

# Werbemarktanalyse Kfz-Versicherung 2022

Werbeausgaben für 70 Marken über 5 Jahre

erarbeitet von:  
research tools, Esslingen am Neckar

Januar 2022

powered by:



**research tools**

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

Werbemarktanalyse  
Kfz-Versicherung 2022

# Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	4
➤ Forschungsdesign	9
➤ Trends	14
▪ Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt	15
Entwicklung der Werbeausgaben der Werbungtreibenden, Entwicklung der Anzahl beworbener Marken und der monatlichen Werbespendings, Werbeausgabenentwicklung nach Medien	
▪ Quantitative Entwicklungen der Anbietergruppen im 5-Jahres-Vergleich 20	
Werbeausgabenentwicklung nach Anbietergruppen, Anbietergruppen im Mediensplit, Werbeausgabenkonzentration in 2021	
▪ Ausgewählte Motive und Nutzenargumente	27
Typische Motive, verwendete Nutzenargumente differenziert nach verschiedenen Medien	
➤ Benchmarks	33
▪ Werbeausgaben-Rankings	34
Share of Advertising der Top 10-Marken, Ranking der Top 70-Marken nach Werbevolumen, Ranking der Top 10/Low 10 Marken nach absoluter Werbedynamik	
▪ Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10-Marken im 5-Jahres-Vergleich	46
Entwicklung der jährlichen Werbeausgaben der Top 10-Marken im 5-Jahres-Vergleich, Entwicklung der monatlichen Werbeausgaben der Top 10-Marken im Verlauf der letzten 60 Monate, Verteilung der Werbeausgaben der Top 10-Marken auf die Monate im 5-Jahres-Vergleich	



# Inhaltsverzeichnis

- **Verteilung der Werbeausgaben und Werbemotive der Top 10-Marken in den letzten zwölf Monaten** 53  
Verteilung der Werbeausgaben der Top 10-Marken nach Produktmärkten in den letzten zwölf Monaten, Verteilung der Werbeausgaben und Werbemotive der Top 10-Marken auf die Mediengattungen in den letzten zwölf Monaten
- **Strategien** 56  
Zeitliche Werbedruckverteilung in den letzten 12 Monaten nach Mediengattungen für die 10-Marken mit den höchsten Werbeausgaben, Share of Advertising der Top 10-Marken im Jahresverlauf
- **Kommunikationspositionierung** 68  
Kommunikationspositionierung der 10 Top-Marken auf Basis Mediensplit und Jahreszeiten im 5-Jahres-Durchschnitt
- **Kontakt** 72



# Management Summary

- Management Summary
- Trends
- Benchmarks
- Strategien
- Kommunikationspositionierung
- Kontakt



## Trends

Für die mediale Kommunikation haben die Werbungtreibenden im Betrachtungszeitraum von Januar 2021 bis einschließlich Dezember 2021 insgesamt 190 Millionen Euro für Werbeschaltungen in Deutschland ausgegeben. Davon entfallen 58% auf die Anbietergruppe Allspartenversicherer.

Es sind starke saisonbedingte Schwankungen der Werbespendings zu beobachten. Diese werden in der Regel von einem Tiefpunkt von Januar, Juni und Juli gekennzeichnet. Überdurchschnittliche Ausgaben sind im 5-Jahres-Mittel für die Monate Oktober und November gegeben. Die geringsten Werbeausgaben sind im 5-Jahres-Zeitraum im Juli 2018 mit 166.374 € und die höchsten im November 2020 mit 105,0 Millionen € festzustellen.

Die Zahl werbender Unternehmen im Markt Kfz-Versicherung, d. h. Marken die mindestens einmal im Monat Werbung in den letzten fünf Jahren geschaltet haben, oszillierte in den letzten fünf Jahren zwischen zehn und 56 Werbungtreibenden.

Gemessen an den Anteilen der Werbespendings ist das Medium TV im aktuellen Jahres-Zeitraum der bedeutsamste **Kommunikationskanal**. Der Ausgabenanteil für Werbung im TV beträgt zuletzt 59%. Auf das Internet entfallen 35%. Die Anteile für Radio liegen bei 5% und für Zeitungen bei lediglich 2%.

Bei den **Werbemotiven** sind im Markenvergleich ähnliche Nutzenargumente und Bildmotivtypen zu finden. In den meisten Motiven stehen Autos, Testimonials und das Produkt selbst im Mittelpunkt.

# Management Summary

## Benchmarks

Für die Werbeausgaben für Kfz-Versicherung im Zeitraum Januar 2021 bis Dezember 2021 ist eine im Branchenvergleich beträchtliche **Konzentration** der Werbeausgaben festzustellen: 50,4% der gesamten Werbeausgaben entfallen auf die drei werbestärksten Marken.

HUK-Coburg tätigt im Untersuchungszeitraum Januar 2021-Dezember 2021 mit 43,1 Mio. € und Fri:day mit 31,0 Mio. €. die höchsten **Werbeausgaben** der Branche. Das sind 38,8% des Gesamtbranchenvolumens. Den dritten Rang belegt Allianz mit 22,2 Mio. €.

Der Werbemarkt Kfz-Versicherung weist eine beträchtliche **Werbedynamik** auf. HUK-Coburg ist in drei Analysejahren in der Spitzenposition. ADAC, Allianz, CosmosDirekt, Fri:day, HUK-Coburg und Verti sind in allen fünf Analysejahren unter den Top 10-Marken trotz eines jährlich stark schwankenden Werbebudgets.

In der monatsweisen Betrachtung wird deutlich, dass alle Top 10-Marken eine Pulsing-Strategie mit stark schwankenden Werbeausgaben verfolgen. Die Phasen mit hohen Werbeausgaben dauerten selten länger als zwei bis drei Monate. Alle Top 10-Marken haben in verschiedenen Monaten wiederholt auf Werbung verzichtet.

Im Mediensplit der Top 10-Marken zeigt sich, dass Verti sich im letzten 12-Monats-Zeitraum auf das Medium Internet beschränkt. Internet und TV werden von Allianz Direct, CosmosDirekt und Fri:day eingesetzt. Bei Allianz und VHV kommen Internet, TV und Zeitschriften zum Einsatz. WGV nutzt Internet, TV und Zeitschriften. HUK24 setzt Internet, Zeitschriften und Zeitungen ein. Einen Mix aus allen fünf

# Management Summary

Mediengattungen setzen ADAC und HUK-Coburg.

## Strategien

Werbepeaks der verschiedenen Top-Marken finden in unterschiedlichen Monaten statt. TV erzielt die meisten Spendings. CosmosDirekt, Fri:day, HUK24 und WGV werben als einzige der Top 10-Marken in den letzten zwölf Monaten durchgängig ohne Werbeunterbrechungen. Den höchsten Share of Advertising im Jahresverlauf zeigt HUK24 mit 69% im Februar 2021. HUK-Coburg hält im Juni 2021 einen Anteil von 59%.

## Kommunikationspositionierung

Eine statistische Korrespondenzanalyse auf Basis Mediensplit im 5-Jahres-Durchschnitt weist sieben Marken mit einem starken TV-Schwerpunkt aus. Die Korrespondenzanalyse auf Basis Jahreszeiten im 5-Jahres-Durchschnitt macht den Werbeschwerpunkt Herbst deutlich. HUK24 setzt ergänzend einen deutlichen Akzent im Winter.

# Management Summary

## Key Facts der Analysebereiche:

### Werbevolumen Kfz-Versicherung

2020/2021

**190** Mio. €



davon  
**58%**

In der Anbietergruppe  
**Allspartenversicherer**

### Mediensplit



Radio-Werber Nr. 1:  
**AXA**

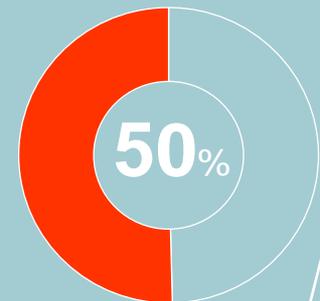
### Entwicklung der Werbespendings (Jan.'21-Dez'21)



### Werbekonzentration



**Allianz**  
**Fri:day**  
**HUK-Coburg**



# Forschungsdesign

- Management Summary
- Trends
- Benchmarks
- Strategien
- Kommunikationspositionierung
- Kontakt



