



Krankenversicherungen dominieren Werbemarkt

Die Hälfte des medialen Kommunikationsvolumens im Versicherungsmarkt fließt in die Produkte Kfz- und Krankenversicherung. Im Schnitt werben hier pro Monat 229 Marken. Übers Jahr lassen sich über 550 im Werbemarkt aktive Anbieter zählen. Das mediale Kommunikationsvolumen im Versicherungsmarkt liegt über alle Teilmärkte hinweg bei rund 850 Millionen Euro innerhalb von zwölf Monaten.

In beiden volumenstarken Märkten sind zahlreiche Werbeschwergewichte präsent. Ergo, Maxcare und Techniker Krankenkasse stellen das Topwerber-Trio zum Produkt Krankenversicherung, bei der Kfz-Versicherung stehen [Allianz](#), [Fri:day](#) und [HUK-Coburg](#) an der Spitze. Das hohe Werbevolumen dieser beiden Produktparten kommt nicht von ungefähr: jeweils sieben der zehn werbestärksten Versicherer sind in mindestens einem der beiden Märkte aktiv.

Die Ausgabenkonzentration im Werbemarkt der Versicherungen ist je nach Teilmarkt sehr unterschiedlich. Bei den Produktkategorien Kfz- und Krankenversicherung herrscht bei einer vergleichsweise hohen Anzahl an werbestarken Anbietern eine eher geringe Konzentration. Bei beiden Produkten entfallen rund 50 Prozent aller Werbeausgaben auf die drei ausgabenstärksten Anbieter dieser Kategorie. Anders sieht es beispielsweise in den Produktmärkten Reise, Smartphone sowie Unfall aus. Hier entfallen allein auf die jeweils ausgabenstärkste Marke über 80 Prozent der Werbeausgaben dieses Teilmarkts.

Über das gesamte Jahr verteilt lassen sich im Werbemarkt für Versicherungen über 550 aktive Anbieter zählen. Davon heben sich ganze 24 Marken ab, die mit einem Volumen von

jeweils mehr als zehn Millionen Euro werben, 16 davon mit steigenden Volumina. Aktueller Newcomer in den Top 50 ist [Agria](#), eine schwedische Tierversicherung

Versicherungs- und Finanznachrichten

expertenReport



<https://www.experten.de/id/4924798/krankenversicherungen-dominieren-werbemarkt/>