

+++ ADAC +++ Allianz +++ Allianz Direct +++ DEVK +++ Europa +++ HUK-Coburg +++ Itzehoer +++ LVM +++ VHV +++ WGV +++ und weitere 40
Anbieter mit quantitativen Fünf-Jahres-Trends +++ ADAC +++ Allianz +++ Allianz Direct +++ DEVK +++ Europa +++ HUK-Coburg +++ Itzehoer +++

Studiensteckbrief

Werbemarktanalyse Kfz-Versicherung 2026

Werbeausgaben für 50 Marken über 5 Jahre

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

Februar 2026



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Werbemarktanalyse
Kfz-Versicherung 2026

powered by:



©Utkarsh Malviya/pexels.com

Informationen zur Studie

Nutzwert der Studie:



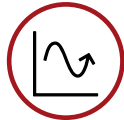
Welche der **50 Marken** sind die werbeintensivsten und -dynamischsten?



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



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



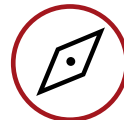
Wie **verteilen** die Top-Marken ihre Spendings innerhalb von 60 Monaten?



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?



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Werbemarktanalyse
Kfz-Versicherung 2026

Informationen zur Studie

Key Facts der Analysebereiche:

Werbevolumen Kfz-Versicherung

Januar-Dezember 2025

99 Mio. €



davon
79%

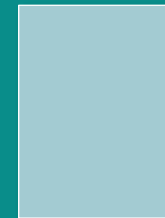
in der Anbietergruppe
Allspartenversicherer

Mediensplit

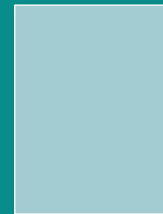


Radio-Werber Nr. 1:
Itzehoer Versicherung

Werbungtreibende pro Monat im Ø



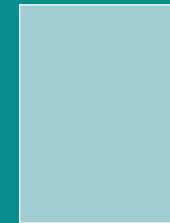
2021



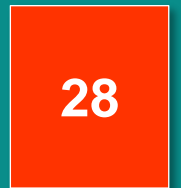
2022



2023



2024



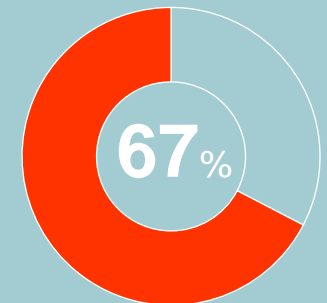
28

2025

Werbekonzentration



Allianz
Allianz Direct
HUK-Coburg



67%



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Werbemarktanalyse
Kfz-Versicherung 2026

Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

50 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

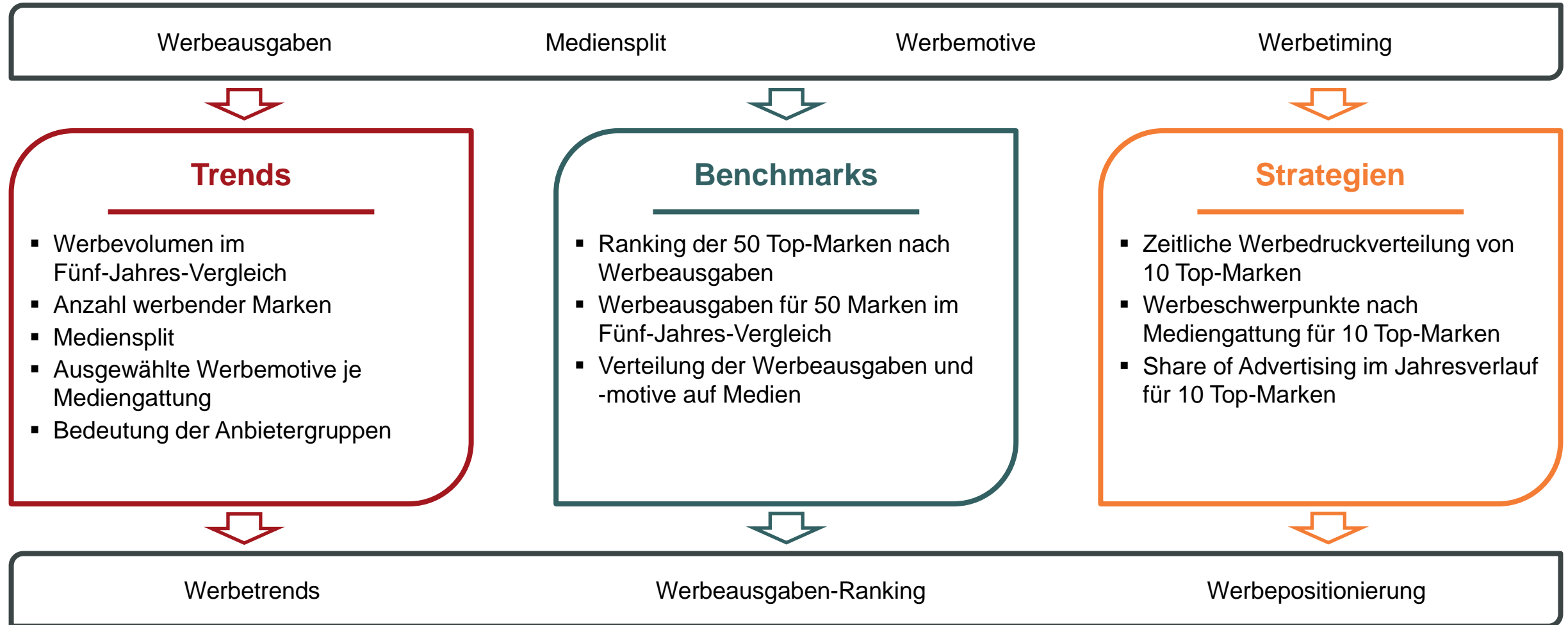
Im Detail analysierte Marken:

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



Informationen zur Studie

Konzeption:



Informationen zur Studie

Studieninhalte:

Die Studie in Zahlen:

50

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 Anbietergruppen, Anbietergruppen im Mediensplit, Werbeausgabenkonzentration in 2025	
▪ Ausgewählte Motive und Nutzenargumente	27
Typische Motive, verwendete Nutzenargumente differenziert nach verschiedenen Medien	
➤ Benchmarks	34
▪ Werbeausgaben-Rankings	35
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	46
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 in den letzten zwölf Monaten, Verteilung der Werbeausgaben und Werbemotive der Top 10-Marken auf die Anbietergruppen und Mediengattungen in den letzten zwölf Monaten	
➤	Strategien	57
	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	
➤	Kommunikationspositionierung	69
	Kommunikationspositionierung der 10 Top-Marken auf Basis Mediensplit und Jahreszeiten im 5-Jahres-Durchschnitt	
➤	Kontakt	73



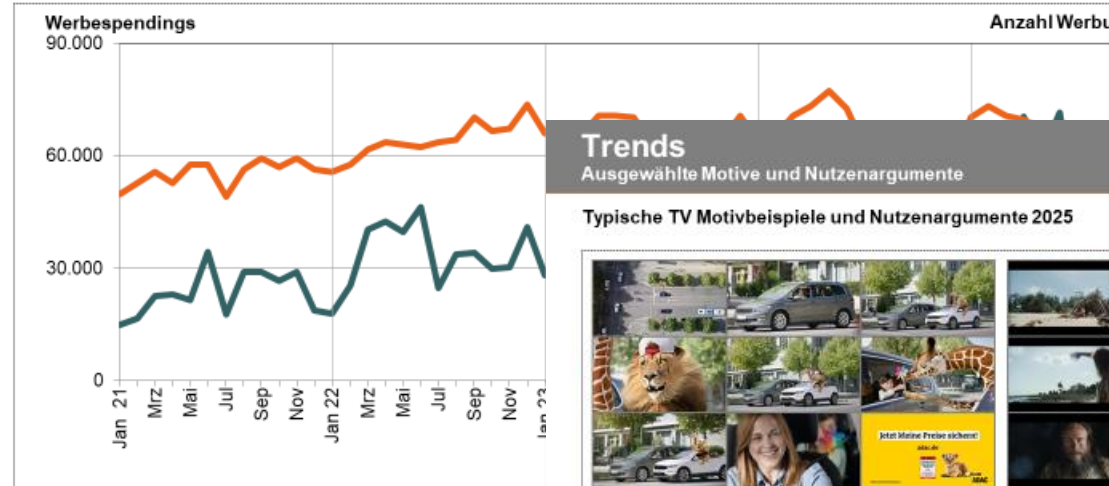
Analysebeispiele (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Trends

Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt

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



Trends

Ausgewählte Motive und Nutzenargumente

Typische TV Motivbeispiele und Nutzenargumente 2025



research tools

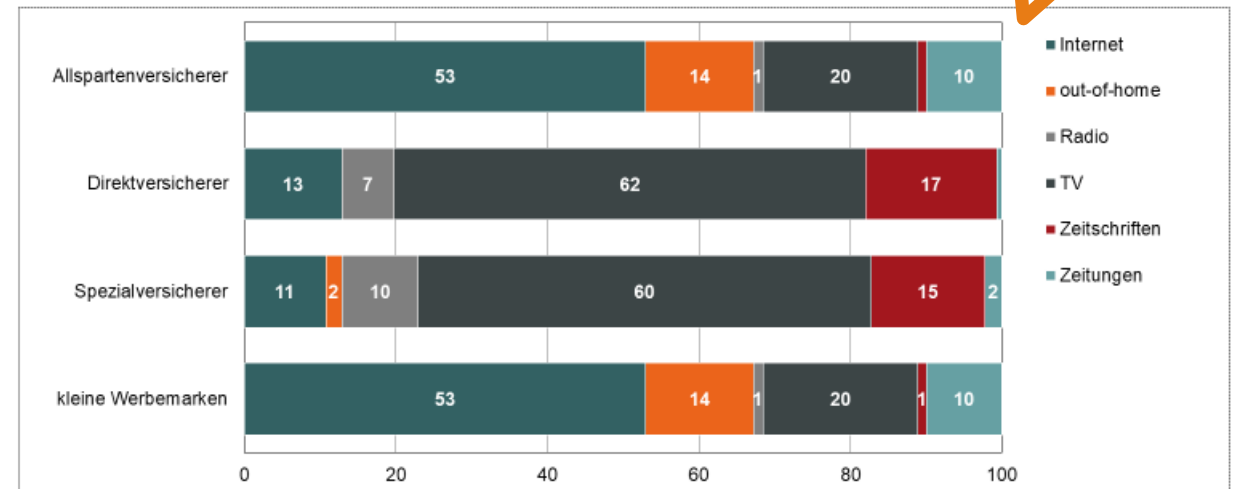
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Welche medialen Peaks zeigen sich im Jahresverlauf?

Trends

Quantitative Entwicklungen der Anbietergruppen im 5-Jahres-Vergleich

Anbietergruppen im Mediensplit 2025 (Angaben in %)



research tools

Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Werbemarktanalyse
Kfz-Versicherung 2026

Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

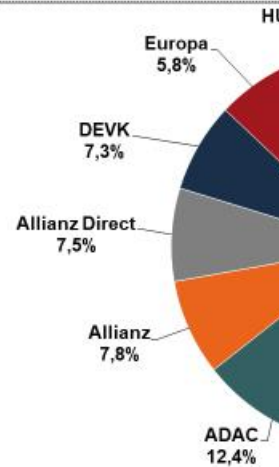
Ranking der Top 50-Marken nach Werbevolumen (Rangfolge auf Basis jüngster 12-Monats-Zeitraum)