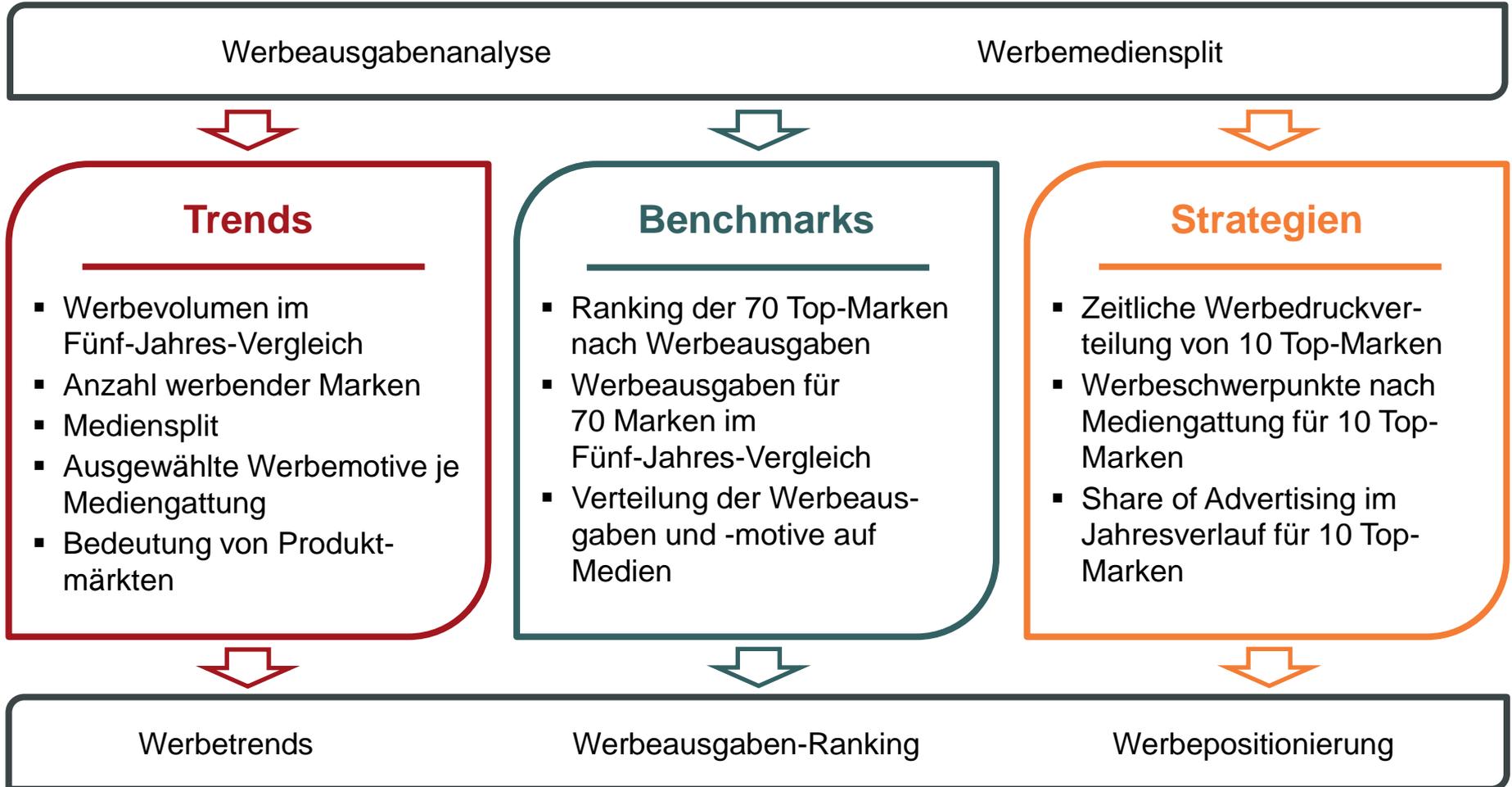
**research tools**

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

Werbemarktanalyse  
Kfz-Versicherung 2022

# Forschungsdesign

## Konzeption:



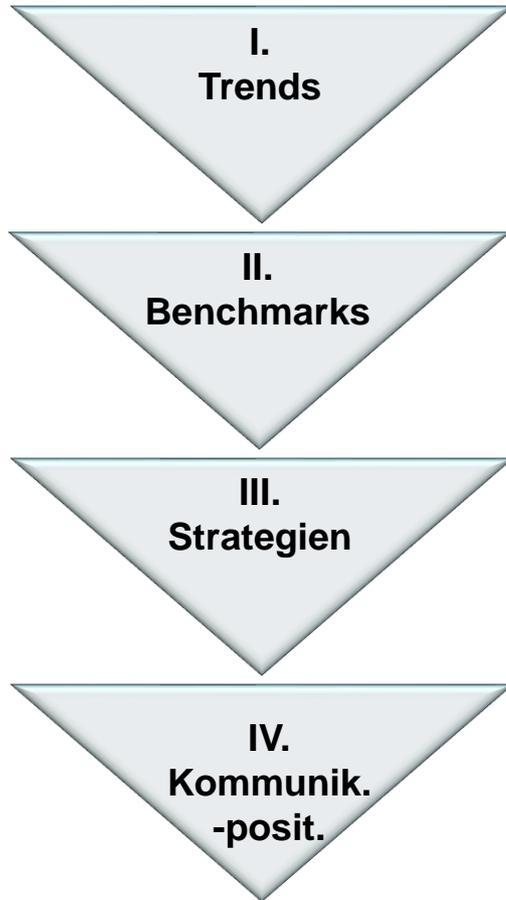
Die Studie hat zum Ziel, Trends im Gesamtmarkt, der einzelnen Produktmärkte und die Werbeausgaben der wichtigsten Marken aufzuzeigen.

Die Ergebnisse der vorliegenden Studie basieren auf Daten von **AdVision digital** und umfassen den Betrachtungszeitraum Januar 2021 bis Dezember 2021, sowie zum Vergleich die vier Jahre davor. Der Spezialist im Bereich Werbebeobachtung beobachtet und analysiert in Deutschland permanent über 2.257 Printtitel, davon 102 Tageszeitungen (inklusive aller überregionalen Tageszeitungen), 1.195 Publikumszeitschriften, 606 Fachzeitschriften und 354 Pharmazeitschriften, 82 Radio- und 71 Fernsehsender (inklusive Sky) sowie 2.900 der bekanntesten und weitverbreitetsten deutschsprachigen Internetseiten. Da für Kino-, Outdoor- und Social Media-Werbung keine Werbeausgaben bekannt sind, sind bei diesen Werbeformen nur Motive in dieser Studie berücksichtigt. Bei der Interpretation der Werbeausgaben ist zu berücksichtigen, dass die realen Ausgaben von den ausgewiesenen Kosten abweichen, da im Werbemonitoring reichweitenschwache Medien nicht erfasst sind. Außerdem sind hier Ausgaben für Prospekte, Kataloge und Flyer, Newsletter sowie POS-Kommunikation und weitere Below-the-line-Aktivitäten ebenso wenig berücksichtigt wie Ausgaben für Werbekreationen. Nicht berücksichtigt bei den Werbespendings sind auch Rabatte, die üblicherweise Großkunden bei der Schaltung von Werbung eingeräumt werden.

Die Analyse der Werbeaktivität erfolgt durch die Marktforschungsberatungsgesellschaft **research tools**. **research tools** hat sich auf die wettbewerbsorientierte Analyse von Marketingmaßnahmen spezialisiert.



## 4-Step Analyse



Analyse der quantitativen und qualitativen Entwicklungen von Gesamtmarkt und Produktmärkte über die letzten fünf Jahre.

Rankings der Marken hinsichtlich Werbevolumen und Dynamik produktmarktübergreifend über die letzten fünf Jahre.

Analyse der Strategien von 10 Top-Marken bezüglich Werbebudgetverteilung, Mediennutzung und zeitlicher Budgetierung

Kommunikationspositionierung der 10 Top-Marken auf Basis Mediensplit und Jahreszeiten

## Glossar

### Beschreibung der Anbietergruppe:

Diese Studie untersucht die Werbung in der Branche Kfz-Versicherung. Dieser Gesamtwerbemarkt wird in vier Anbietergruppen aufgeteilt. Diese sind:

- **Allspartenversicherer**
- **Direktversicherer**
- **Spezialversicherer**
- **kleine Werbemarken**

# Trends

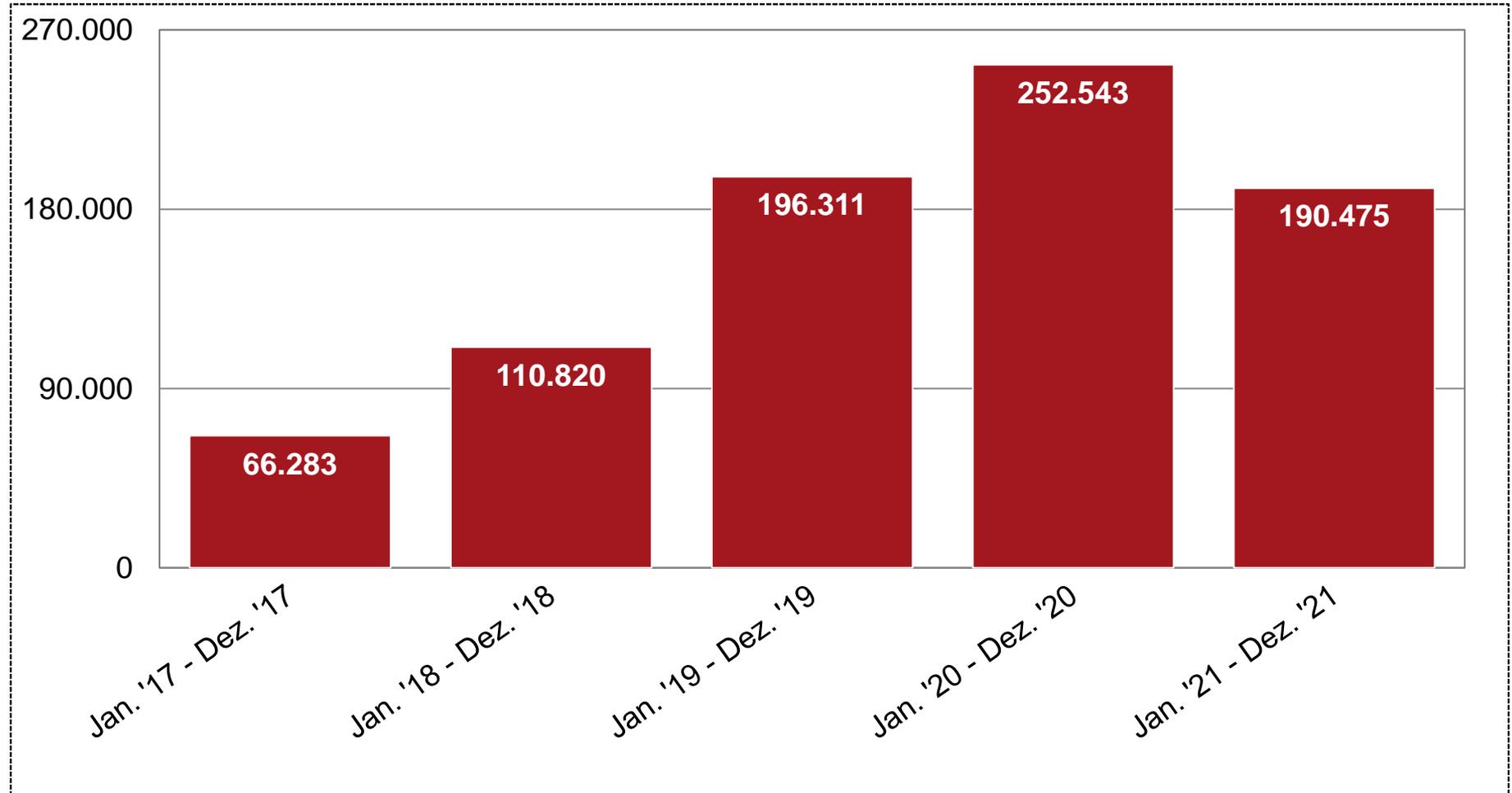
- Management Summary
- Forschungsdesign
- Trends
  - Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt
  - Quantitative Entwicklungen der Produktmärkte im 5-Jahres-Vergleich
  - Ausgewählte Motive und Nutzenargumente
- Benchmarks
- Strategien
- Kommunikationspositionierung
- Kontakt



