

+++ 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

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?



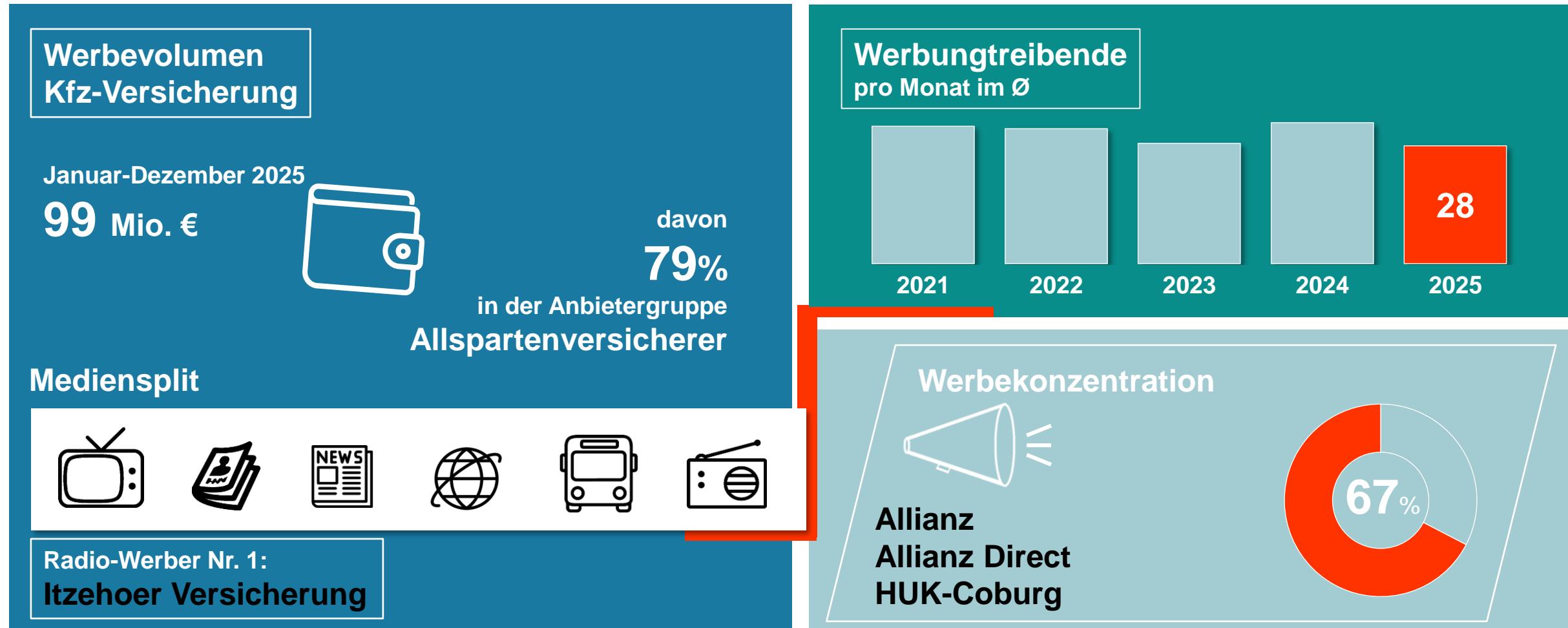
Welche **Werbemotive** sind in den Mediengattungen wichtig, wie viele verschiedene Motive setzen die Top-Marken ein?



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

Informationen zur Studie

Key Facts der Analysebereiche:



