

+++ Allianz +++ Barmenia +++ DA direkt +++ DFV Deutsche Familienversicherung +++ DKV Deutsche Krankenversicherung +++ Ergo +++ GoodLife +++ HanseMerkur +++ Maxcare +++ Ottonova und weitere 10 Anbieter mit quantitativen Fünf-Jahres-Trends +++ Allianz +++ Barmenia +++

Studiensteckbrief

# Werbemarktanalyse Zahnzusatzversicherung 2025

Werbeausgaben für 20 Marken über 5 Jahre

erarbeitet von:  
research tools, Esslingen am Neckar

Oktober 2025

powered by:



**research tools**

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Werbemarktanalyse  
Zahnzusatzversicherung 2025

# 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:

### Werbevolumen Zahnzusatzversicherung

1<sup>er</sup> Sep 24-Aug 25

**101** Mio. €



davon  
**58%**

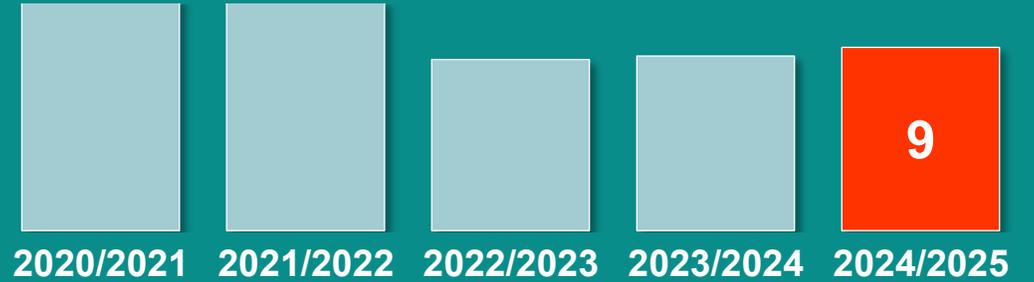
In der Anbietergruppe  
Allspartenversicherer

### Mediensplit



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

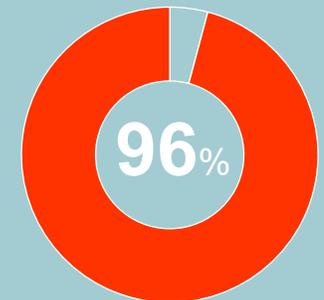
### Werbungtreibende pro Monat im Ø



### Werbekonzentration



Allianz  
Ergo  
Maxcare



# Informationen zur Studie

## Nutzen und Umfang der Studie:

20 Zahnzusatzversicherungs-Marken mit den höchsten Spendings

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

in **5 Anbietergruppen**,  
**darunter** Allspartenversicherer, Direktversicherer

