



Private Krankenversicherungen: Werbeausgaben steigen

Um für ihre Produkte der privaten Krankenversicherung zu werben, greifen Versicherer tief in die Tasche: 59 Millionen Euro geben die Versicherer innerhalb von zwölf Monaten aus, so eine Studie von research tools.

Derzeit steht die Zahnzusatzversicherung im medialen Fokus und nicht mehr Pflege- und Krankenversicherungen: Die Zahnzusatzversicherung wurde innerhalb der vergangenen zwölf Monate mit rund 48 Millionen Euro am stärksten beworben. Von den sieben Marken, die jeweils mit über einer Million Euro Gesamtbudget für private Krankenversicherungen werben, sind fünf für das Produkt Zahnzusatz medial aktiv.

Der Topwerber im Markt der privaten Krankenversicherungen ist [Ergo Direkt](#). Der Anbieter hat im aktuell untersuchten zwölf-Monats-Zeitraum seine Werbeausgaben enorm aufgestockt. Insgesamt haben sechs der zehn werbestarken Versicherer die Werbeausgaben im Vergleich zum Vorjahr erhöht.

Newcomer in den Top 10 der werbestarken privaten Versicherer sind [Maxcare](#) und [Ottonova](#).

Auffallend ist unter den werbenden Versicherern der hohe Anteil von Allsparten-Versicherern. Sie repräsentieren knapp drei Viertel der medialen Gesamtkommunikation. Der Anteil der Spezialversicherer liegt bei 17 Prozent.

Bilder: (1) © xavier gallego morel / fotolia.com (2) © research tools

Versicherungs- und Finanznachrichten

expertenReport



<https://www.experten.de/id/4945017/private-krankenversicherungen-werbeausgaben-steigen/>