

++ Adam Riese +++ AGILA Haustierv. +++ Allianz +++ Barmenia +++ DFV Dt. Familienv. +++ HanseMerkur ++
+ PetProtect +++ R+V Vers. +++ SantéVet +++ Uelzener Vers. +++ u. weit. 20 Anb. m. quantit. 5-Jahres-Trends

Studiensteckbrief

Werbemarktanalyse Tierversicherung 2021

Werbeausgaben für 30 Marken über 5 Jahre

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

Dezember 2021

powered by:



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief
Werbemarktanalyse Tierversicherung 2021

Informationen zur Studie

Ausgewählte Key Facts:

- Für die mediale Kommunikation haben die werbungtreibenden Anbieter von Tierversicherungen innerhalb eines Jahres rund 53 Millionen Euro ausgegeben.
- Im Durchschnitt werben zwölf Marken pro Monat für ihre Produkte.
- TV ist das Top-Werbemedium. Zeitungs-Werber Nr. 1 ist Berlin Direkt Versicherung.
- Drei Anbieter werben mit einem Volumen von mehr als fünf Millionen Euro innerhalb der letzten zwölf Monate.
- Die Werbekonzentration fällt mit 95% Anteil der Top 3-Marken in der Branche sehr hoch aus.
- Unter den Top 10 nach Werbespendings finden sich zwei Marken, die erstmals für Tierversicherungen werben.

Informationen zur Studie

Key Facts der Analysebereiche:

Werbevolumen Tierversicherung

2020/2021

53 Mio. €

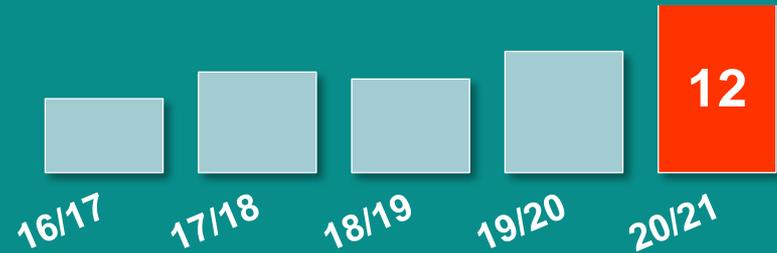


Mediensplit



Zeitungs-Werber Nr. 1:
Berlin Direkt Versicherung

Werbungtreibende pro Monat im Ø



Werbekonzentration



95%

DFV Dt. Familienv.
PetProtect
Uelzener Versicher.

Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

30 Anbieter von Tierversicherungen
mit den höchsten Spendings

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

Mediensplit für fünf Gattungen:
Internet, Radio, TV, Zeitschriften, Zeitungen

alle Informationen im **Wettbewerbsvergleich**
auf 58 PowerPoint-Seiten

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

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

Nutzen: Analyse von Trends und Benchmarks ermöglichen
einen unmittelbaren Wettbewerbsvergleich

