

+++ Allianz +++ Barmenia +++ Burda direct Versicherungen +++ DFV Deutsche Familienversicherung +++ Ergo +++ HanseMerkur ++
+ Maxcare +++ Ottonova +++ R+V Versicherung +++ Signal Iduna +++ und weitere 15 Anbieter mit quantitativen Fünf-Jahres-Trends +++ Allianz +

Studiensteckbrief

Werbemarktanalyse Zahnzusatzversicherung 2023

Werbeausgaben für 25 Marken über 5 Jahre

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

Oktober 2023

powered by:



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Werbemarktanalyse
Zahnzusatzversicherung 2023

Informationen zur Studie

Nutzwert der Studie:



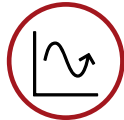
Welche der **25 Marken** sind die werbeintensivsten und -dynamischsten?



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



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



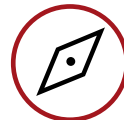
Wie **verteilen** die Top-Marken ihre Spendings innerhalb von 60 Monaten?



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:

Werbeproduktion Zahnzusatzversicherung

Sept. 22-Aug. 2023

104 Mio. €



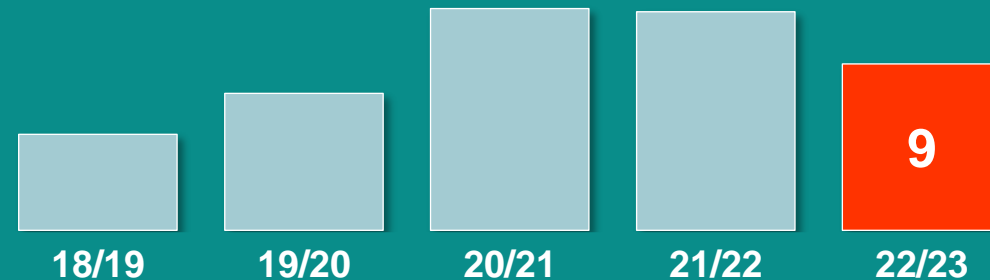
davon entfallen
38%
auf
Spezialversicherer

Mediensplit



Zeitschriften-Werber Nr. 1:
Ergo

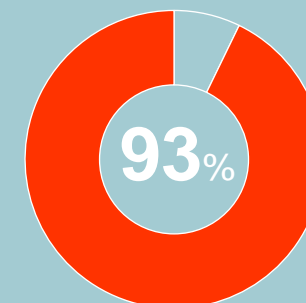
Werbungstreibende pro Monat im Ø



Werbekonzentration



**Ergo
Maxcare
Ottonova**



Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

25 Zahnzusatzversicherungs-Marken mit den höchsten Spendings

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

in **fünf Anbietergruppen**, darunter Direktversicherer, Spezialversicherer

alle Informationen **im Wettbewerbsvergleich**
auf 70 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