# Trends

## Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt

### Entwicklung der Werbeausgaben der Werbungtreibenden im 5-Jahres-Vergleich (Angaben in T€)

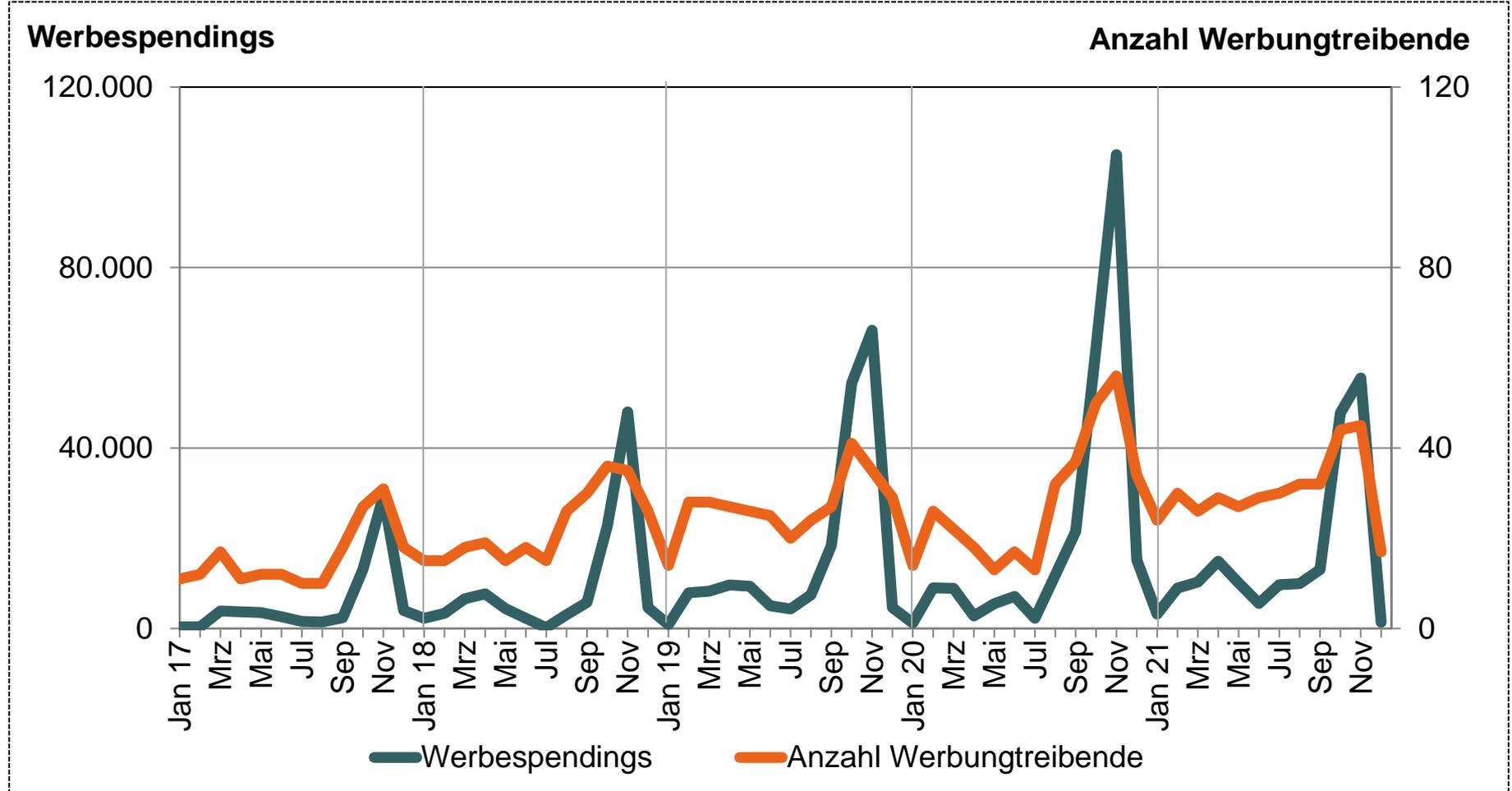


Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

# Trends

## Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt

### Entwicklung der Werbespendings produktmarktübergreifend (Angaben in T€) und Anzahl der Werbungtreibenden

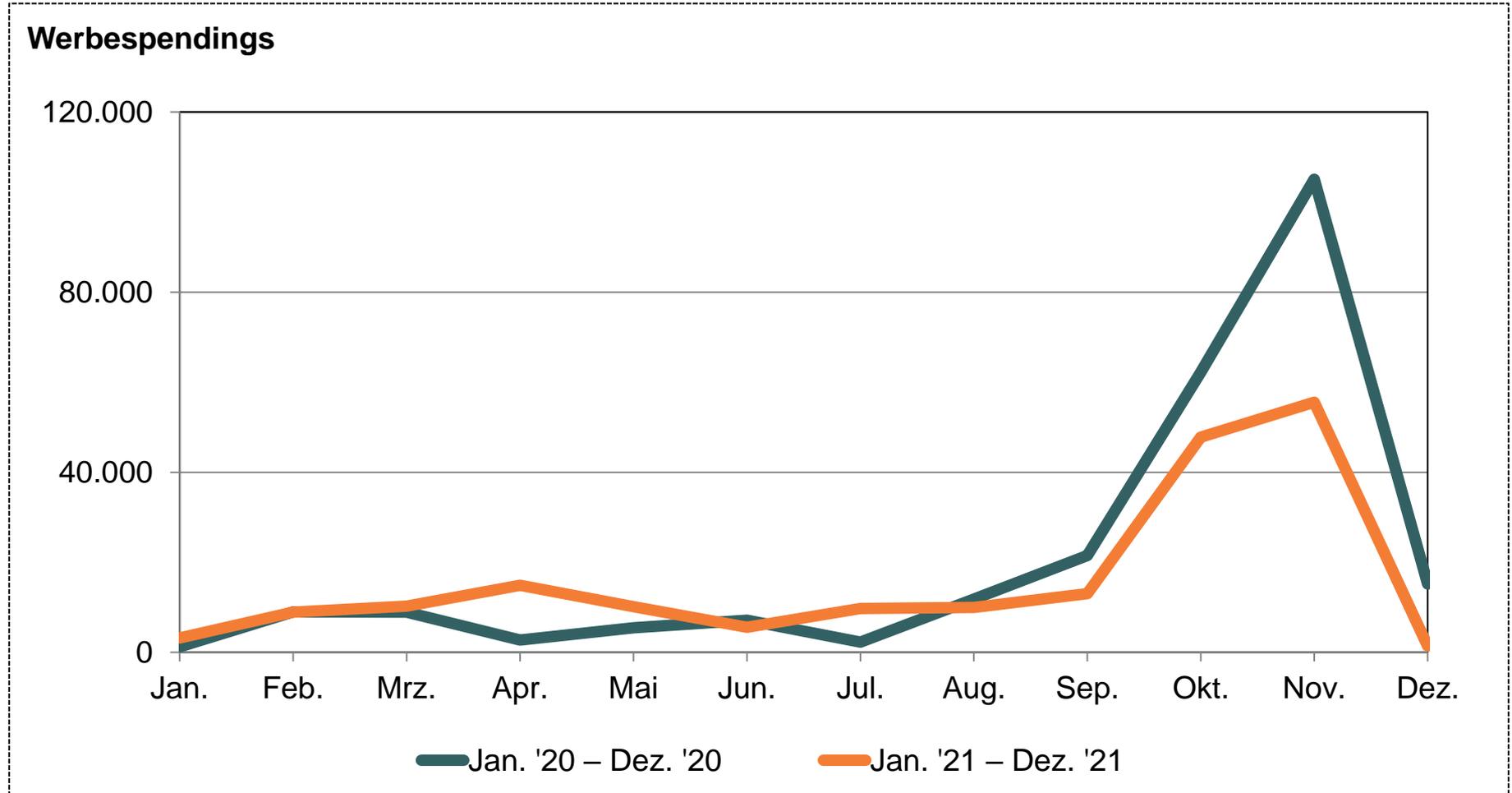


Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

# Trends

## Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt

### Entwicklung der Werbespendings produktmarktübergreifend (Angaben in T€) in den Jahren 18/19 und 19/20

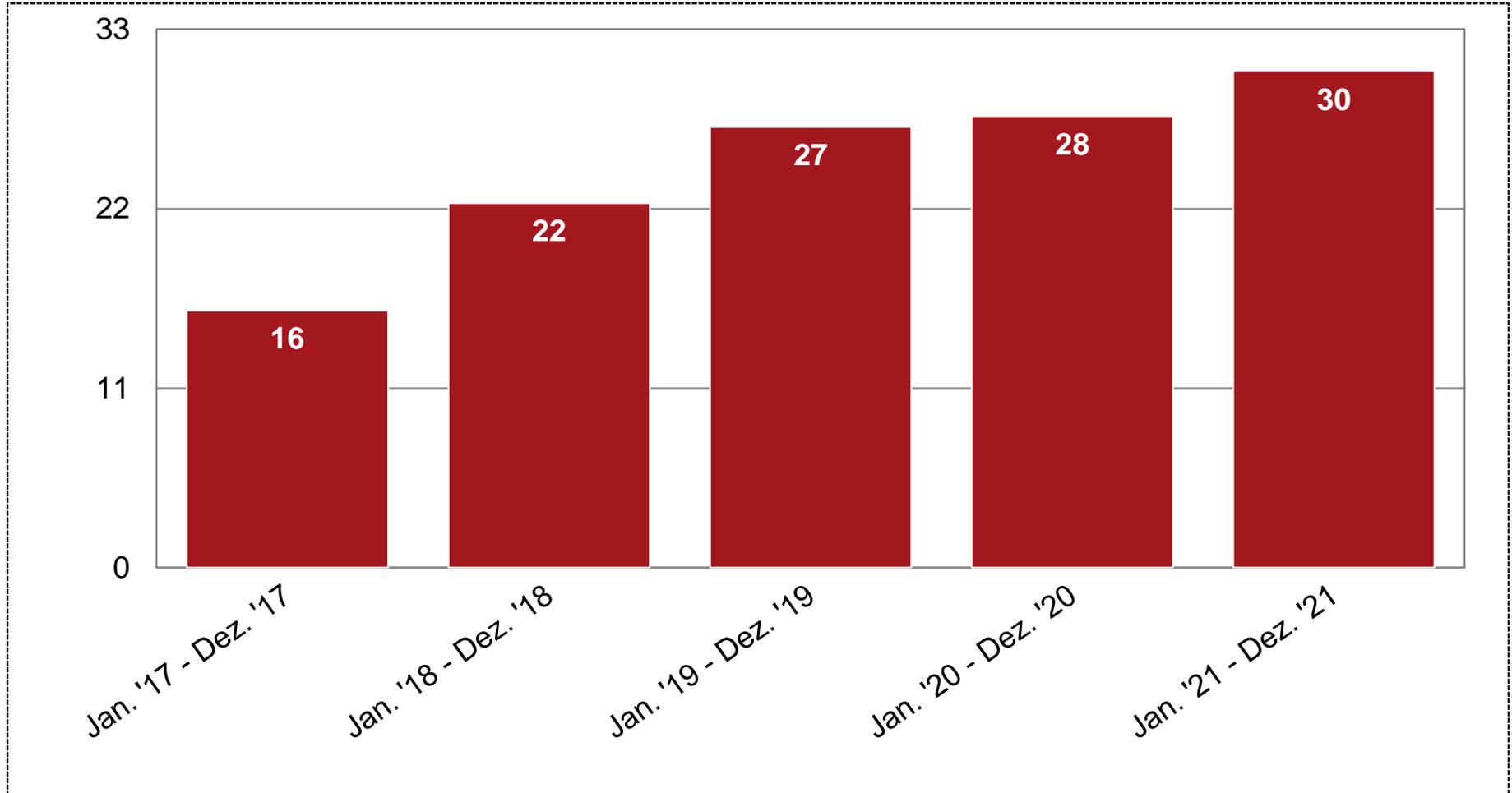


Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

# Trends

## Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt

### Anzahl Werbungtreibende pro Monat (Angaben als Jahresmittel)

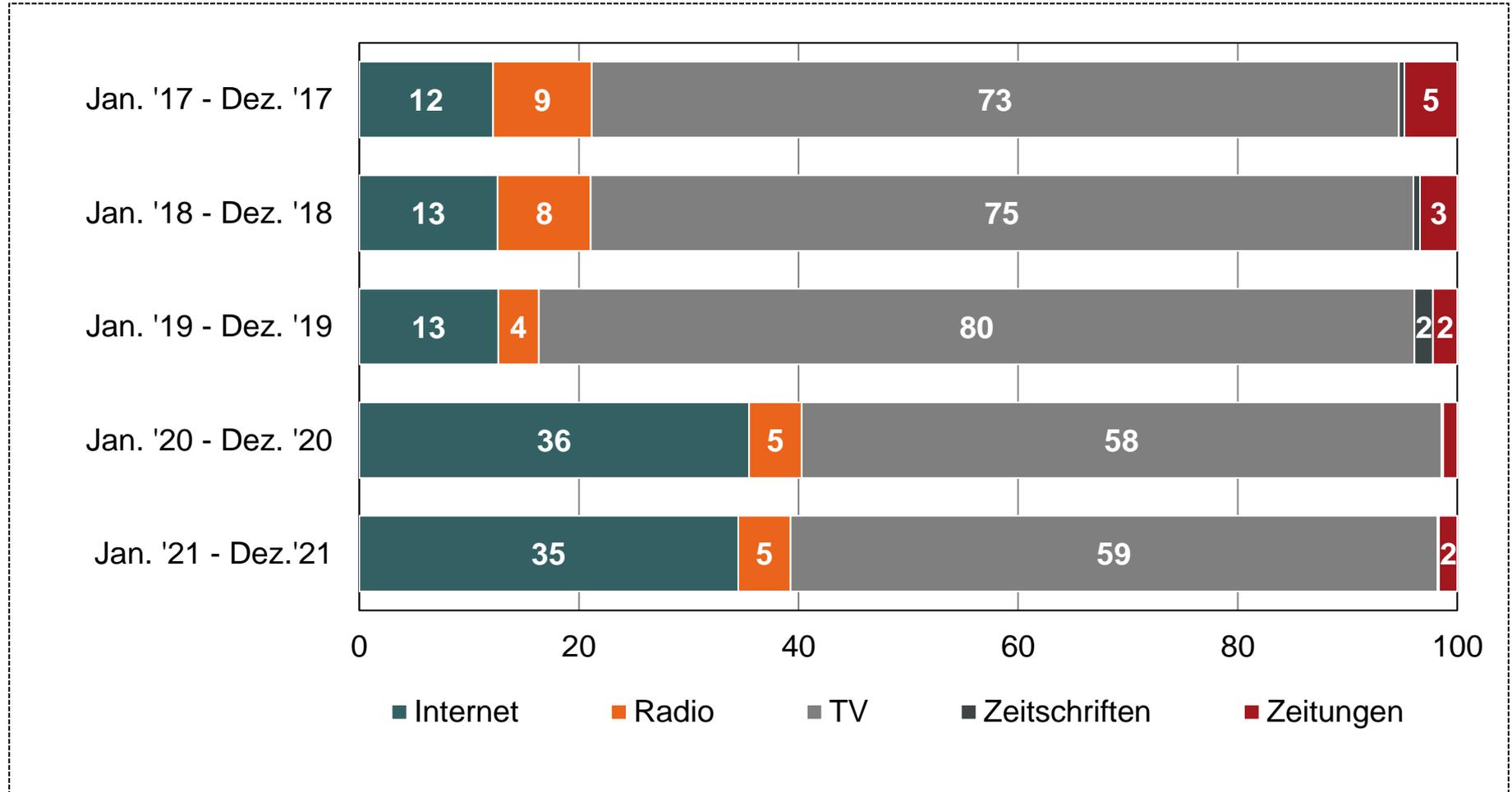


Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

# Trends

## Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt

### Entwicklung des Mediensplits aller Marken im 5-Jahres-Vergleich (Angaben in %)

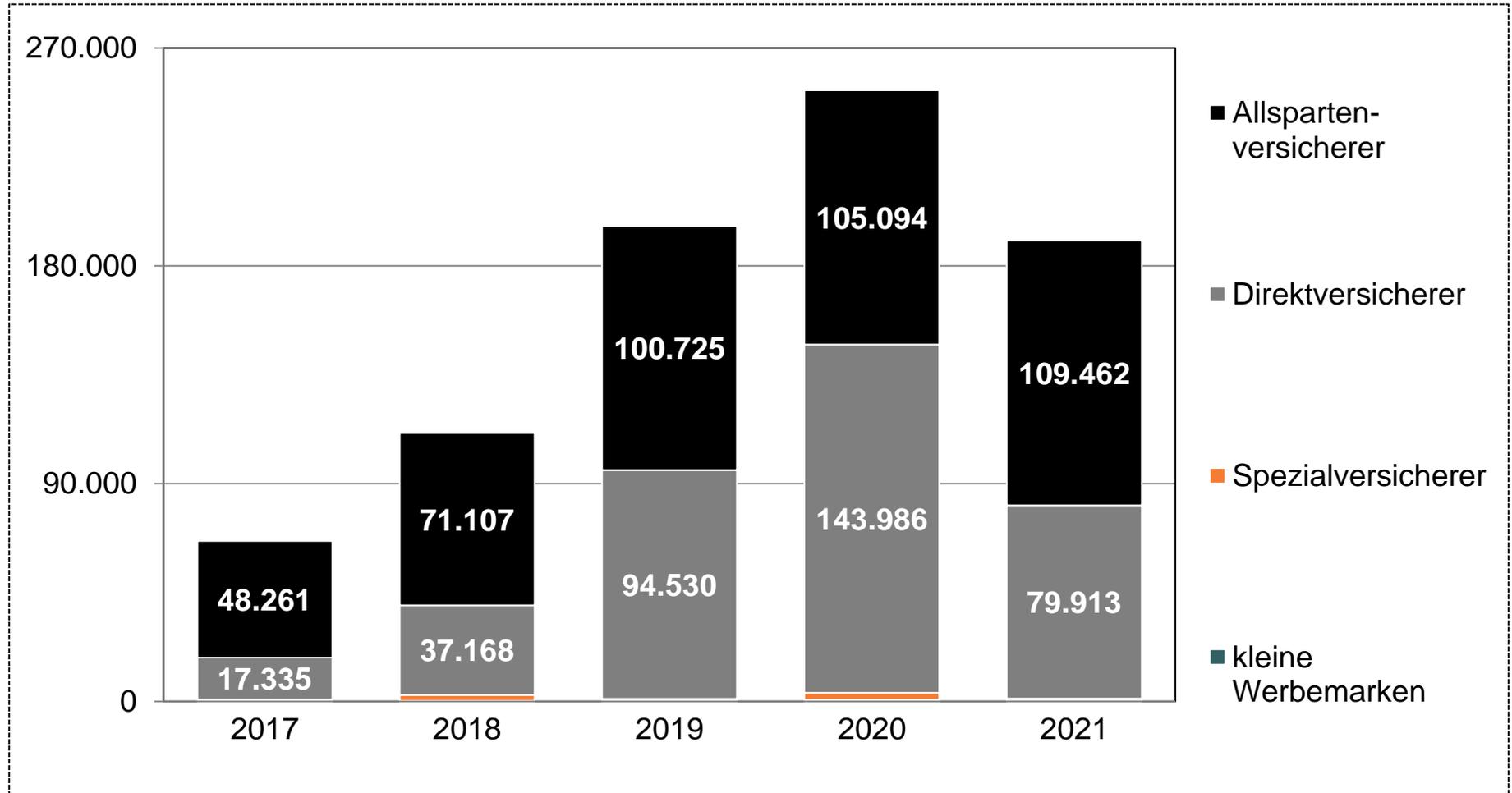


Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

# Trends

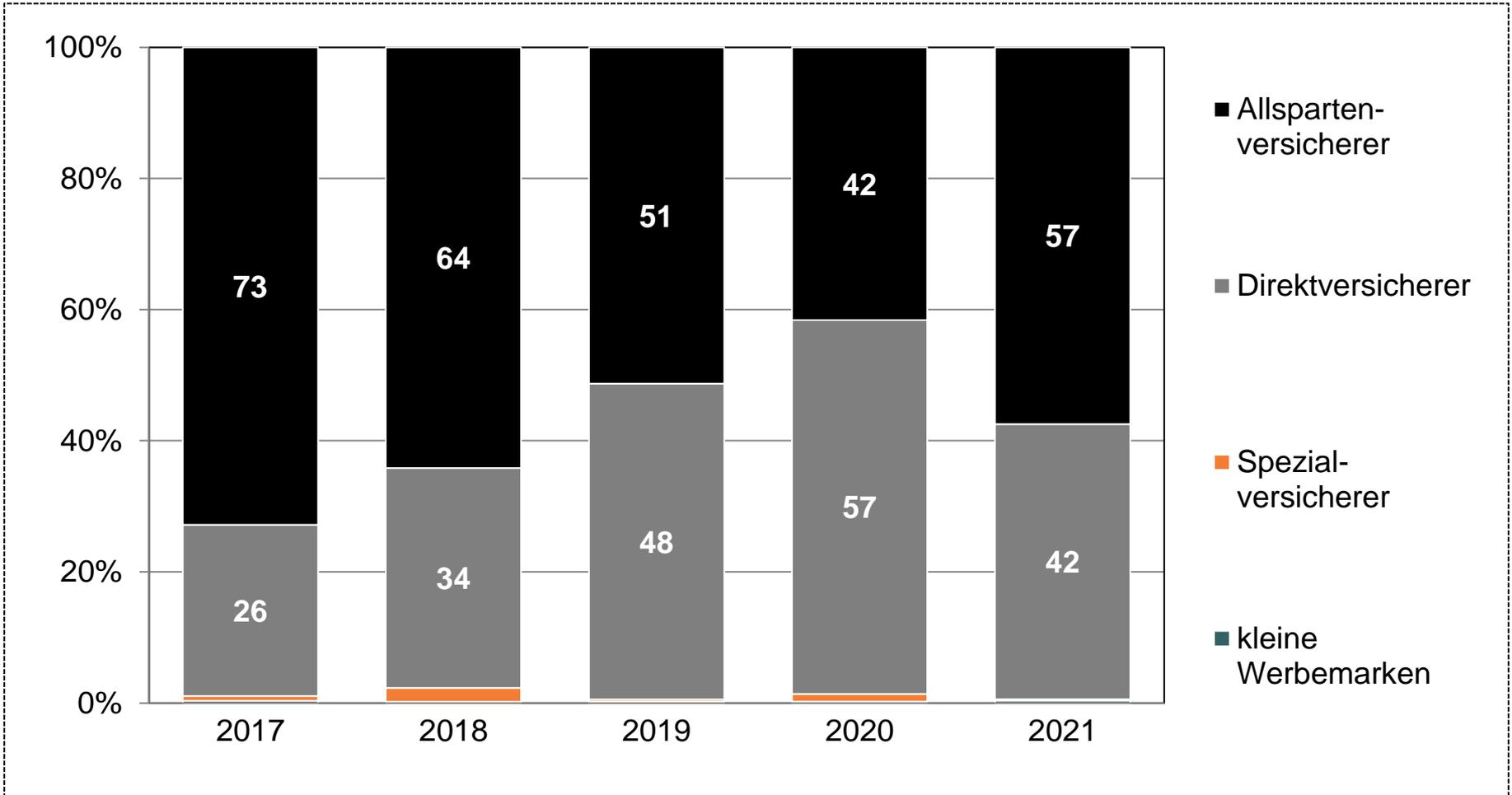
## Quantitative Entwicklungen der Anbietergruppen im 5-Jahres-Vergleich

### Entwicklung der Werbeausgaben anbietergruppenübergreifend (Angaben in T€)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

### Entwicklung der Werbeausgaben nach Anbietergruppen

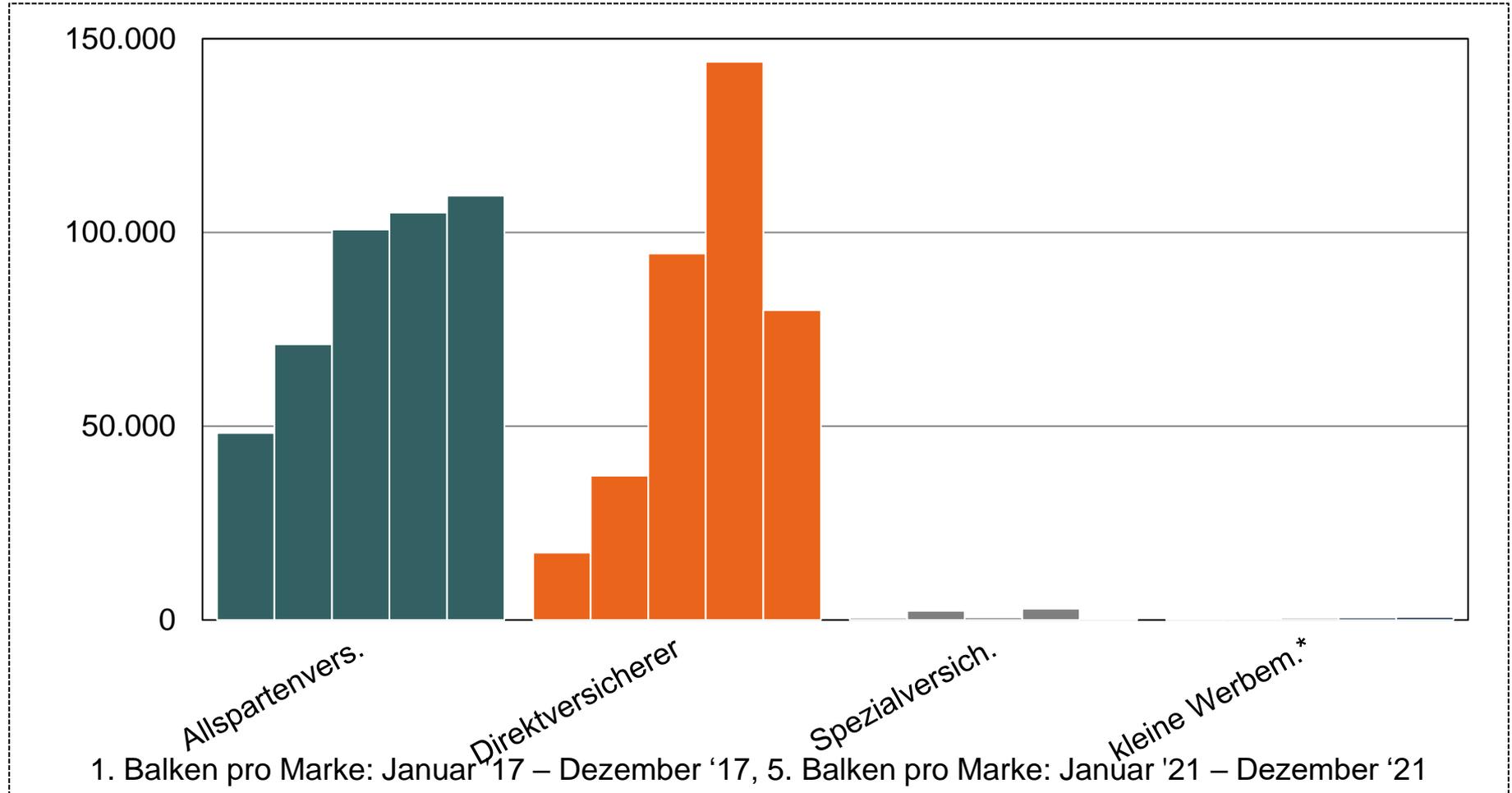


Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