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**

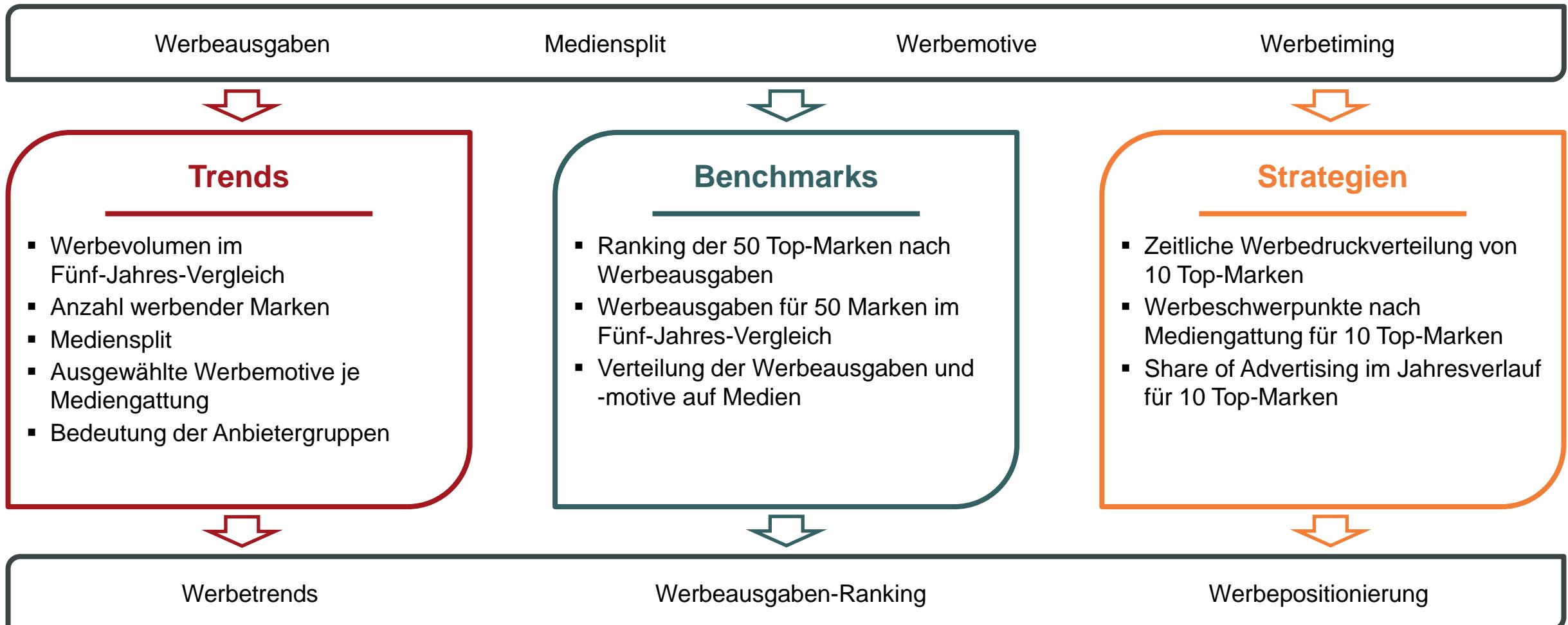
Nutzen: Analyse von Trends, Benchmarks und Strategien
ermöglichen einen unmittelbaren Wettbewerbsvergleich

Im Detail analysierte Marken:

- ADAC
- Allianz
- Allianz Direct
- DEVK
- Europa
- HUK-Coburg
- Itzehoer 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