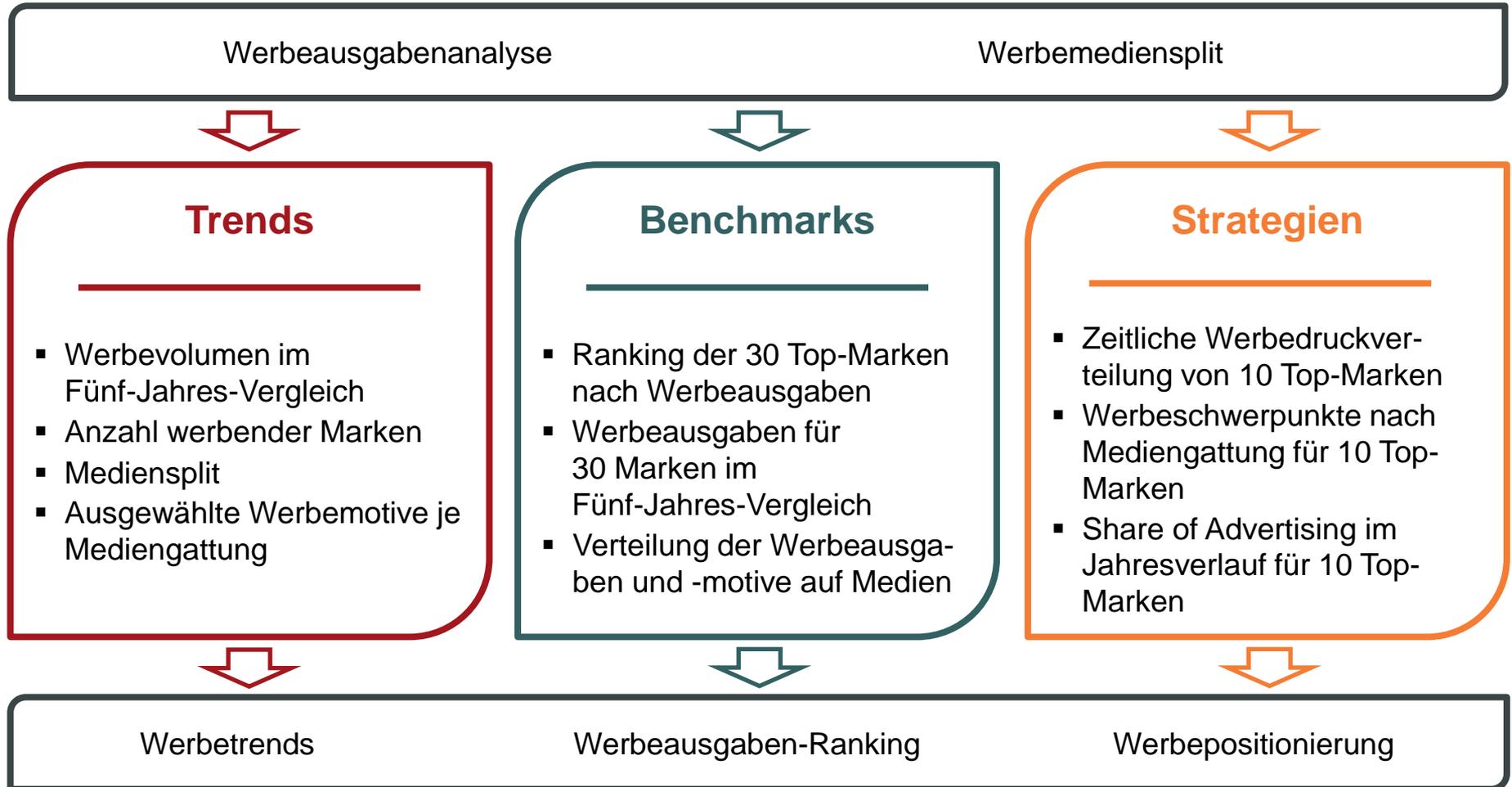
Im Detail analyisierte Anbieter:

- Adam Riese
- AGILA Haustier-
versicherung
- Allianz
- Barmenia
- DFV Deutsche
Familierversicherung
- HanseMercur
- PetProtect
- R+V Versicherung
- SantéVet
- Uelzener Versicher.
- + Spendings für
20 weitere Marken



Informationen zur Studie

Konzeption:



Informationen zur Studie

Studieninhalte:

Die Studie analysiert unter anderem folgende **Aspekte**:

- welche allgemeinen Werbeausgabentrends sind zu beobachten?
- wie viele Versicherer werben im Fünf-Jahres-Vergleich?
- über welche Medien kommuniziert die Branche?
- welches Werbemedium hat im Vorjahresvergleich an Bedeutung gewonnen?
- wie verteilen die Top-Werber ihre Spendings innerhalb von 60 Monaten?
- welchen Werbedruck entfalten die Top-Marken?
- welches sind die werbeintensivsten und -dynamischsten Anbieter?
- in welchen Mediengattungen werben die Top-Versicherer?
- wie positionieren sich die Versicherer im Mediensplit?