# Trends

## Quantitative Entwicklungen der Anbietergruppen im 5-Jahres-Vergleich

### Werbependings aller Marken anbietergruppenübergreifend im 5-Jahres-Vergleich (Angaben in T€)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital; \* Werbemarken

# Trends

## Quantitative Entwicklungen der Anbietergruppen im 5-Jahres-Vergleich

### Werbespendings aller beworbenen Marken nach Anbietergruppen im 5-Jahres-Vergleich

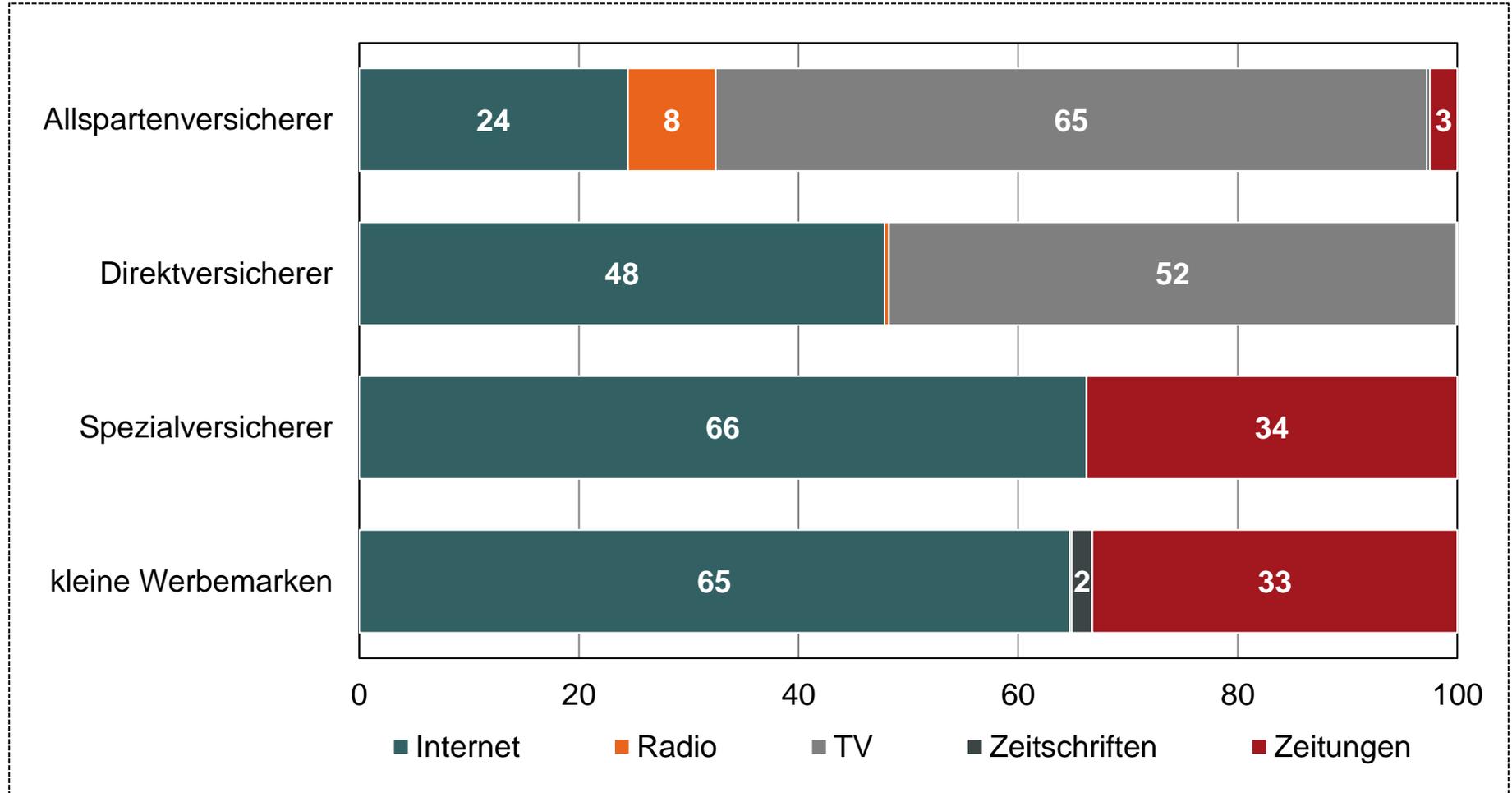
Anbietergruppe	Ausgaben in €					Entw. z. Vj.
	Jan. '17 – Dez. '17	Jan. '18 – Dez. '18	Jan. '19 – Dez. '19	Jan. '20 – Dez. '20	Jan. '21 – Dez. '21	
Allsparten- versicherer	48.260.969	71.107.017	100.724.809	105.094.329	109.461.926	+4,2%
Direktversicherer	17.334.511	37.167.750	94.529.518	143.985.802	79.912.832	-44,5%
Spezialversicherer	473.764	2.356.068	614.988	2.873.322	361.591	-87,4%
kleine Werbemarken	213.966	188.790	441.372	589.151	738.851	+25,4%
Gesamt	66.283.210	110.819.624	196.310.687	252.542.603	190.475.199	-24,6%

