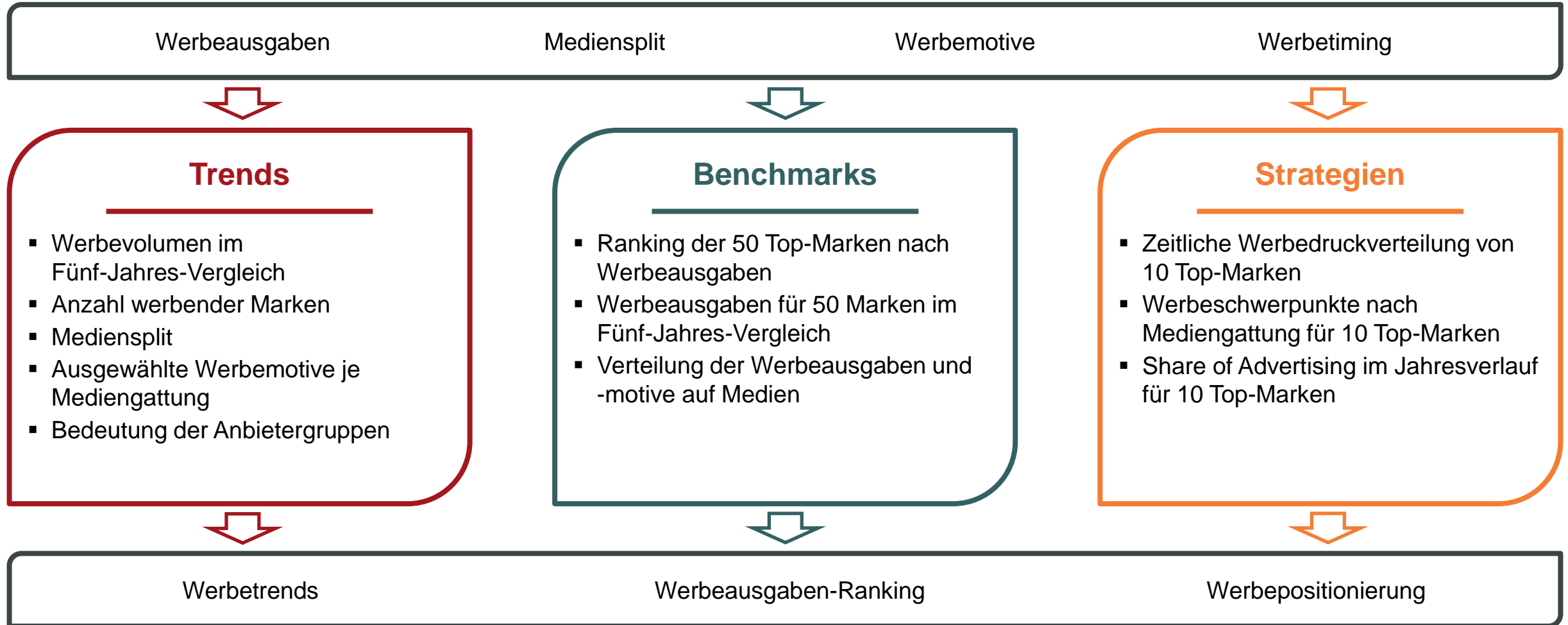
Nutzen: Analyse von Trends, Benchmarks und Strategien
ermöglichen einen unmittelbaren Wettbewerbsvergleich

Im Detail analysierte Marken:

- ADAC
- Allianz
- Allianz Direct
- DEVK
- Ergo
- Europa
- HUK-Coburg
- LVM Versicherung
- VHV
- Württembergische
- + Spendings für 40 weitere Marken

Informationen zur Studie

Konzeption:



Informationen zur Studie

Studieninhalte:

Die Studie in Zahlen:

50

Anbieter von
Kfz-Versicherungen

4

Anbietergruppen

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 74 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 Anbietergruppen im 5-Jahres-Vergleich	20
Werbeausgabenentwicklung nach Produktmärkte, Anbietergruppen im Mediensplit, Werbeausgabenkonzentration in 2023	
▪ Ausgewählte Motive und Nutzenargumente	27
Typische Motive, verwendete Nutzenargumente differenziert nach verschiedenen Medien	
➤ Benchmarks	35
▪ Werbeausgaben-Rankings	36
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	47
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** 54
Verteilung der Werbeausgaben der Top 10-Marken nach Anbietergruppen in den letzten zwölf Monaten, Verteilung der Werbeausgaben und Werbemotive der Top 10-Marken auf die Mediengattungen in den letzten zwölf Monaten
- **Strategien** 57
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** 69
Kommunikationspositionierung der 10 Top-Marken auf Basis Mediensplit und Jahreszeiten im 5-Jahres-Durchschnitt
- **Kontakt** 73

Analysebeispiele (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Auf welchen Mediensplit setzen die Marken?

