

+++ Agria +++ Allianz +++ AXA +++ DFV Deutsche Familienversicherung +++ Figo Pet +++ HanseMerkur +++ Petolo +++ Petplan ++  
+ PetProtect +++ Uelzener Versicherungen +++ und weitere zehn Anbieter mit quantitativen Fünf-Jahres-Trends +++ Agria +++ Allianz +++ AXA +

Studiensteckbrief

# Werbemarktanalyse Tierversicherung 2023

Werbeausgaben für 20 Marken über 5 Jahre

erarbeitet von:

research tools, Esslingen am Neckar

Dezember 2023



powered by:



**research tools**

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Werbemarktanalyse  
Tierversicherung 2023

# Informationen zur Studie

## Nutzwert der Studie:



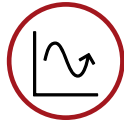
Welche der **20 Marken** sind die werbeintensivsten und -dynamischsten?



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



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



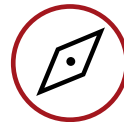
Wie **verteilen** die Top-Marken ihre Spendings innerhalb von 60 Monaten?



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:

### Werbervolumen Tierversicherung

Nov. 22-Okt. 23

42 Mio. €



davon entfallen  
**66%**  
auf  
Spezialversicherer

### Mediensplit



Internet-Werber Nr. 1:  
**HanseMerkur**

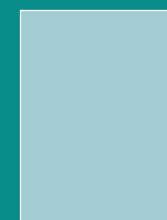
### Werbungtreibende pro Monat im Ø



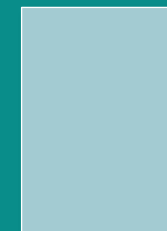
18/19



19/20



20/21



21/22



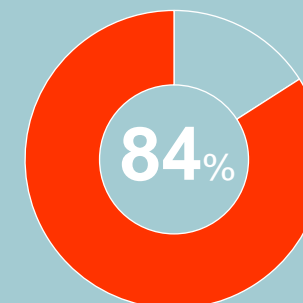
22/23

12

### Werbekonzentration



DFV Dt. Familienversich.  
HanseMerkur  
PetProtect



84%

# Informationen zur Studie

## Nutzen und Umfang der Studie:

20 Tierversicherungs-Marken mit den höchsten Spendings

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

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

alle Informationen **im Wettbewerbsvergleich**  
auf 67 PowerPoint-Seiten

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

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

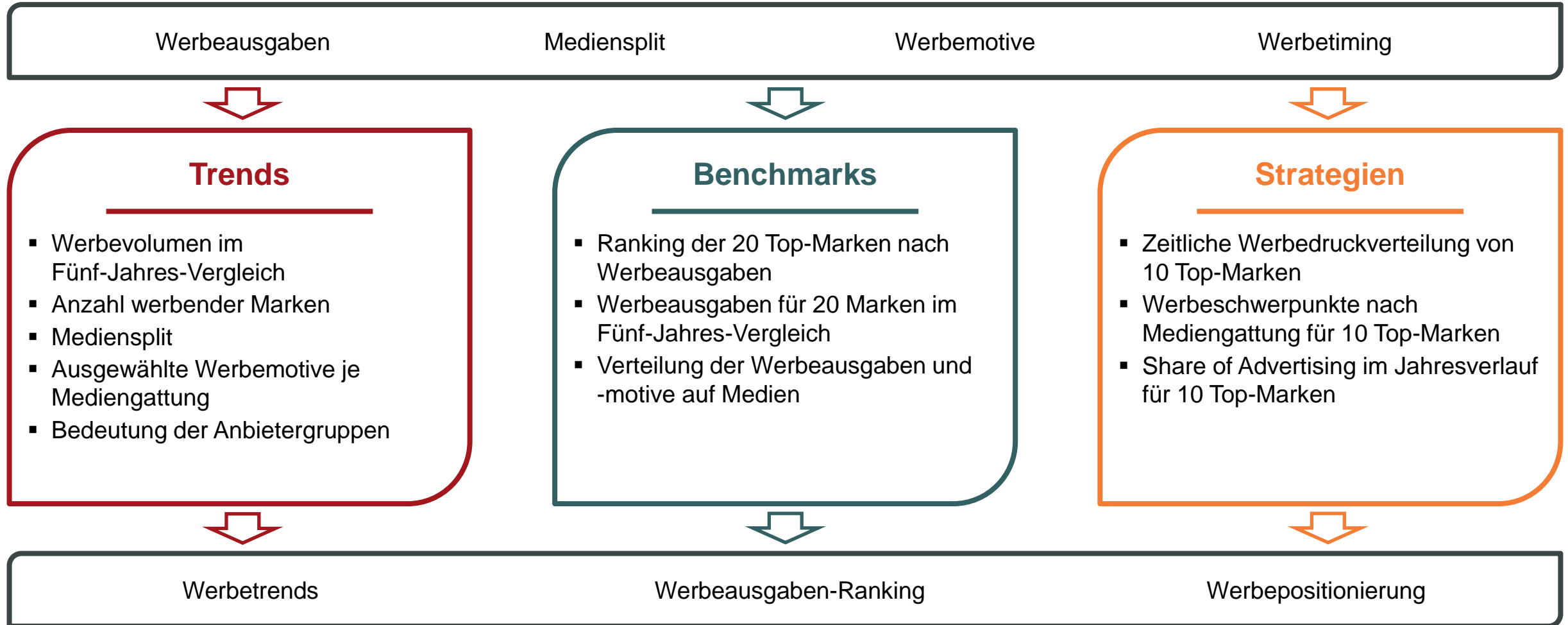
**Nutzen:** Analyse von Trends, Benchmarks und Strategien  
ermöglichen einen unmittelbaren Wettbewerbsvergleich