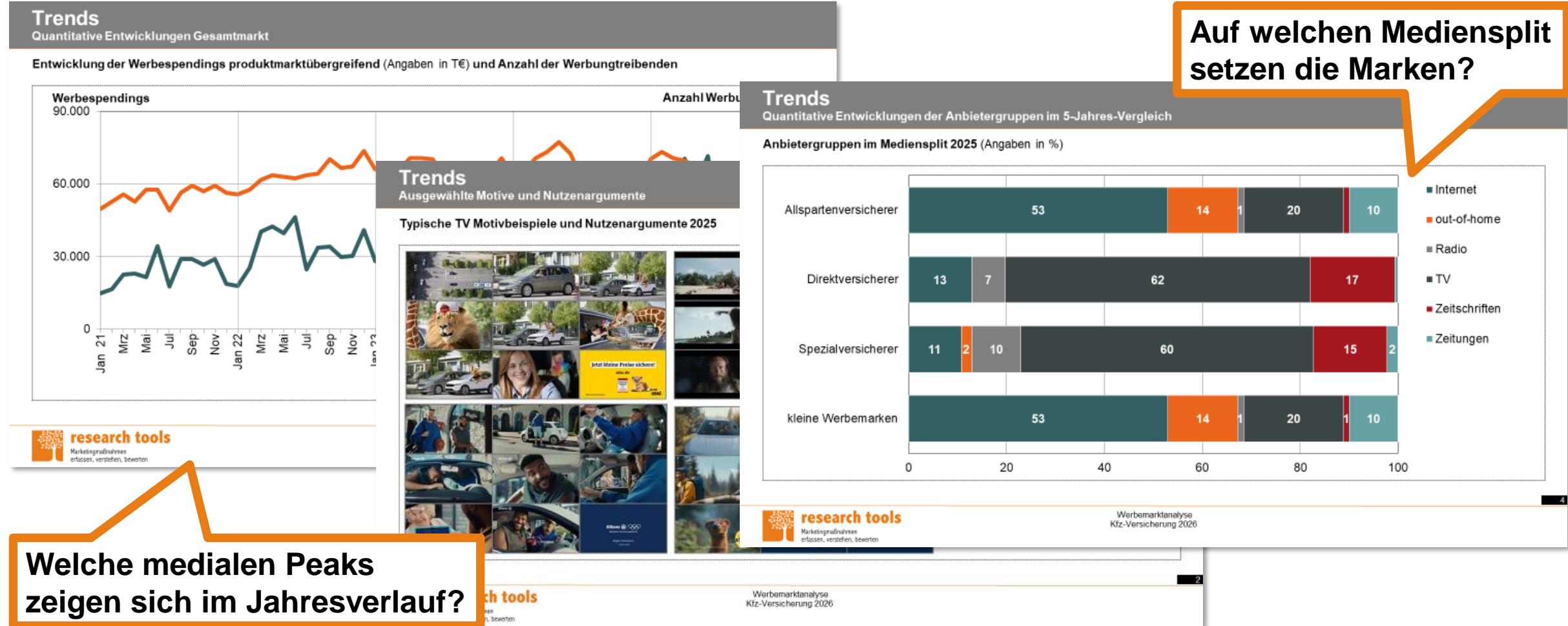
➤ Management Summary	4
➤ Forschungsdesign	9
➤ Trends	14
▪ Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt	15
Entwicklung der Werbeausgaben der Werbungstreibenden, Entwicklung der Anzahl beworbener Marken und der monatlichen Werbespendings, Werbeausgabenentwicklung nach Medien	
▪ Quantitative Entwicklungen der 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 Beispiele Seiten enthalten fiktive Daten



Analysebeispiele (2)

Die Beispiele Seiten enthalten fiktive Daten

Benchmarks Werbeausgaben-Rankings

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

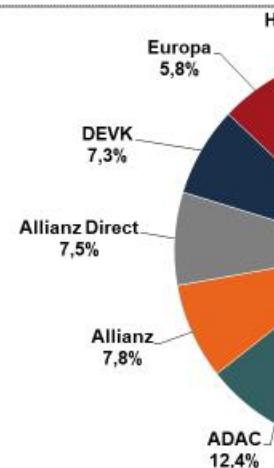
Rang	Marken	Ausgaben in €				
		Jan. '21 – Dez. 21	Jan. '22 – Dez. 22	Jan. '23 – Dez. 23	Jan. '24 – Dez. 24	Jan. '25 – Dez. 25
11	AdmiralDirekt	5.000.000	7.000.000	0	1.634.000	15.136.077
12	CosmosDirekt	2.400.800				
13	Debeka	6.000.000				
14	Herzenssache. D. Assekur.!	15.300.500				
15	HUK24	9.000.000				
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				



Welche Marken führen das Ausgabenranking an?