Die Studie in Zahlen:

- Werbevolumen von 30 Versicherern
- Werbespendings für 5 Mediengattungen
- Kommunikationspositionierung für 10 Marken auf Basis Jahreszeiten und Mediensplit

Forschungsdesign:

Analyse und Vergleich sämtlicher Werbeausgaben in Fernsehen, Internet, Radio, 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 58 Seiten umfassende Studie kostet **1.600 EUR** zzgl. Mehrwertsteuer.

Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	4
➤ Forschungsdesign	9
➤ Trends	13
▪ Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt	14
Entwicklung der Werbeausgaben der Werbungtreibenden, Entwicklung der Anzahl beworbener Marken und der monatlichen Werbespendings, Werbeausgabenentwicklung nach Medien	
▪ Ausgewählte Motive und Nutzenargumente	19
Typische Motive, verwendete Nutzenargumente differenziert nach verschiedenen Medien	
➤ Benchmarks	23
▪ Werbeausgaben-Rankings	24
Share of Advertising der Top 10-Marken, Ranking der Top 30-Marken nach Werbevolumen, Ranking der Top 10/Low 10 Marken nach absoluter Werbedynamik	
▪ Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10-Marken im 5-Jahres-Vergleich	32
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

▪	Mediensplit der Top 10-Marken	39
	Verteilung der Werbemotive und Werbeausgaben der Top 10-Marken auf die Mediengattungen in den letzten zwölf Monaten	
➤	Strategien	41
	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	53
	Kommunikationspositionierung der 10 Top-Marken auf Basis Mediensplit und Jahreszeiten im 5-Jahres-Durchschnitt	
➤	Kontakt	57



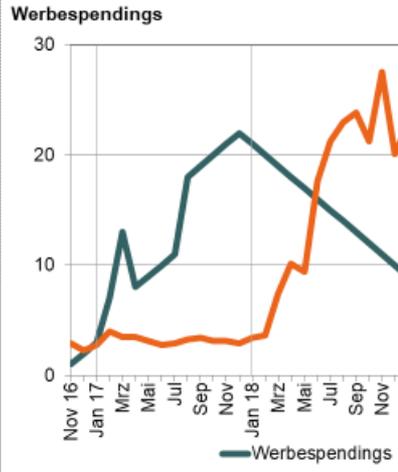
Analysebeispiele (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Trends

Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt

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



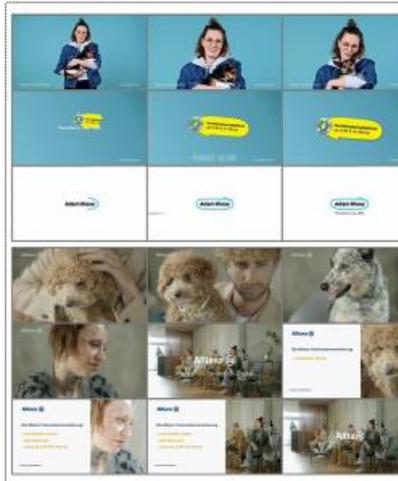
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Trends