### Im Detail analysierte Marken:

- Agria
- Allianz
- AXA
- DFV Dt. Familienversich.
- Figo Pet
- HanseMerkur
- Petolo
- Petplan
- PetProtect
- Uelzener Versicherungen
- + Spendings für 10 weitere Marken

# Informationen zur Studie

## Konzeption:



# Informationen zur Studie

## Studieninhalte:

### Die Studie in Zahlen:

**20**

Tierversicherungs-Marken

**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 67 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 2022/2023  |    |
| ▪ Ausgewählte Motive und Nutzenargumente  | 27 |
| Typische Motive, verwendete Nutzenargumente differenziert nach verschiedenen Medien   |    |
| ➤ Benchmarks  | 31 |
| ▪ Werbeausgaben-Rankings  | 32 |
| Share of Advertising der Top 10-Marken, Ranking der Top 20-Marken nach Werbevolumen, Ranking der Top 10/Low 10 Marken nach absoluter Werbedynamik   |    |
| ▪ Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10-Marken im 5-Jahres-Vergleich   | 40 |
| 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   | 47 |
| 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  | 50 |
| 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  | 62 |
| Kommunikationspositionierung der 10 Top-Marken auf Basis Mediensplit und Jahreszeiten im 5-Jahres-Durchschnitt  |    |
| ➤ Kontakt   | 66 |



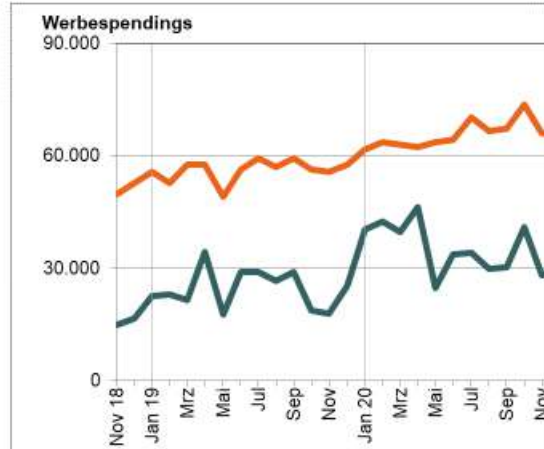
# Analysebeispiele (1)

