



Werbeausgaben der Kfz-Versicherer

Über ein Drittel der gesamten Werbeausgaben für Kfz-Versicherungen in Höhe von 77 Millionen Euro fallen in den Monat November. Das zeigt die Studie „Werbemarktanalyse Kfz-Versicherung 2018“ von research tools.

Werbestärkster Monat

Pro Monat werben im Durchschnitt 18 Versicherer. Im werbestarken Monat November 2017 haben gar 31 Anbieter ihr Kfz-Produkt mit einem Volumen von 29 Millionen Euro medial kommuniziert.

Ein Großteil der Werbeausgaben stemmen Allspartenversicherer. Auf sie entfällt ein Anteil von 62 Prozent, Direktversicherer repräsentieren nach einer deutlichen Zunahme 29 Prozent der Werbeausgaben. Spezialisten sind mit weniger als zehn Prozent medial aktiv.

HUK-Coburg an der Spitze

Die [HUK-Coburg](#) ist die große Konstante im Werbeausgabenranking der Kfz-Versicherung. In den letzten fünf Jahren platziert sich der Versicherer als Topwerber mit deutlichem Abstand zu den Mitbewerbern.

Auf den anderen Rängen ist viel Bewegung. [Allianz](#) und [DA Direkt](#) präsentieren im zuletzt betrachteten Zwölf-Monats-Betrachtungszeitraum hohe Werbevolumenaufstockungen. Newcomer auf dem deutschen Versicherungsmarkt und zugleich unter den zehn werbestarken Versicherern ist der digitale Kfz-Versicherer [Fri:day](#).

Verteilung auf Medien

TV ist mit hohen Anteilen das Haupt-Werbemedium. Bei der Internet-Bannerwerbung ist über die Jahre eine Zunahme feststellbar, Radiowerbung hingegen verzeichnet mit einem Anteil von aktuell acht Prozent nur geringe Schwankungen. Auffallend ist die Nutzung eines breiten Mediensplits der zehn Topwerber. Im Schnitt nutzen die Versicherer einen Mix aus 2,8 Medien bestehend aus Internet, Radio, TV, Zeitschriften und Zeitungen.

Bild: © Stillkost / fotolia.com

Versicherungs- und Finanznachrichten

expertenReport



<https://www.experten.de/id/4945326/werbeausgaben-der-kfz-versicherer/>