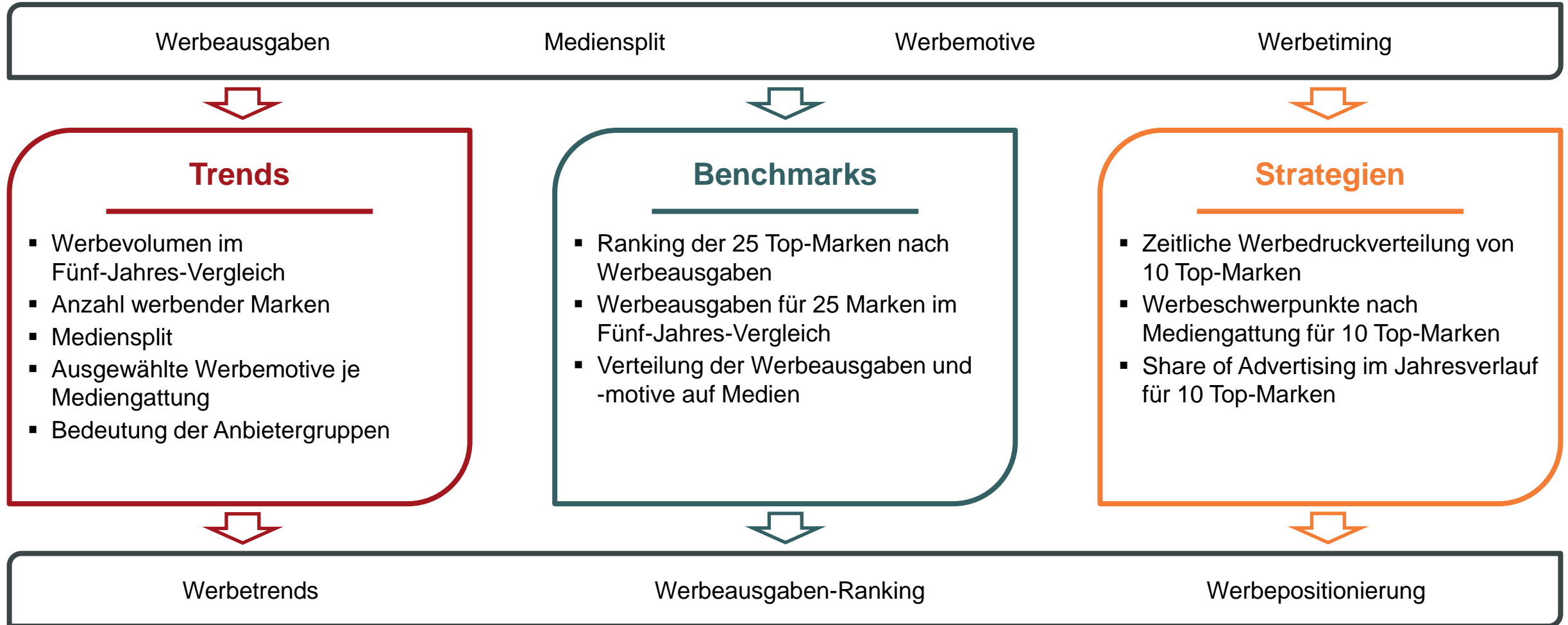
Im Detail analysierte Marken:

- Allianz
- Barmenia
- Burda direct Versicherungen
- DFV Deutsche Familienversicherung
- Ergo
- HanseMerkur
- Maxcare
- Ottonova
- R+V Versicherung
- Signal Iduna
- + Spendings für 15 weitere Marken



Informationen zur Studie

Konzeption:



Informationen zur Studie

Studieninhalte:

Die Studie in Zahlen:

25

Zahnzusatz-
versicherungs-
Marken

5

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 70 Seiten umfassende Studie kostet **2.200 EUR** zuzüglich Mehrwertsteuer.



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Werbemarktanalyse
Zahnzusatzversicherung 2023

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 Anbietergruppe, Anbietergruppen im Mediensplit, Werbeausgabenkonzentration in 2022/2023	
▪ 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 25-Marken nach Werbevolumen, Ranking der Top 10/Low 10 Marken nach absoluter Werbedynamik	
▪ Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10-Marken im 5-Jahres-Vergleich	43
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** 50
Verteilung der Werbeausgaben der Top 10-Marken nach Produktmärkten in den letzten zwölf Monaten, Verteilung der Werbeausgaben und Werbemotive der Top 10-Marken auf die Mediengattungen in den letzten zwölf Monaten
- **Strategien** 53
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** 65
Kommunikationspositionierung der 10 Top-Marken auf Basis Mediensplit und Jahreszeiten im 5-Jahres-Durchschnitt
- **Kontakt** 69



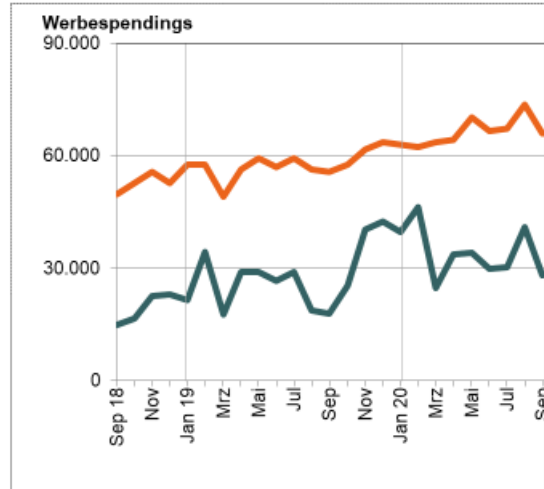
Analysebeispiele (1)