## 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 2022/2023

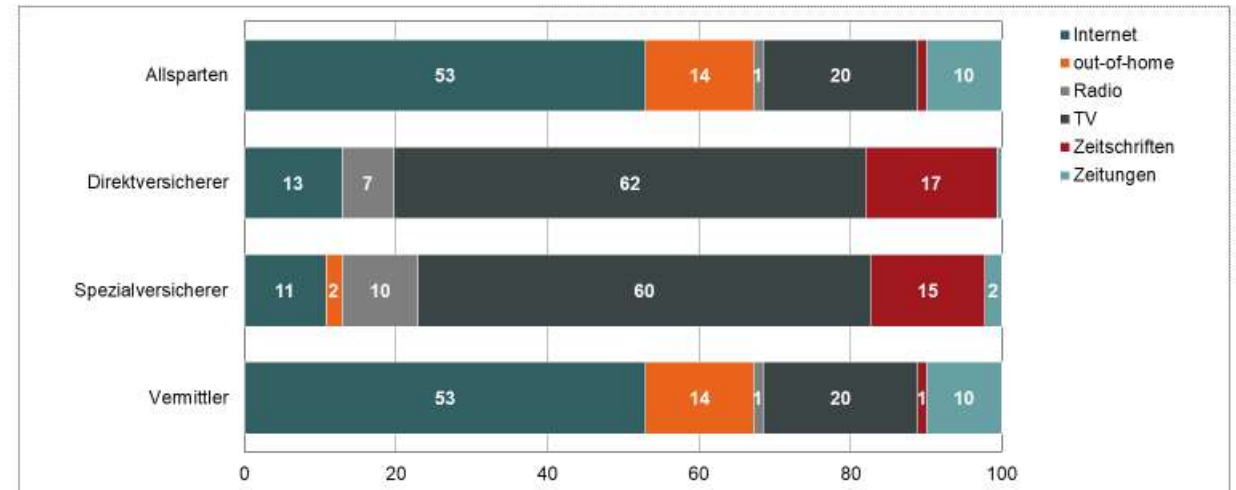


Auf welchen Mediensplit setzen die Marken?

### Trends

Quantitative Entwicklungen der Anbietergruppen im 5-Jahres-Vergleich

Anbietergruppen im Mediensplit 2022/2023 (Angaben in %)



Welche medialen Peaks zeigen sich im Jahresverlauf?



Werbemarktanalyse  
Tierversicherung 2023

# Analysebeispiele (2)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

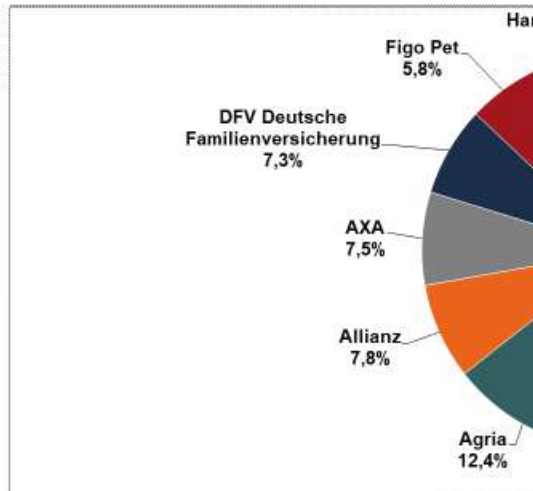
Ranking der Top 20-Marken nach Werbevolumen (Rangfolge auf Basis jüngster 12-Monats-Zeitraum)

| Rang | Marken                     | Nov. '18 – Okt. '19 | Nov. '19 – Okt. '20 |
|------|----------------------------|---------------------|---------------------|
| 11   | AGILA Haustierversicherung | 5.000.000           |                     |
| 12   | Akc Pet Insurance          | 2.400.800           |                     |
| 13   | Ammerländer Versicherung   | 6.000.000           |                     |
| 14   | Barmenia                   | 15.300.500          |                     |
| 15   | Interloyd Versicherung     | 9.000.000           | 1                   |
| 16   | Itzehoer Versicherung      | 3.260.800           |                     |
| 17   | Nürnberger                 | 3.900.600           |                     |
| 18   | Panda Tierversicherung     | 2.100.800           |                     |
| 19   | R+V Versicherung           | 9.400.750           | 1                   |
| 20   | SantéVet                   | 8.730.800           |                     |

### Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

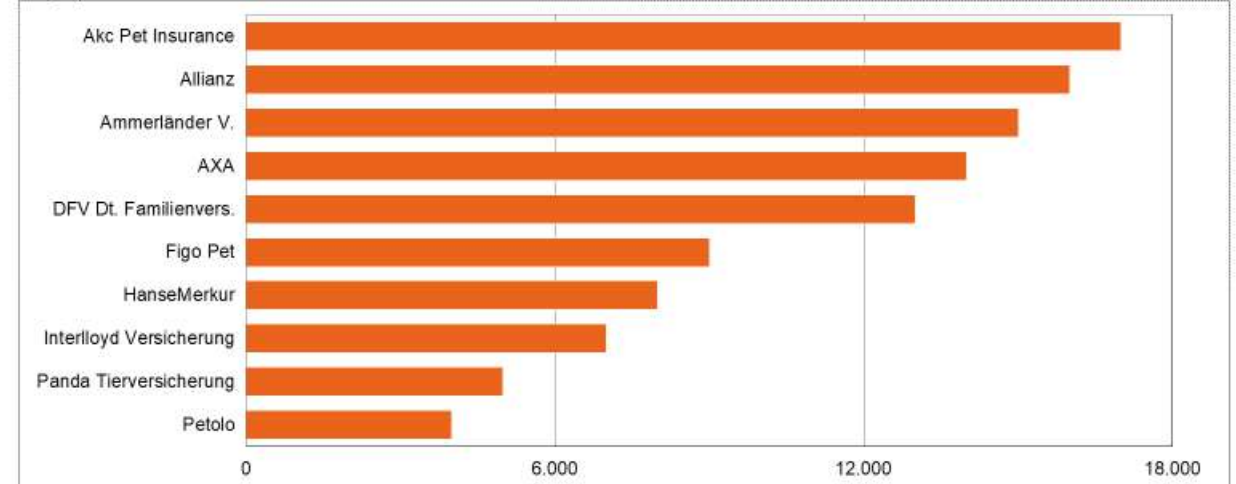
Share of Advertising der Top 10-Marken von November 2022 bis Oktober 2023