alle Informationen **im Wettbewerbsvergleich**  
auf 68 PowerPoint-Seiten

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

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

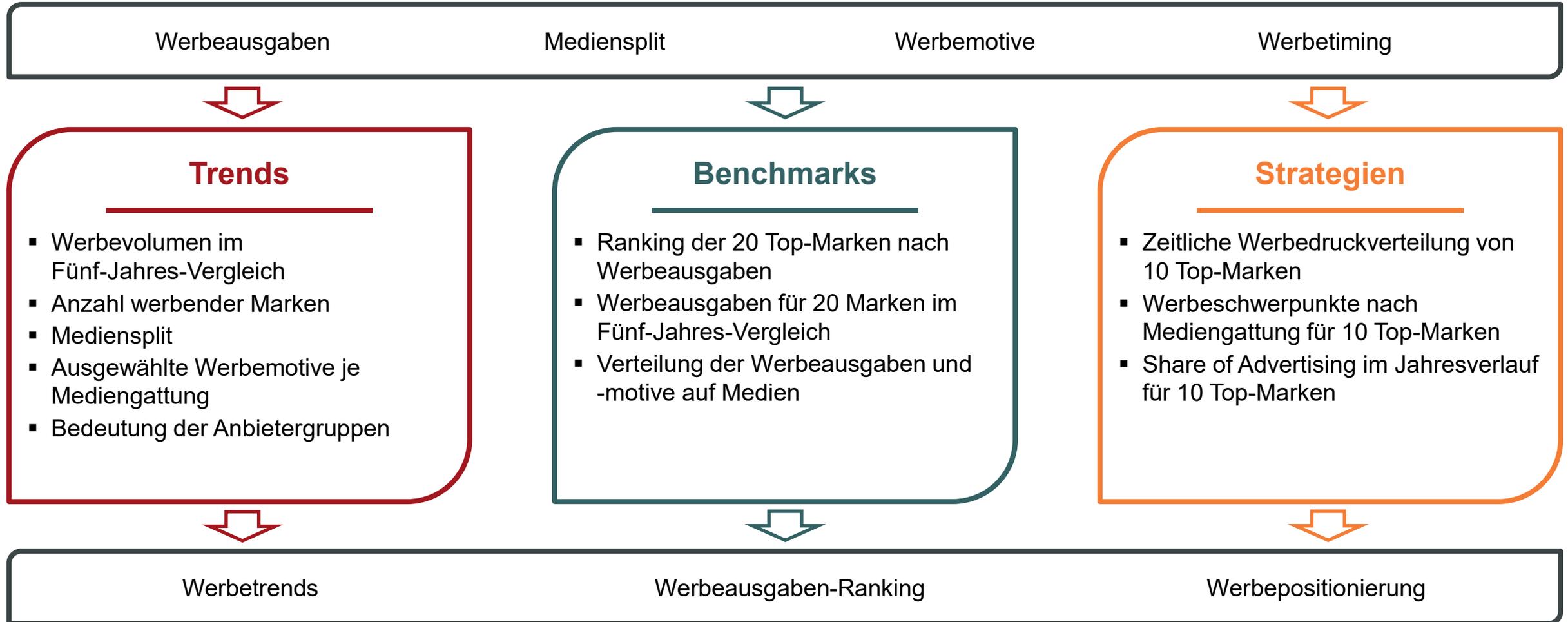
**Nutzen:** Analyse von Trends, Benchmarks und Strategien  
ermöglichen einen unmittelbaren Wettbewerbsvergleich

### Im Detail analysierte Marken:

- Allianz
- Barmenia
- DA direkt
- DFV Dt. Familienversich.
- DKV Dt. Krankenversich.
- Ergo
- Good-Life
- HanseMerkur
- Maxcare
- Ottonova
- + Spendings für  
10 weitere Marken

# Informationen zur Studie

## Konzeption:



# Informationen zur Studie

## Studieninhalte:

### Die Studie in Zahlen:

**20**

Zahnzusatzversicherungs-  
-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 68 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 2024/2025	
▪ Ausgewählte Motive und Nutzenargumente	27
Typische Motive, verwendete Nutzenargumente differenziert nach verschiedenen Medien	
➤ Benchmarks	32
▪ Werbeausgaben-Rankings	33
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** 48  
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** 51  
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** 63  
Kommunikationspositionierung der 10 Top-Marken auf Basis Mediensplit und Jahreszeiten im 5-Jahres-Durchschnitt
- **Kontakt** 67



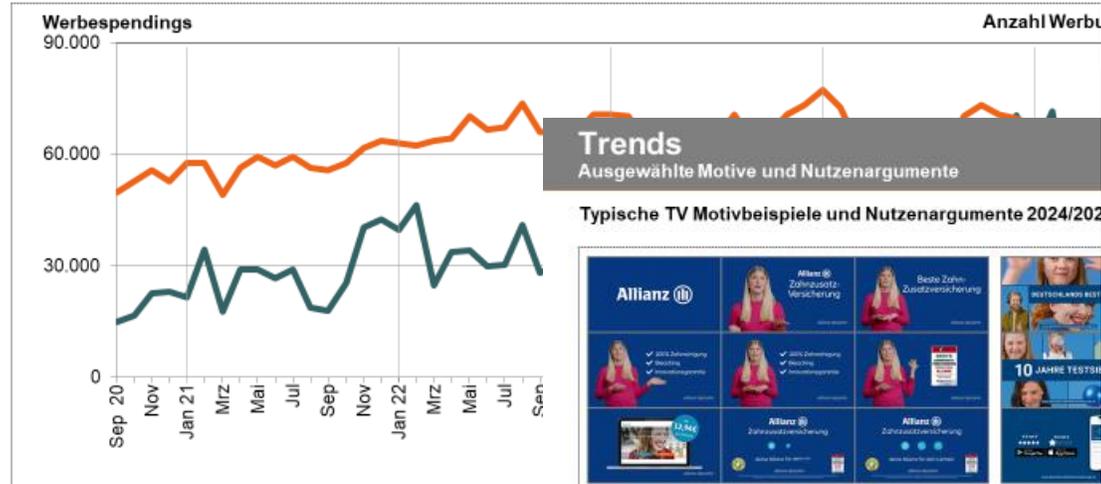
# Analysebeispiele (1)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Trends

Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt

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



### Trends

Ausgewählte Motive und Nutzenargumente

Typische TV Motivbeispiele und Nutzenargumente 2024/2025

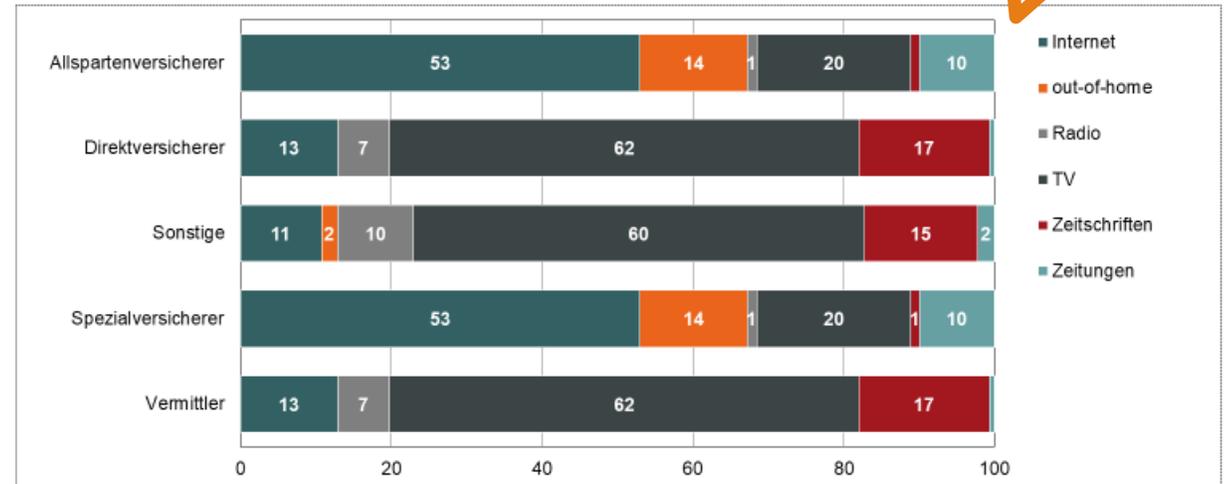


**Auf welchen Mediensplit setzen die Marken?**

### Trends

Quantitative Entwicklungen der Anbietergruppen im 5-Jahres-Vergleich

Anbietergruppen im Mediensplit 2024/2025 (Angaben in %)



**research tools**  
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

**Welche medialen Peaks zeigen sich im Jahresverlauf?**

**research tools**  
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Werbemarktanalyse  
Zahnzusatzversicherung 2025

Werbemarktanalyse  
Zahnzusatzversicherung 2025

# Analysebeispiele (2)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

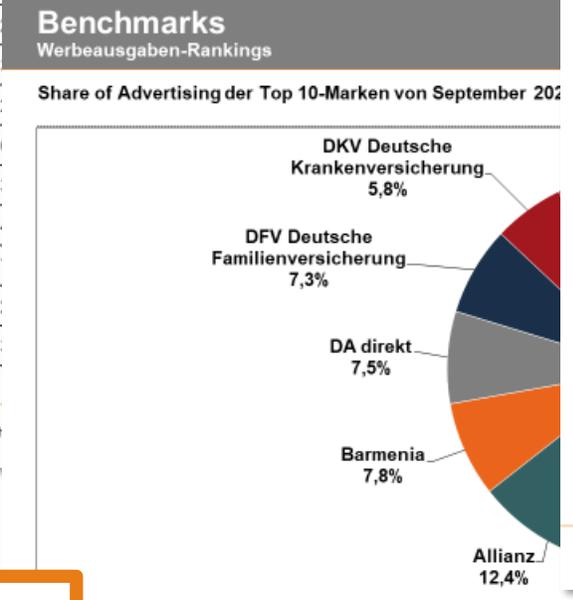
**Benchmarks**  
Werbeausgaben-Rankings

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

Rang	Marken	Ausgaben in €				
		Sep. '20 – Aug. '21	Sep. '21 – Aug. '22	Sep. '22 – Aug. '23	Sep. '23 – Aug. '24	Sep. '24 – Aug. '25
11	Continentale	5.000.000	7.000.000	0	1.634.000	15.136.077
12	Debeka Krankenversicher.	2.400.800				
13	goDentis	6.000.000				
14	Gothaer	15.300.500				
15	Haspa Hamburger Sparkas.	9.000.000				
16	Inter Versicherungen	3.260.800				
17	LKH Landeskrankenhilfe	3.900.600				
18	LVM Versicherung	5.000.000				
19	Smartsure	2.400.800				
20	V. Maklermanagement Kran.	3.260.800				