Ausgewählte Motive und Nutzenargumente

Typische TV Beispiele und Nutzenargumente 2020/2021



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

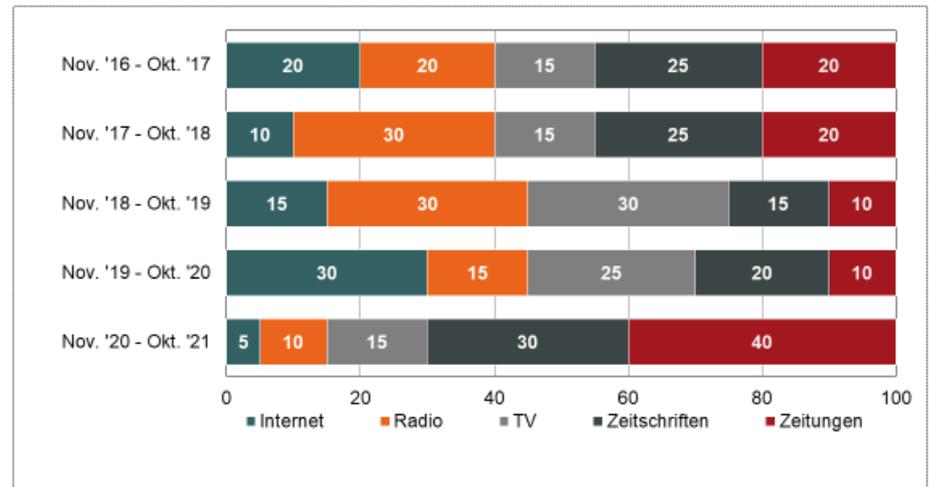


Auf welchen Mediensplit setzen die Unternehmen?

Trends

Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt

Entwicklung des Mediensplits aller Marken im 5-Jahres-Vergleich (Angaben in %)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbemarkanalyse
Tierversicherungen 2021

Welche medialen Peaks zeigen sich im Jahresverlauf?

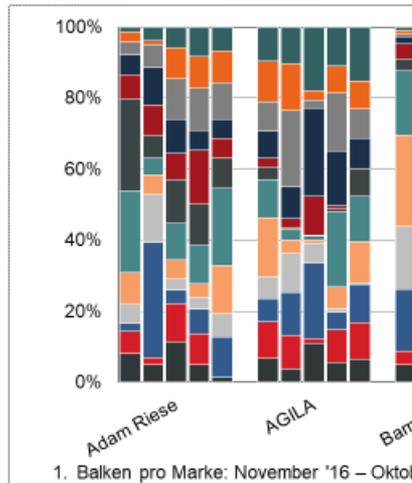
Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Benchmarks

Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10-Marken

Verteilung der Werbeausgaben der Top 10-Marken auf die Monate im Fünf-Jahres-Vergleich



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 30-Marken nach Werbevolumen (Rangfolge auf Basis jüngster 12-Monats-Zeitraum)

Rang	Marken	Nov. '16 – Okt. '17	Nov. '18 – Okt. '19
11	ARAG	1.000.000	900.000
12	Berlin Direkt Versich.	900.000	800.000
13	Coya	800.000	700.000
14	GHV Darmstadt	700.000	600.000
15	InterRisk	600.000	500.000
16	Nationwide	500.000	400.000
17	Nürnberger	400.000	300.000
18	Smart Paws	300.000	200.000
19	VPV	200.000	100.000
20	Württembergische	100.000	50.000

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

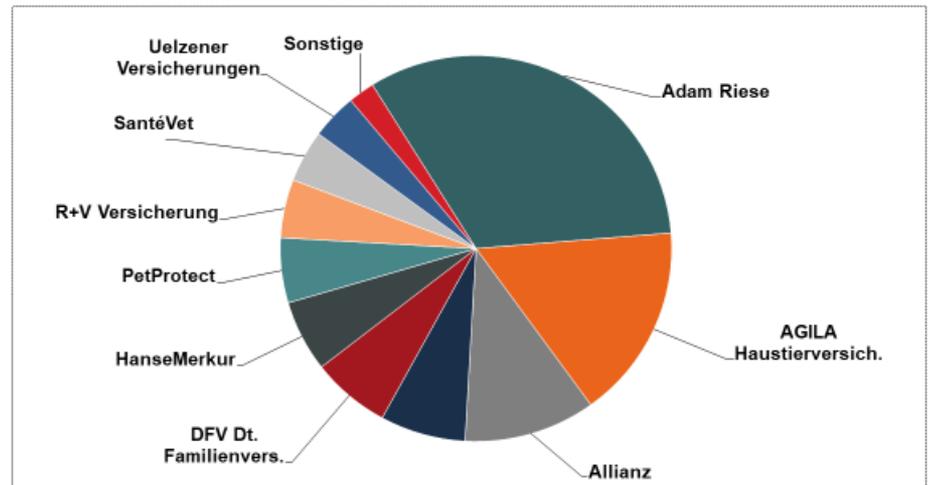


Welchen Werbedruck entfalten die Top 10-Marken?