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

# Trends

## Quantitative Entwicklungen der Anbietergruppen im 5-Jahres-Vergleich

### Anbietergruppen im Mediensplit 2021 (Angaben in %)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

# Trends

## Quantitative Entwicklungen der Anbietergruppen im 5-Jahres-Vergleich

**Verteilung der Werbeausgaben auf Mediengattungen und Anbietergruppen 2021** (Angaben als Tabellen-%)

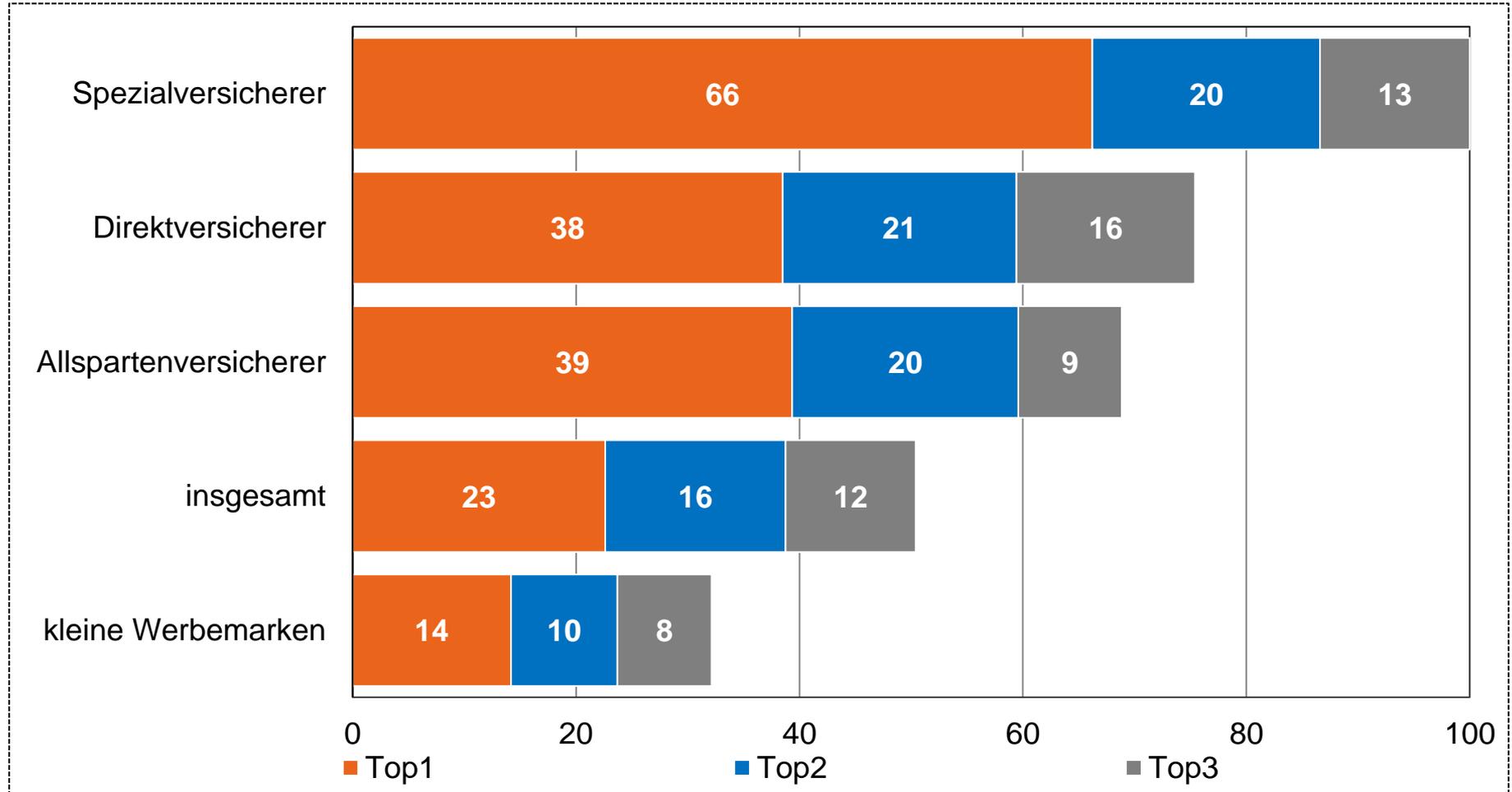
Produktmärkte	Mediengattungen				
	Internet	Radio	TV	Zeitschriften	Zeitungen
Allspartenversicherer	14%	5%	37%	0%	1%
Direktversicherer	20%	0%	22%	0%	0%
Spezialversicherer	0%	0%	0%	0%	0%
kleine Werbemarken	0%	0%	0%	0%	0%

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

# Trends

## Quantitative Entwicklungen der Anbietergruppen im 5-Jahres-Vergleich

### Konzentration der Werbeausgaben in den Anbietergruppen in 2021 (Angaben in %)



Lesebeispiele: „66% aller Werbeausgaben in der Anbietergruppe ‚Spezialversicherer‘ entfallen auf die ausgabenstärkste Marke dieser Kategorie.“ „Im Anbietergruppe ‚Direktversicherer‘ umfassen die Top 3 Marken 75% der Werbeausgaben ihrer Kategorie.“

# Trends

## Ausgewählte Motive und Nutzenargumente

### Typische Internet Motivbeispiele und Nutzenargumente 2021

**Allianz Autoversicherung**

**FAIRSTES PREIS-LEISTUNGS-VERHÄLTNIS ALLIANZ**

5 weitere Anbieter erhalten die Note sehr gut im Test: 30 Kfz-Servicerversicherer in Deutschland

Ausgabe: 11/2021

Individuell. Leistungsstark. Persönlich.

**JETZT BERECHNEN**

Allianz

Digital & papieren

**FRI:DAY**

Autoversicherung

Starke Leistungen zum fairen Preis.

Berechne deinen Beitrag in nur 90 Sekunden.

**Jetzt abschließen**

**VHV AUTOVERSICHERUNG**

Ihr Kfz-Schutz: umfassend, schnell und günstig

**VHV VERSICHERUNGEN**

Beitrag berechnen

Das Beste für Auto und Geldbeutel:

Die beste Kfz-Versicherung mit dem fairsten Preis heißt HUK-COBURG.

**Jetzt Beitrag berechnen**

Autoversicherung

Günstige Prämien, schnelle Abwicklung, beste Kundenzufriedenheit & Top Schadenservice

CosmosDirekt

- flexibler Schutz
- individuell, leistungsstark
- bis wechseln und Mitgliedschaft sichern

**ADAC Autoversicherung**

Flexibler Schutz nach Bedarf

**ADAC**

**ADAC Autoversicherung**

Flexibler Schutz nach Bedarf

**ADAC**

**Jetzt wechseln!**

adac.de

**ADAC**

**ADAC Autoversicherung**

Flexibler Schutz nach Bedarf

**ADAC**

**Allianz @ Direct**

**Allianz @ Direct**

Bis 16.05. wechseln & zusätzlich Chance auf eine DAZN-Mitgliedschaft sichern.

**Allianz @ Direct**

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

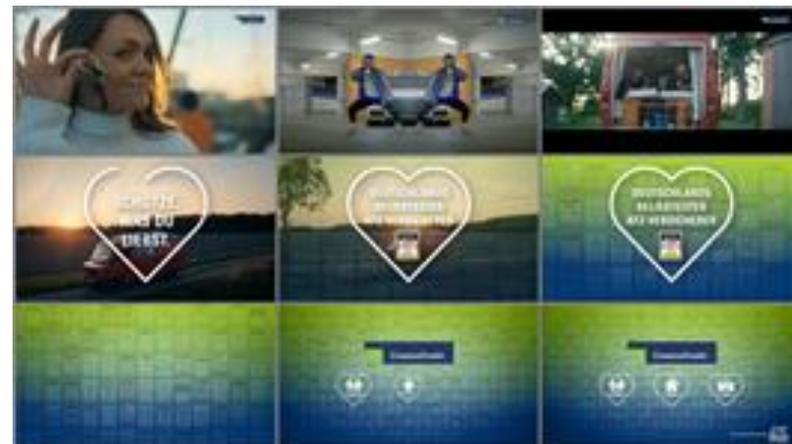
# Trends

## Ausgewählte Motive und Nutzenargumente

### Typische TV Motivbeispiele und Nutzenargumente 2021



- jetzt wechseln
- 20% Werkstatt Bonus sichern
- beliebtester Kfz-Versicherer



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



**research tools**

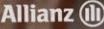
Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

Werbemarktanalyse  
Kfz-Versicherung 2022

### Typische Zeitschriften Motivbeispiele und Nutzenargumente 2021

ANZEIGE



Allianz 

Stichtag 30.11.

