



Spezialversicherer: Werbeausgaben um fast 70 Prozent gestiegen

Bis März 2020 haben die Werbeaktivitäten in der Versicherungsbranche im Vergleich zum Vorjahr deutlich zugenommen. Dies zeigt die „Werbemarktanalyse Versicherungen 2020“ von research tools.

Sparte Kfz-Versicherung am werbeintensivsten

Hier sind besonders im volumenstärksten Produktmarkt Kfz-Versicherungen zahlreiche Werbeschwergewichte präsent. Allein sieben der zehn werbestärksten Versicherer bewerben die Kfz-Versicherung. In der Summe nähern sich die Werbeausgaben in diesem Produktmarkt der 200 Millionen Euro-Grenze.

Der Direktversicherer Friday hat seine Spendings aufgestockt und stellt damit im untersuchten Analysezeitraum den Kfz-Topwerber.

Neben Kfz ist die Werbung für Krankenversicherungen ebenfalls überaus volumenstark. Ergo und [ottonova](#) haben medial zugelegt und stellen damit zwei der drei Topwerber in diesem Markt.

Fernsehen wird bedeutender

Auffallend gewinnt das Medium TV im Versicherungsmarkt zunehmend an Bedeutung. Innerhalb der letzten fünf Jahre hat der Anteil der TV-Werbung am Gesamtvolumen um 20

Prozentpunkte zugelegt. Zeitgleich sind die Anteile anderer Mediengattungen wie Internetbanner, Printmedien und Radio zurückgegangen.

Werbeausgaben der Spezialversicherer um fast 70 Prozent gestiegen

Von den mehr als 400 analysierten Versicherern stellen [Allianz](#), [Ergo](#) und [Friday](#) das Topwerber-Trio mit einem Share of Advertising von 35 Prozent. Insgesamt 14 Anbieter werben mit einem Volumen von mehr als zehn Millionen Euro, zwölf davon mit steigenden Werbeausgaben.

Aktuelle Werbenewcomer in den Top 50 ist neben der Marke PetProtect der Reiseversicherer Berlin Direkt.

Auffallend ist die starke Zunahme der Spezialversicherer im Werbemarkt. Während die Werbeaktivitäten der allgemeinen Versicherer und Direktversicherer im Vergleich zum Vorjahr jeweils um rund 20 Prozent zugenommen haben, so sind die Ausgaben der Spezialversicherer um knapp 70 Prozent gestiegen.

Im absoluten Vergleich stellen allgemeine Versicherer gleichwohl noch immer den Löwenanteil im

Werbemarkt: knapp 60 Prozent beträgt ihr Anteil am
Gesamtwerbevolumen.

Versicherungs- und Finanznachrichten

expertenReport



<https://www.experten.de/id/4919608/spezialversicherer-werbeausgaben-um-fast-70-prozent-gestiegen/>