### 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

Welche Marken führen das Ausgabenranking an?

### research tools

Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

### research tools

Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Werbemarktanalyse Tierversicherung 2023

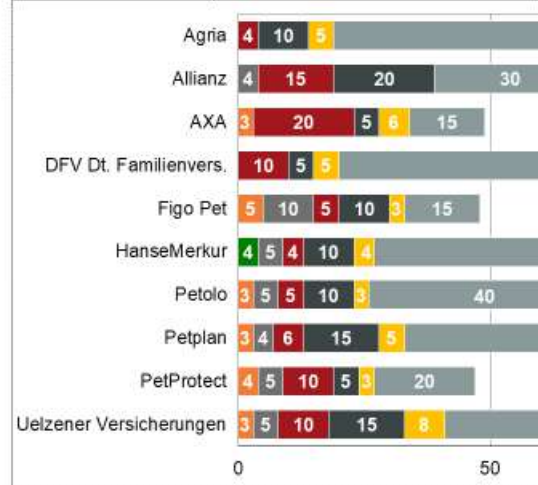
# Analysebeispiele (3)

## 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

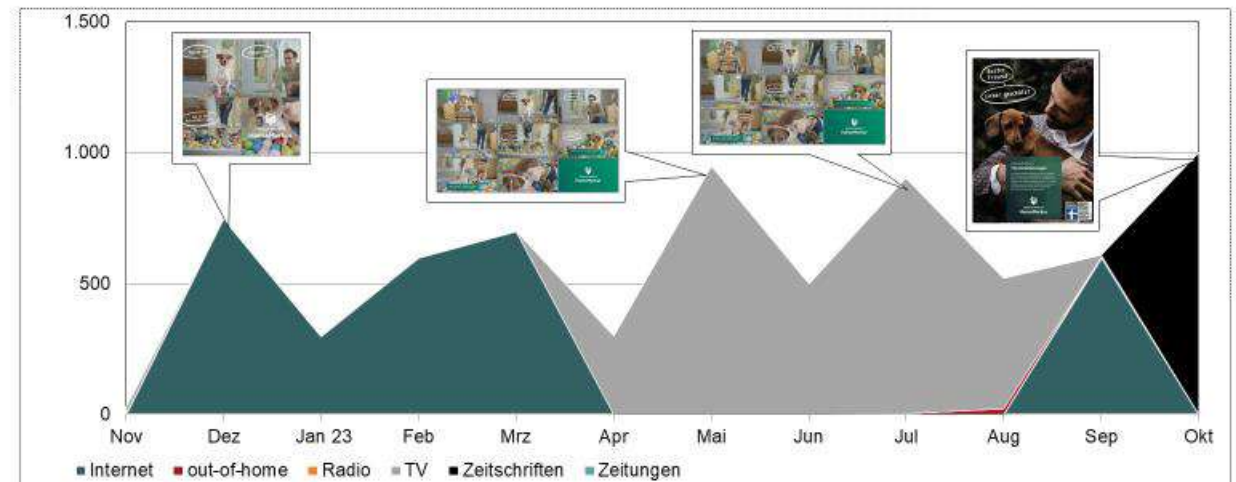


Welche Dynamik zeigt sich im Zeitablauf in den Medien?

### Strategien

Marke A

Marke A | Zeitliche Werbendruckverteilung 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](mailto: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 Tierversicherung 2023**.

**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 2018 über 70 Marktstudien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

### Weitere relevante Studien zur Versicherungsbranche:

- Studie Unternehmensprofile Versicherungen 2023
- Werbemarktanalyse Zahnzusatzversicherung 2023
- Marketing-Mix-Analyse Risikolebensversicherung 2023
- Werbemarktanalyse Direktversicherungen 2023
- Studie eVisibility Versicherungen 2023
- Studie Versicherungs-Zielgruppe Junge Erwachsene 2023

Versicherungsbranche: seit 2021 mehr als 30 Studien veröffentlicht