**Allianz Autoversicherung mit WerkstattBonus, Pannenhilfe und schneller Regulierung**

## Besondere Ereignisse erfordern eine besondere Versicherung

Ein Schaden mit dem oder am eigenen Auto ist immer ärgerlich und zieht viele Formalitäten nach sich. Unter dem Motto „Kein Auto ist wie dein Auto!“ bietet die Allianz Autoversicherung individuelle Lösungen für nahezu alle unvorhersehbaren Vorkommnisse. Damit Sie keine bösen Überraschungen im Schadensfall erleben. Bei der Allianz Autoversicherung können Sie online zwischen drei maßgeschneiderten Versicherungspaketen wählen (rechts im Kasten). Bereits die jedem Tarif gleichermaßen zugrundeliegenden „Grundleistungen“ sind qualitativ sehr hochwertig. Alternativ bieten die Allianz Versicherungsagenturen durch persönliche Ansprechpartner ein Premium-Paket an. Darüber hinaus lässt sich Ihre Autoversicherung durch Zusatzbausteine individuell gestalten. Ein paar Beispiele: Mit dem WerkstattBonus erhalten Sie bei Abschluss 20% Nachlass auf die Kaskoversicherung, wenn Sie sich im Schadensfall zu den SPN-Werkstätten vermitteln lassen. Mit dem Premium Schutzbrief bleiben Sie im Schadensfall mobil. Die Weiterfahrt innerhalb einer Stunde wird garantiert, mit Mietwagen.

Taxi oder einem Ticket für den öffentlichen Nahverkehr. Dieses Mobilitätsversprechen gilt bereits ab der eigenen Haustür.

Schäden, die Sie mit Ihrem Fahrzeug an Ihrem Eigentum verursachen, sind in den Produktlinien Komfort (bis 50.000 €) und Premium (bis 100.000 €) versichert, etwa im Falle eines beschädigten Garagentors, Erleidet Ihr neu gekauftes Auto im ersten Jahr einen Totalschaden oder sollte es gestohlen werden, erstattet die Allianz den Neupreis bzw. den Kaufpreis eines Gebrauchten (bei Komfort gelten hier 18 Monate, bei Premium sogar 36 Monate).

Im Telematik-Tarif BonusDrive können umsichtige Fahrer jedes Jahr bis zu 30% des Versicherungsbeitrags sparen. Dieser Tarif honoriert sicheres Fahren. Feedback zum Fahrverhalten erhalten Sie dabei über die BonusDrive-App. Zusätzlich gibt es im ersten Jahr mit BonusDrive bereits nach 100 übertragenen Kilometern einen Startbonus in Höhe von 10% des Kfz-Versicherungsbetrags.

Also bereits jetzt an den Stichtag 30.11. zum Versicherungswechseln denken. Weitere Informationen unter: [www.allianz.de/auto](http://www.allianz.de/auto)

**Unsere Tarife**

**Allianz Smart** (Auszug)  
Häufigkeit: 100 Mio. € Versicherungssumme je Schaden, davon 15 Mio. € bei Personenschäden, davon 5 Mio. € bei Umweltschäden; Teilkasko; Diebstahl; Brand; Explosion; Kurzschluss; Zusammenstoß mit Tieren. Unwetter; Vorkasko; Unfall; Vandalismus; Cyber-/Hackerangriff

**Allianz SmartPlus** (Auszug)  
zusätzl.: Premium Schutzbrief

**Allianz Komfort** (Auszug)  
zusätzlich: Schäden bis 50.000 € am Eigentum, verursacht durch das eigene Kfz; Teilkasko; freie Werkstattwahl bei Glasschäden; Neu- bzw. Kaufpreiserstattung (18 Monate)

**Allianz Premium\*** (Auszug)  
zusätzlich: Schäden bis 100.000 € am Eigentum, durch das eigene Kfz verursacht

\*Ausblende an Ihrer Allianz Agentur



**MEHR %**

**GÜNSTIGER MACHEN WIR JETZT NOCH GÜNSTIGER.**

**BESTER BEI VERBUNDEN**

- BESTES PREIS-LEISTUNGS-VERHÄLTNISS
- EINFACHER ONLINE ANTRAG
- AUSGEZEICHNETER SCHADENSERVICE

BIS 30.11. ONLINE ZUR BESTEN Kfz-VERSICHERUNG WECHSELN UND NOCH MEHR SPAREN.

**HUK24**

- 10% Rabatt
- Geld sparen
- bestes Preis-Leistungs-Verhältnis



**Pech beim Einparken? Zum Glück gibt's uns. Die ADAC Classic-Car-Versicherung.**

**10% Rabatt für ADAC Mitglieder!**

Jetzt abschließen auf [adac.de/classicar](http://adac.de/classicar), unter 0 800 51 21 01 62 (Mo. - Sa.: 8 - 20 Uhr) und in jeder ADAC Geschäftsstelle.

ADAC Autoversicherung AG **ADAC**

**BEST BRAND 2019**  
Kategorie: Oldtimerversicherungen

**Motor Klassik**

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

### Typische Zeitungen Motivbeispiele und Nutzenargumente 2021

**SAARLAND Versicherungen**  
Finanzgruppe

**KFZ-VERSICHERUNG**

**Wir sind für Sie nah.**

**Unser Schutzschirm für Ihr Fahrzeug.**

**Super Leistung, kleiner Preis: unsere Kfz-Versicherung**  
Jetzt bis 30.11. wechseln!

**3X**

Abbildung ähnlich

**MITMACHEN UND GEWINNEN!**  
3 x 1 VW GOLF GTE IM WERT VON JE CA. **38.000 €**

Den Teilnahmebogen zum Gewinnspiel erhalten Sie bei Ihrem hier genannten Ansprechpartner. Teilnahme-schluss ist der 30. Nov. 2021. Die Teilnahme am Gewinnspiel ist unabhängig von der Durchführung eines Beratungsgesprächs sowie vom Abschluss eines Versicherungsvertrages. Die Teilnahmebedingungen finden Sie unter [HUK.de/gewinnspiel-auto](https://www.huk.de/gewinnspiel-auto). Viel Glück!

Noch mehr sparen? Vergleichen Sie einmal Ihre Kfz-Versicherung mit der HUK-COBURG. Mit uns sparen Sie oft mehrere Hundert Euro.

**Vertrauensmann**  
**Kai Motschmann**  
Tel. 08171 18466  
kai.motschmann@HUKvm.de  
Oberer Lüßbach 12  
82335 Berg Höhenrain

**Vertrauensmann**  
**Walter Reisch**  
Tel. 08151 972255  
walter.reisch@HUKvm.de  
Dorfstr. 10 B  
82335 Berg Bachhausen

**HUK-COBURG**  
Aus Tradition günstig

### Es gibt viele gute Gründe für die ADAC Autoversicherung.

Die Zahl der E-Autos wächst - und ihre Absicherung stellt besondere Ansprüche. Die ADAC Autoversicherung Komfort und Premium bietet zum Oktober 2021 deshalb noch bessere Kaskoleistungen für Fahrzeuge mit Elektro- und Hybridantrieb.

Sie möchten mehr erfahren oder haben Fragen? Gerne beraten wir Sie in unserer **ADAC Geschäftsstelle in Kiel, Saabückenstraße 54**

Ab Oktober werden Sie von Ihrer Kfz-Versicherung Ihre Beitragsrechnung für das Jahr 2022 erhalten.

Oft ist das der Anlass, sich nach einer günstigeren Kfz-Versicherung umzusehen. Wichtig: Der Preis allein sollte bei der Wahl der Kfz-Versicherung nicht den Ausschlag geben. Auch die Leistung ist entscheidend. Ideal: die Kombination aus Top-Preis und Top-Leistung. Die ADAC Autoversicherung gibt es in den Produktlinien Basis, Komfort und Premium. Dazu können Sie Ihren Schutz durch optimale Zusatzbausteine abrunden, beispielsweise mit dem Werkstattbonus oder dem kostenlosen Telematik-Baustein Fahr + Spar.

### Wenn's passiert: günstig geschützt. Mit der ADAC Autoversicherung.



**Jetzt wechseln:**  
auf [adac.de/autoversicherung](https://www.adac.de/autoversicherung), unter 0431 660 21 49 (Mo. - Mi. 8.30 - 17 Uhr, Do. 8.30 - 18 Uhr, Fr. 8.30 - 16.30 Uhr) oder in der ADAC Geschäftsstelle, Saabückenstr. 54, 24114 Kiel.

[adac\\_schneewig\\_holzlein](https://www.adac.de/autoversicherung)

ADAC Autoversicherung AG

**ADAC**

- günstig geschützt
- WerkstattBonus
- super Leistung, kleiner Preis

**Glanzbringer**  
Saubere Leistungen für Ihre Versicherung

**Meine PowerBank**

**Bis 30.11.:**  
Wir wechseln Ihr Auto, wenn wir **HÜTT** besser sind!

**Kieler Volksbank**

### Preiserhöhung bei Ihrer Kfz-Versicherung? Jetzt noch wechseln und sparen!

Hat Ihre Versicherung den Beitrag erhöht? Dann können Sie Ihre Autoversicherung noch bis zu einem Monat nach Erhalt der Rechnung kündigen.

Wechseln Sie am besten zur HUK-COBURG.

Es lohnt sich für Sie:

- ✓ Niedrige Beiträge
- ✓ Top-Schadenservice
- ✓ Beratung in Ihrer Nähe
- ✓ Bis zu 30 % Folge-Bonus mit dem Telematik-Tarif\*

Wir freuen uns auf Sie.

\*Mehr Informationen erhalten Sie von Ihrem Berater und unter [HUK.de/telematik](https://www.huk.de/telematik)

**Geschäftsstelle**  
**Stuttgart**  
Tel. 0903 2 153 153 912  
info@HUK-COBURG.de  
Sicherheit 1  
70176 Stuttgart, West  
HUK.de/GS/Stuttgart

Mo. - Do. 8.00 - 18.00 Uhr  
Fr. 8.00 - 16.00 Uhr

**HUK-COBURG**  
Aus Tradition günstig

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

# Trends

## Ausgewählte Motive und Nutzenargumente

### Typische Beispiele mit Testimonials 2021



- Sportler: Usain Bolt
- Moderatorin: Barbara Schöneberger
- Comedians:

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

# Trends

## Ausgewählte Motive und Nutzenargumente

### Typische Plakat/Out-of-Home-Beispiele 2021

**Erstaunlich günstig.** ADAC  
**Die neue ADAC  
Autoversicherung.**  
**Bis 10% Rabatt\***  
\*Für ADAC Mitglieder.

Im ADAC Center Oberhausen

The advertisement features a yellow background with a man's head on a car. The text is in bold, black and blue fonts.

**Günstig geschützt.** ADAC  
**Mit der ADAC  
Autoversicherung.**  
**Bis 10% Rabatt\***  
\*Für ADAC Mitglieder.

Im ADAC Center Köln

The advertisement features a yellow background with a car being charged. The text is in bold, black and blue fonts.