Rang	Marken	Ausgaben in €				
		Jan. '21 – Dez. '21	Jan. '22 – Dez. '22	Jan. '23 – Dez. '23	Jan. '24 – Dez. '24	Jan. '25 – Dez. '25
11	AdmiralDirekt	5.000.000	7.000.000	0	1.634.000	15.136.077
12	CosmosDirekt	2.400.800				
13	Debeka	6.000.000				
14	Herzenssache. D. Assekur.!	15.300.500				
15	HUK24	9.000.000	1			
16	KRAVAG	3.260.800				
17	OCC	3.900.600				
18	R+V Versicherung	5.000.000				
19	Verti Versicherung	2.400.800				
20	Württembergische	3.260.800				

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

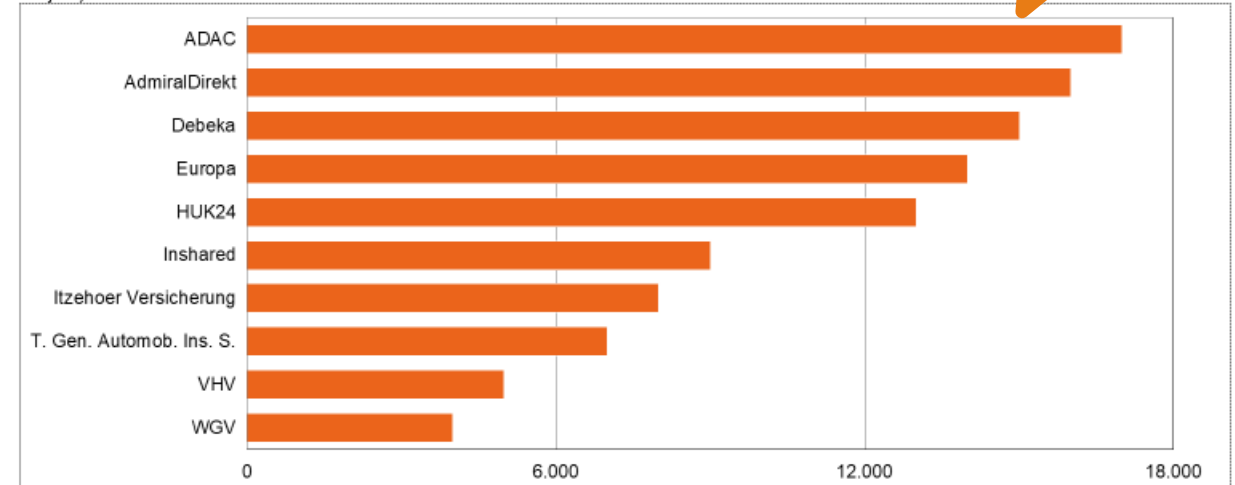
Share of Advertising der Top 10-Marken von Januar 2025 bis