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

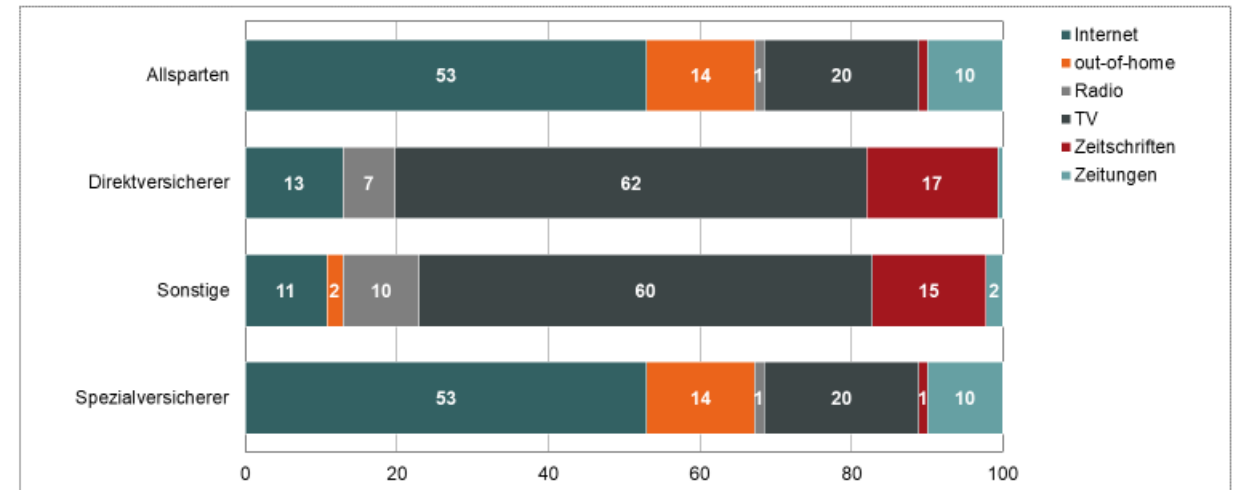
Typische TV Motivbeispiele und Nutzenargumente 2022/2023



Trends

Quantitative Entwicklungen der Produktmärkte im 5-Jahres-Vergleich

Produktmärkte im Mediensplit 2022/2023 (Angaben in %)



Auf welchen Mediensplit setzen die Anbieter?

research tools

Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Zal

Welche medialen Peaks zeigen sich im Jahresverlauf?

research tools

Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Zal

research tools

Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Werbemarkanalyse
Zahnzusatzversicherung 2023

Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Benchmarks
Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 25-Marken nach Werbevolumen (Rangfolge auf Basis jüngster 12-Monats-Zeitraum)

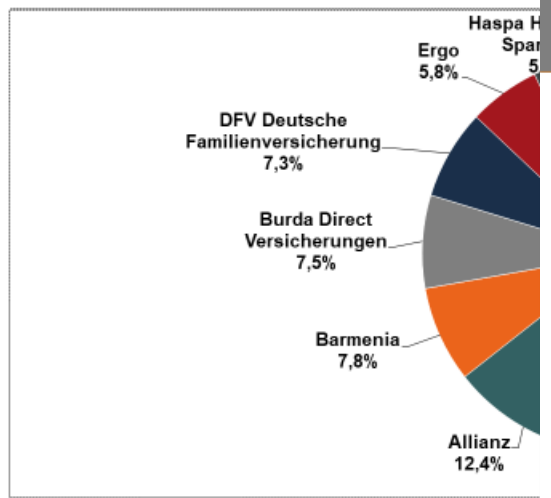
Rang	Marken	Sep. '18 – Aug. '19	Sep. Au
11	Ameritas	5.000.000	
12	Astra Versicherung	2.400.800	
13	Continental	6.000.000	
14	die Bayerische	15.300.500	
15	Hallesche	9.000.000	1
16	HanseMerkur	3.260.800	
17	Janitos Versicherung	3.900.600	
18	R+V Versicherung	2.100.800	
19	Süddeutsche Krankenvers.	9.400.750	1
20	Württembergische	8.730.800	

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Welche Marken führen das Ausgabenranking an?