Benchmarks Werbeausgaben-Rankings

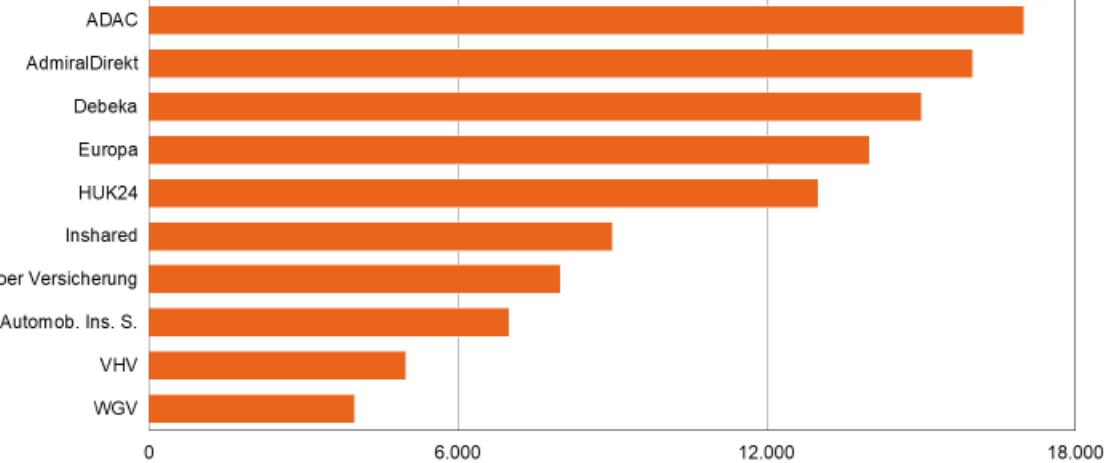
Share of Advertising der Top 10-Marken von Januar 2025 bis



Werbemarktanalyse Kfz-Versicherung 2026

Benchmarks Werbeausgaben-Rankings

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



Werbemarktanalyse
Kfz-Versicherung 2026

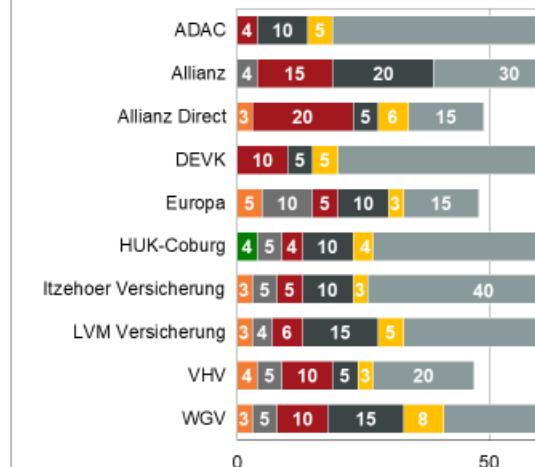
Analysebeispiele (3)

Die Beispelseiten 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



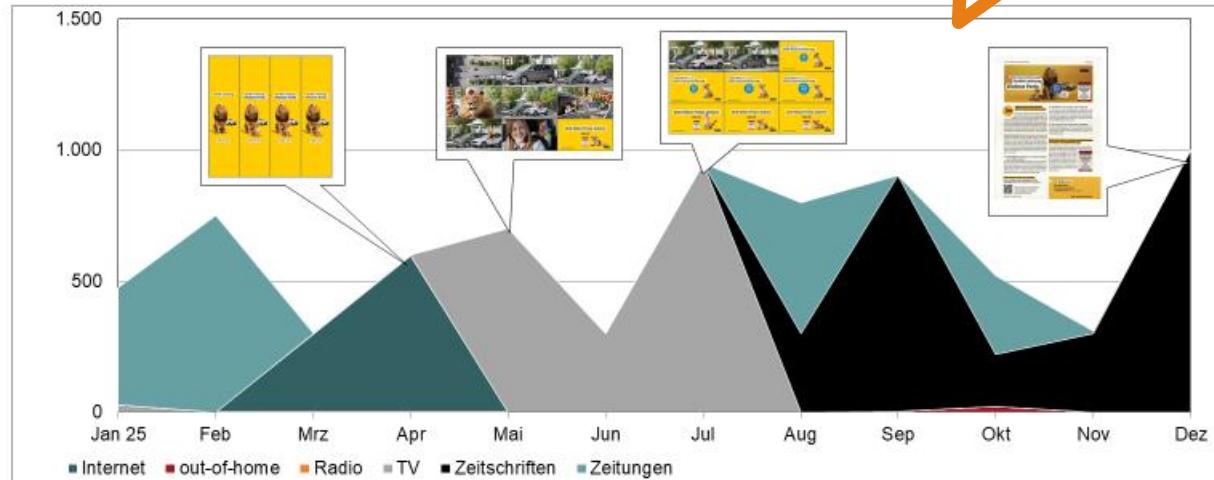
research tools
Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

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?

research tools
Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Zeitschriften

Werbemarktanalyse
Kfz-Versicherung 2026

Werbemarktanalyse
Kfz-Versicherung 2026

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: _____

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 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.