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
Kfz-Versicherung 2026

Werbemarktanalyse
Kfz-Versicherung 2026

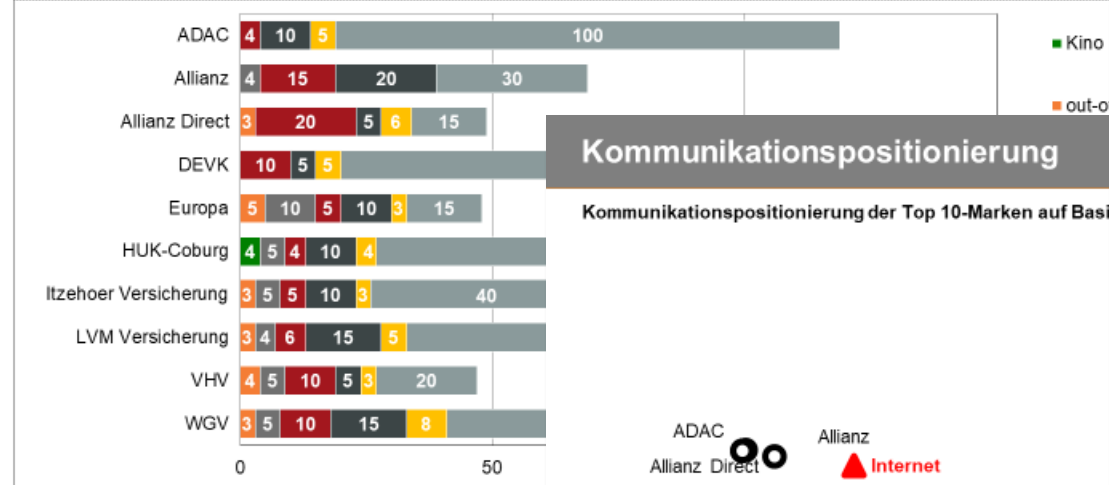
Analysebeispiele (3)

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

ADAC
Allianz Direct
Allianz
Internet

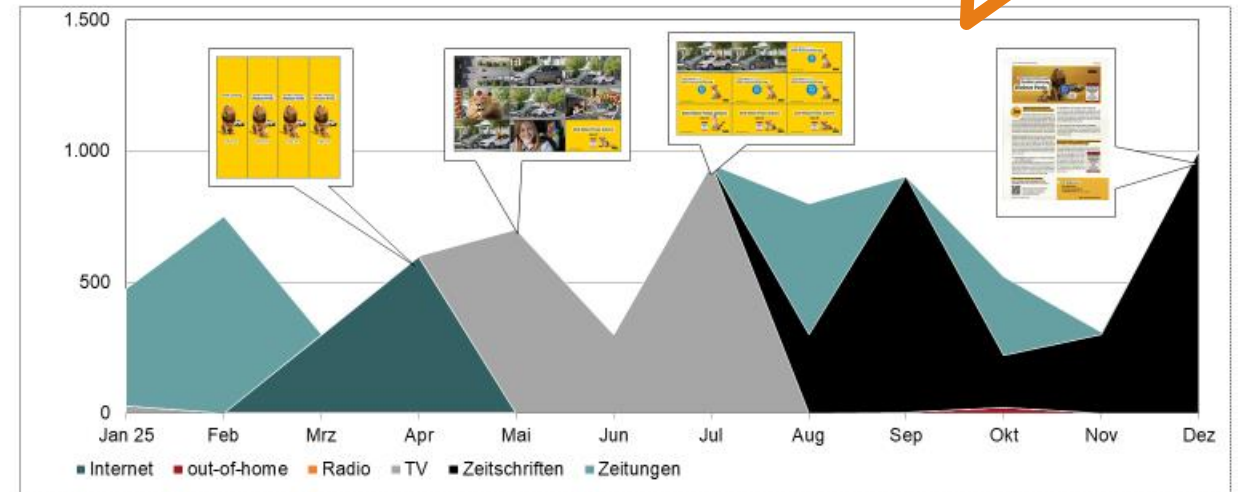
Eur
VHV
WGV

Wie positionieren sich die Marken im Wettbewerbsumfeld?

Strategien

Marke A

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



Welche Dynamik zeigt sich im Zeitablauf in den Medien?

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 2026**.

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 allein seit 2022 über 50 Marktstudien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

Weitere relevante Studien zur Versicherungsbranche:

- Studie Kundenpfade Versicherungen 2025
- Studie Versicherungs-Zielgruppe Singlehaushalte 2025
- Werbemarktanalyse Tierversicherung 2025
- Werbemarktanalyse Zahnzusatzversicherung 2025
- Studie Versicherungs-Zielgruppe Vergleichsportalkunden 2025
- Werbemarktanalyse Direktversicherungen 2025

Versicherungsbranche: Seit 2020 mehr als 70 Studien veröffentlicht.