**research tools**  
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

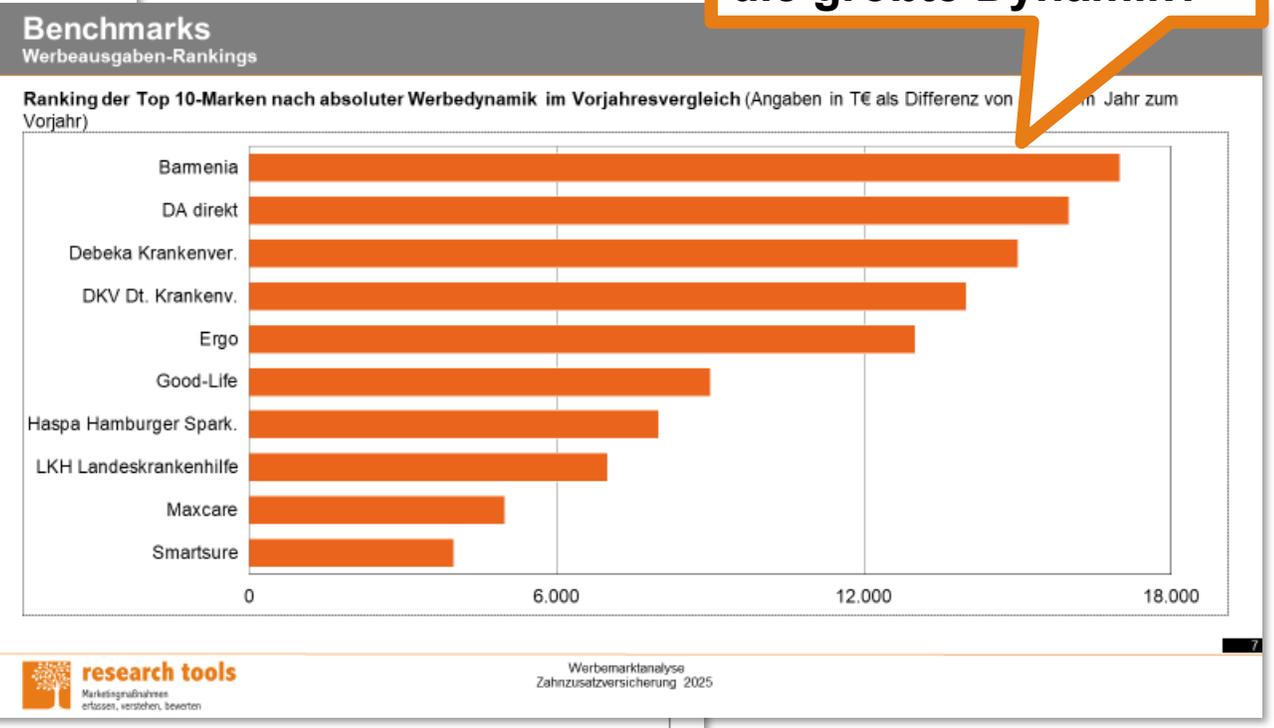
**Welche Marken führen das Ausgabenranking an?**



**research tools**  
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Werbemarktanalyse  
Zahnzusatzversicherung 2025

**Welche Marken zeigen die größte Dynamik?**



**research tools**  
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Werbemarktanalyse  
Zahnzusatzversicherung 2025