Trends

Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt

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



Trends

Ausgewählte Motive und Nutzenargumente

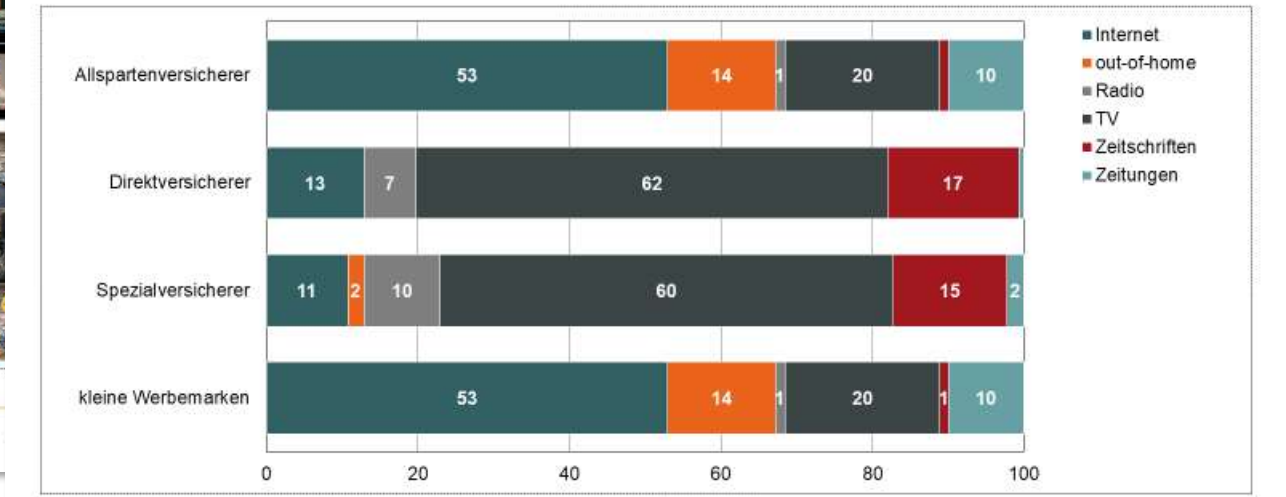
Typische TV Motivbeispiele und Nutzenargumente 2023



Trends

Quantitative Entwicklungen der Anbietergruppen im 5-Jahres-Vergleich

Anbietergruppen im Mediensplit 2022/2023 (Angaben in %)



Welche medialen Peaks zeigen sich im Jahresverlauf?



Werbemarktanalyse
Kfz-Versicherung 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	Jan. '19 – Dez. '19	Jan. '20 – Dez. '20
11	AXA	5.000.000	
12	Bankers Insurance	2.400.800	
13	CosmosDirekt	6.000.000	
14	DA direkt	15.300.500	
15	Friday	9.000.000	1
16	Herzessache. Der Asseku.	3.260.800	
17	HUK24	3.900.600	
18	Signal Iduna	2.100.800	
19	Verti Versicherung	9.400.750	1
20	WGV	8.730.800	

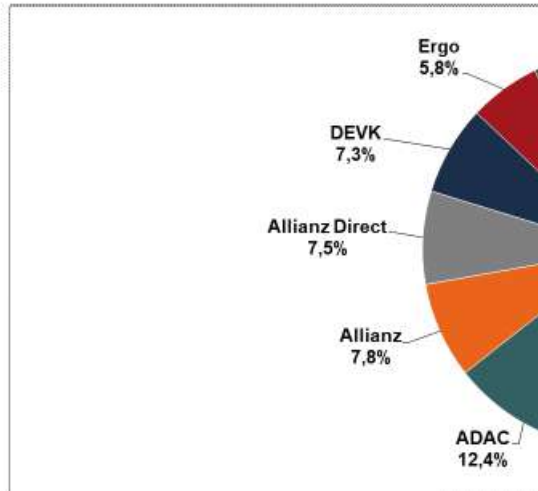


Welche Marken führen das Ausgabenranking an?