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Share of Advertising der Top 10-Marken von November 2020 bis Oktober 2021



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbemarktanalyse
Tierversicherungen 2021

Welche Marken führen das Ausgabenranking an?

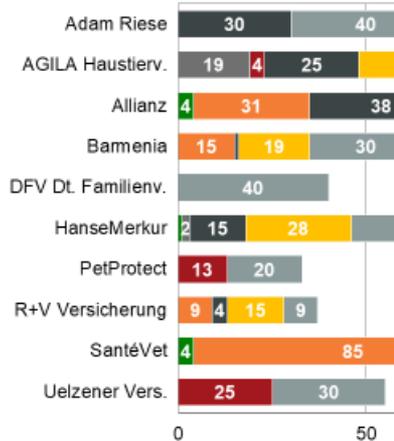
Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Benchmarks

Mediensplit der Top 10-Marken

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



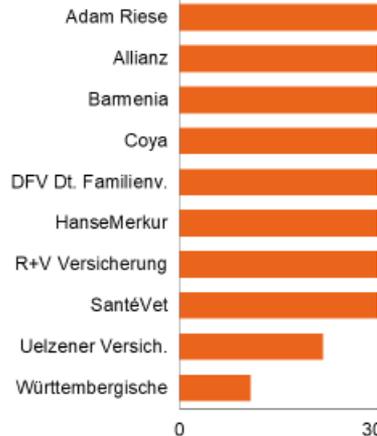
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

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



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

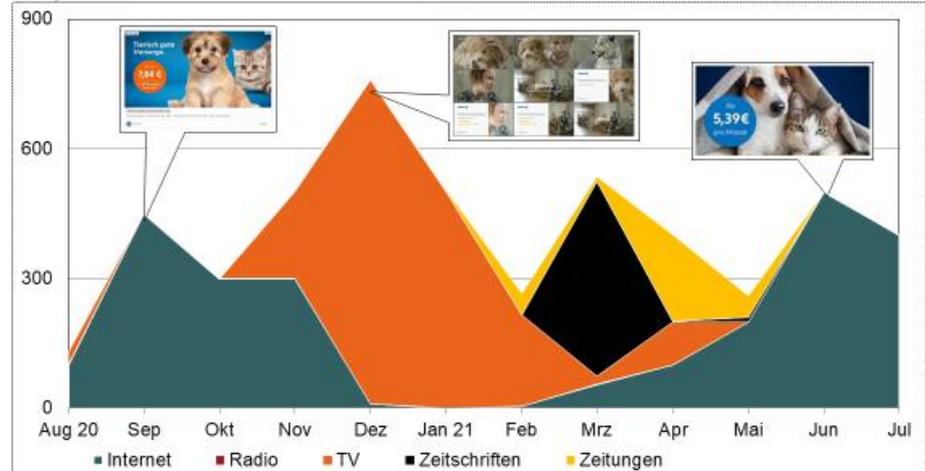


Welche Dynamik zeigt sich im Zeitablauf in den Medien?

Strategien

Marke A

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



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbemarktanalyse
Tierversicherungen 2021

Welche Marken zeigen die größte Dynamik?

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 1.600 EUR zzgl. MwSt. die
Werbemarktanalyse Tierversicherung 2021.

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

Zuletzt erschienene Studien zur Versicherungsbranche :

- Marketing-Mix-Analyse Altersvorsorge 2021
- Studie Kundenpfade Versicherungen 2021
- Werbemarktanalyse Lebensversicherung 2021
- Werbemarktanalyse Zahnzusatzversicherung 2021
- Studie Versicherungs-Zielgruppe Krankenzusatzversich. 2021
- Studie eVisibility Versicherungen 2021

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. In der Reihe ‚Werbemarktanalysen‘ sind seit 2018 über 70 Marktstudien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