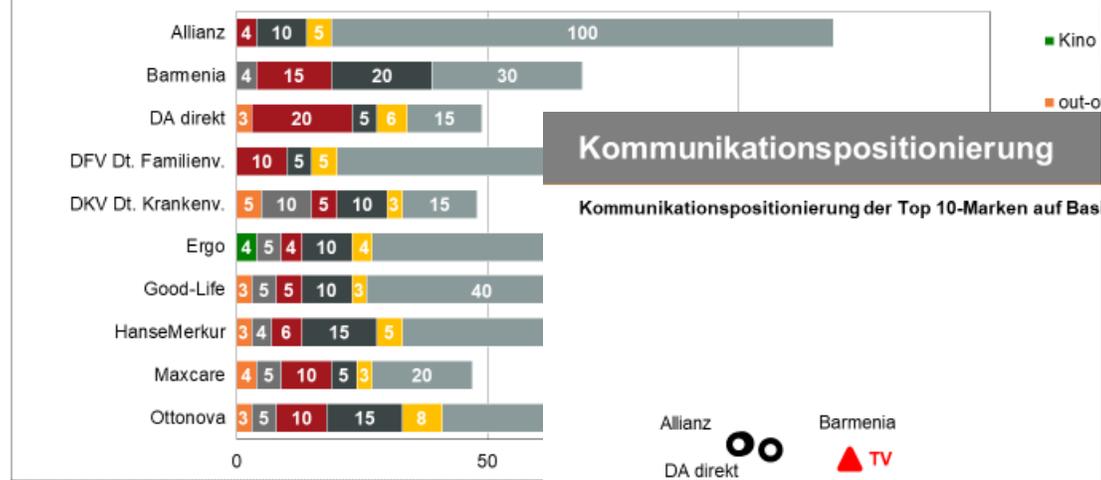
# Analysebeispiele (3)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Benchmarks

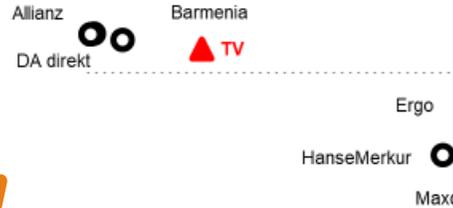
Verteilung der Werbeausgaben und Werbemotive der Top 10-Marken in den letzten zwölf Monaten

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



### Kommunikationspositionierung

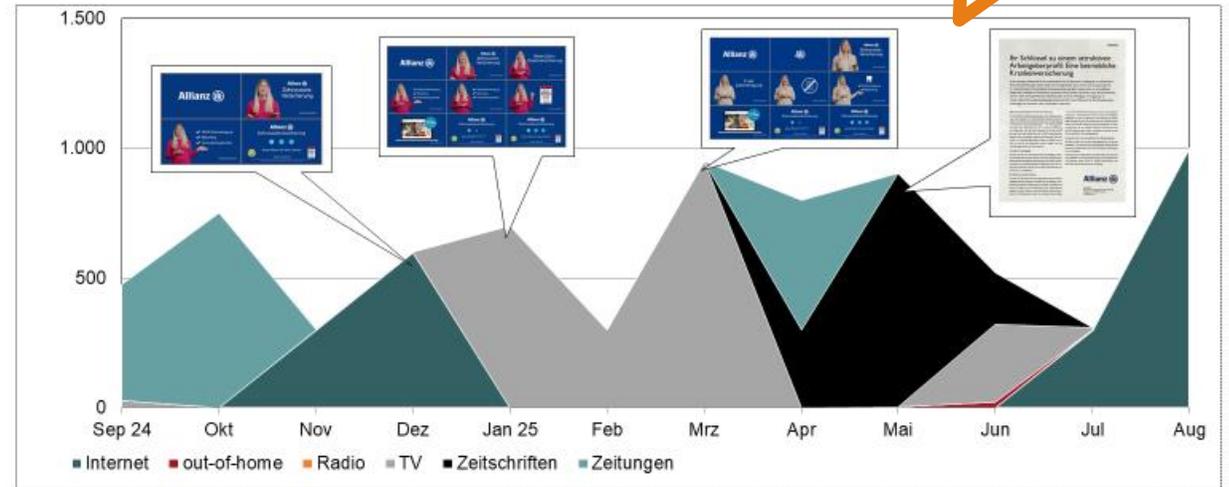
Kommunikationspositionierung der Top 10-Marken auf Basis



### Strategien

Marke A

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



Welche Dynamik zeigt sich im Zeitablauf in den Medien?

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 Zahnzusatzversicherung 2025**.

**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 2022 über 80 Marktstudien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

## Weitere relevante Studien zur Branche:

- Studie Versicherungs-Zielgruppe Vergleichsportalkunden 2025
- Werbemarktanalyse Direktversicherungen 2025
- Studie Social Media Ad Perception Versicherungen 2025
- Studie eVisibility Versicherungen 2025
- Studie Unternehmensprofile Versicherungen 2025
- Studie Social Media-Performance Versicherungen 2024

Versicherungsbranche: seit 2020 mehr als 70 Studien veröffentlicht

