



Kfz-Versicherungen geben 67 Mio. Euro für Werbung aus

Die werbungstreibenden Kfz-Versicherungen haben innerhalb von zwölf Monaten für mediale Kommunikation über 67 Millionen Euro ausgegeben. Nach einem deutlichen Rückgang im Vorjahr verdreifachte sich das Werbevolumen und erreicht ein neues Fünfjahreshoch.

Direktversicherer wählen hauptsächlich Internet und TV zu etwa gleichen Teilen, ergänzt um 13 Prozent Radiowerbung. In der qualitativen Kommunikationsstrategie setzen die Versicherer primär auf die Nutzenvermittlung. Potenzial ergibt sich hauptsächlich bei der Alleinstellung. In ihren Werbebotschaften sprechen einige Top-Versicherer die Gefühlsebene an und werben um Vertrauen. Andere locken verstärkt mit monetären Argumenten.

Bild: © Normad_Soul/ fotolia.com

Über die Studie:

Die „Werbemarktanalyse Kfz-Versicherung 2016“ von research tools untersucht die Werbeausgaben der Kfz-Versicherungen in Deutschland. Sie gibt auf 113 Seiten Einblick in Trends, Benchmarks und Strategien in den drei Anbietermärkten Klassische Versicherer, Direktversicherer und Spezialversicherer. Neben der Entwicklung von Werbespendings der Top 50 Werber werden Fünf-Jahres-Trends erstellt.

Eine Analyse der Kommunikationsstrategien zehn wichtiger Werbungtreibender untersucht quantitative und qualitative Parameter und zeigt bedeutende Werbemotive. Die vorliegende Werbemarktanalyse basiert auf Daten und Motiven von AdVision digital.

Versicherungs- und Finanznachrichten

expertenReport



<https://www.experten.de/id/4943612/kfz-versicherungen-geben-67-mio-euro-fuer-werbung-aus/>