Benchmarks
Werbeausgaben-Rankings

Share of Advertising der Top 10-Marken von September 2022 bis August 2023



research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

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	17.000
Ameritas	14.000
Barmenia	13.000
Burda Direct V.	11.000
Continental	10.000
Hallesche	8.000
Haspa Hamburger Sp.	7.000
LKH Landeskrankehilfe	6.500
R+V Versicherung	6.000
Württembergische	6.000

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Werbemarktanalyse
Zahnzusatzversicherung 2023

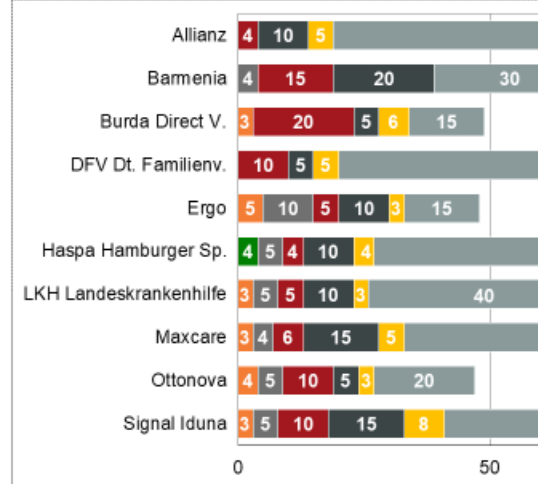
Analysebeispiele (3)

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

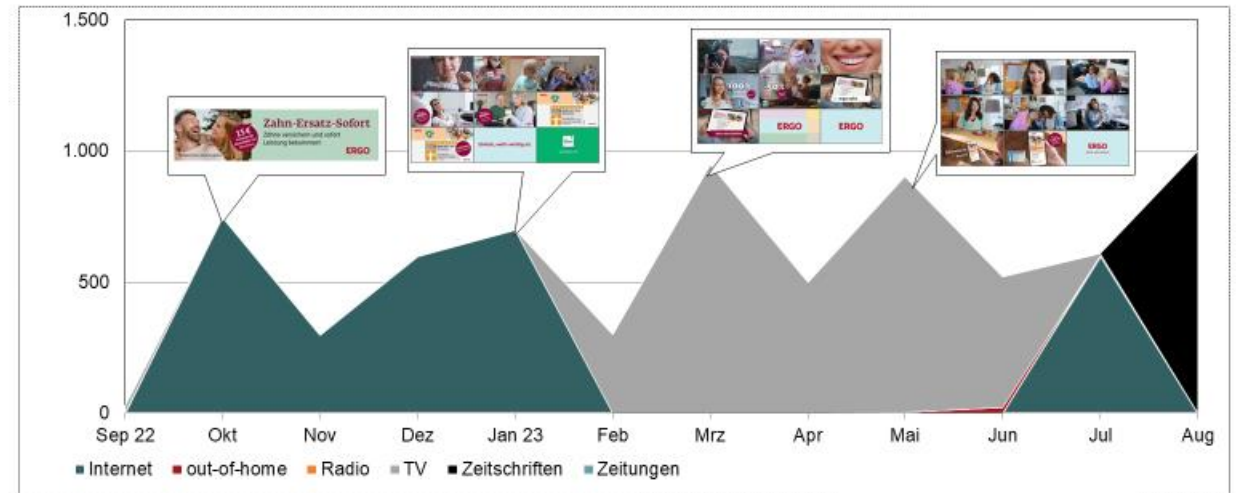


Welche Dynamik zeigt sich im Zeitablauf in den Medien?

Strategien

Marke A

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



research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Wie positionieren sich die Marken im Wettbewerbsumfeld?

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Werbemarkanalyse
Zahnzusatzversicherung 2023

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 Zahnzusatzversicherung 2023.

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.

Zuletzt erschienene Studien zur Versicherungsbranche:

- Marketing-Mix-Analyse Risikolebensversicherung 2023
- Werbemarktanalyse Direktversicherungen 2023
- Studie eVisibility Versicherungen 2023
- Studie Versicherungs-Zielgruppe Junge Erwachsene 2023
- Studie Versicherungs-Zielgruppe Rechtsschutz 2023
- Studie eVisibility Krankenkassen 2023

Versicherungsbranche: seit 2021 mehr als 30 Studien veröffentlicht