Benchmarks
Werbeausgaben-Rankings

Share of Advertising der Top 10-Marken von Januar 2023 bis Dezember 2023



Welche Marken zeigen die größte Dynamik?

Benchmarks
Werbeausgaben-Rankings

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

Brand	Difference (T€)
Allianz Direct	17,000
Bankers Insurance	15,000
DA direkt	14,000
DEVK	13,000
Ergo	12,500
Europa	10,000
Herzessache. D. Assek.	8,000
LVM Versicherung	7,000
VHV	6,000
Württembergische	5,000



Werbemarktanalyse
Kfz-Versicherung 2024

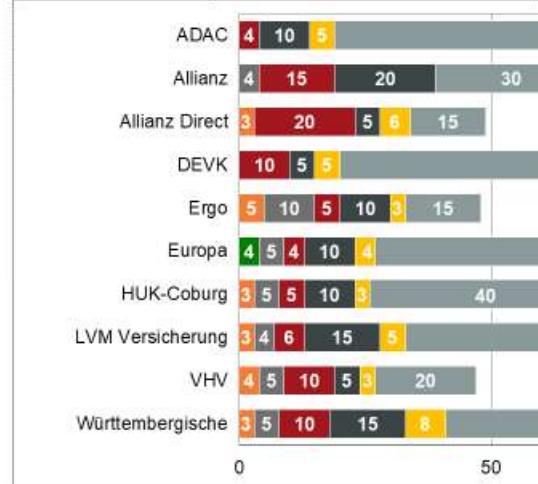
Analysebeispiele (3)

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

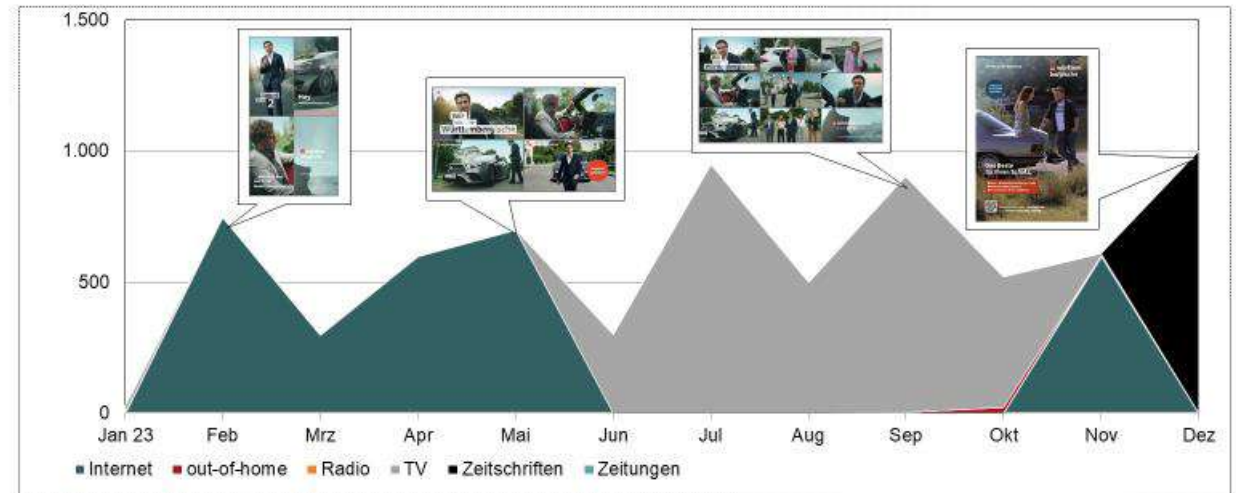


Welche Dynamik zeigt sich im Zeitablauf in den Medien?

Strategien

Marke A

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



Wie positionieren sich die Marken im Wettbewerbsumfeld?

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 2.200 EUR zzgl. MwSt. die **Werbemarktanalyse Kfz-Versicherung 2024**.

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 2018 über 70 Marktstudien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

Weitere relevante Studien zur Versicherungsbranche:

- Studie Versicherungs-Zielgr. Gesetzlich Krankenversicherte 2023
- Studie Kundenpfade Versicherungen 2023
- Werbemarktanalyse Tierversicherung 2023
- Studie Unternehmensprofile Versicherungen 2023
- Werbemarktanalyse Zahnzusatzversicherung 2023
- Marketing-Mix-Analyse Risikolebensversicherung 2023

Versicherungsbranche: seit 2021 mehr als 30 Studien veröffentlicht