**HDI**

**Hochspannung  
zum Tiefpreis.**

Jetzt zur HDI Kfz-Versicherung wechseln und  
25 % Rabatt für Ihr reines Elektrofahrzeug sichern.

**Bis zum  
30.11. um-  
wechseln und  
Gut gebare!**

hdi.de/kfz

The advertisement features a man with a beard looking at a smartphone. The background is a blurred outdoor scene. The text is in white and green boxes.

**S** Versicherungsbüro  
**sautermeister**

**Jetzt wechseln!**  
**Die Nr. 1 für Kfz-  
Flottenversicherung**

**FAIRSTER  
Kfz-  
VERSICHERER**

[www.sautermeister.com](http://www.sautermeister.com)

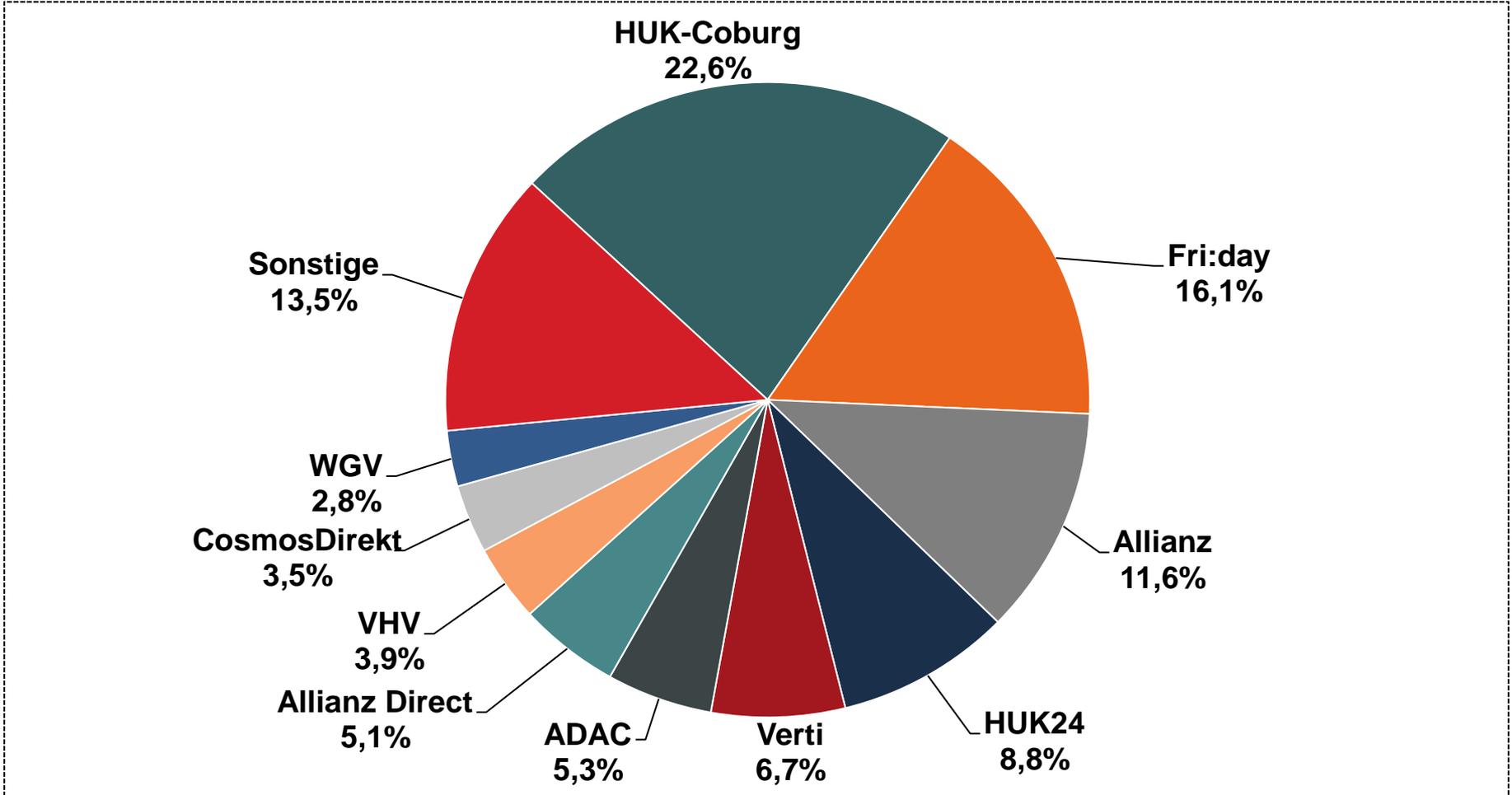
The advertisement features a coastal landscape with waves crashing against rocks. The text is in white and black boxes.

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

# Benchmarks

- Management Summary
- Trends
- Benchmarks
  - Werbeausgaben-Rankings
  - Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10 Marken im 5-Jahres-Vergleich
  - Verteilung der Werbeausgaben-/Motive in den letzten zwölf Monaten
- Strategien
- Kommunikationspositionierung
- Kontakt

### Share of Advertising der Top 10-Marken von Januar 2021 bis Dezember 2021



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

### Ranking der Top 70-Marken nach Werbevolumen (Rangfolge auf Basis jüngster 12-Monats-Zeitraum)

Rang	Marken	Ausgaben in €					Entw. z. Vj.
		Jan. '17 – Dez. '17	Jan. '18 – Dez. '18	Jan. '19 – Dez. '19	Jan. '20 – Dez. '20	Jan. '21 – Dez. '21	
1	HUK-Coburg	28.909.863	28.278.561	34.903.649	37.246.773	43.075.670	+16%
2	Fri:day	4.480.650	11.392.549	57.921.486	26.257.783	30.754.990	+17%
3	Allianz	2.953.661	20.547.624	23.036.258	22.599.051	22.154.899	-2%
4	HUK24	1.579.649	626.503	1.590.851	7.754.989	16.731.195	+116%
5	Verti	2.045.648	5.877.749	3.323.672	24.876.466	12.768.052	-49%
6	ADAC	5.401.318	5.177.057	6.844.139	9.879.250	10.121.579	+2%
7	Allianz Direct	1.172.659	353.244	15.914.021	43.325.654	9.675.551	-78%
8	VHV	7.417.834	6.156.434	6.045.413	6.265.859	7.435.338	+19%
9	CosmosDirekt	3.050.150	9.819.427	14.965.465	27.507.264	6.632.767	-76%
10	WGV	2.000.348	2.619.174	1.012.635	2.465.194	5.407.716	+119%

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

# Benchmarks

## Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 70-Marken nach Werbevolumen (Rangfolge auf Basis jüngster 12-Monats-Zeitraum)

Rang	Marken	Ausgaben in €					Entw. z. Vj.
		Jan. '17 – Dez. '17	Jan. '18 – Dez. '18	Jan. '19 – Dez. '19	Jan. '20 – Dez. '20	Jan. '21 – Dez. '21	
11	Ergo	0	0	14.321.089	5.148.365	4.992.773	-3%
12	LVM Versicherung	0	209.273	2.719.620	2.683.342	3.069.816	+14%
13	AXA	57.748	5.544.925	17.996	2.561.699	2.879.676	+12%
14	GetSafe	0	0	0	0	2.583.220	-
15	Württembergische	184.794	248.741	202.100	197.782	2.196.854	+1011%
16	DEVK	443.163	844.945	657.650	8.673.993	1.748.889	-80%
17	DA direkt	4.930.118	8.822.522	307.702	4.121.393	1.502.135	-64%
18	Liberty Mutual	0	0	0	14.968	1.373.536	+9076%
19	AdmiralDirekt	0	51	28.222	268.044	613.373	+129%
20	Europa	0	4.666	460.078	133.353	522.067	+291%

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

# Benchmarks

## Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 70-Marken nach Werbevolumen (Rangfolge auf Basis jüngster 12-Monats-Zeitraum)

Rang	Marken	Ausgaben in €					Entw. z. Vj.
		Jan. '17 – Dez. '17	Jan. '18 – Dez. '18	Jan. '19 – Dez. '19	Jan. '20 – Dez. '20	Jan. '21 – Dez. '21	
21	R+V Versicherung	628.850	885.004	7.447.439	4.045.987	433.866	-89%
22	HDI	82.478	25.694	26.044	772.186	374.953	-51%
23	Nexible	0	214.470	6.760	628.684	352.186	-44%
24	GVV Direktversiche. <sup>1</sup>	0	0	0	0	334.910	-
25	Bankers Insurance	0	0	0	0	239.446	-
26	VGH Versicherung	32.558	209.696	55.033	813.165	231.548	-72%
27	Öffentliche Versich. <sup>2</sup>	0	0	3.618	37.214	170.632	+359%
28	Marshmallow	0	0	0	0	151.271	-
29	Hagerty	0	0	0	0	132.291	-
30	Mannheimer	25.450	36.114	23.160	15.080	128.270	+751%

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital; 1 Direktversicherung 2 Versicherung Braunschweig

# Benchmarks

## Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 70-Marken nach Werbevolumen (Rangfolge auf Basis jüngster 12-Monats-Zeitraum)

Rang	Marken	Ausgaben in €					Entw. z. Vj.
		Jan. '17 – Dez. '17	Jan. '18 – Dez. '18	Jan. '19 – Dez. '19	Jan. '20 – Dez. '20	Jan. '21 – Dez. '21	
31	Ammerländer Versi. <sup>1</sup>	0	36.526	102.549	117.711	125.846	+7%
32	Itzehoer Versicheru. <sup>1</sup>	10.318	147.715	773.785	239.794	121.743	-49%
33	Provinzial	43.714	0	0	768.331	118.633	-85%
34	Badischer Gemein. <sup>2</sup>	0	16.447	10.900	48.606	118.509	+144%
35	Allstate	0	0	0	60.815	107.215	+76%
36	Andsafe	0	0	0	0	104.714	-
37	Saarland Versicher. <sup>1</sup>	23.892	58.903	52.959	8.251	77.388	+838%
38	OCC	440.965	358.928	417.119	182.920	73.672	-60%
39	Helvetia	0	0	0	4.550	70.339	+1446%
40	Signal Iduna	0	6.596	123.340	196.797	64.017	-67%

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital; 1 Versicherungen 2 Gemeinde-Versicherungs-Verband BGV

# Benchmarks

## Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 70-Marken nach Werbevolumen (Rangfolge auf Basis jüngster 12-Monats-Zeitraum)

Rang	Marken	Ausgaben in €					Entw. z. Vj.
		Jan. '17 – Dez. '17	Jan. '18 – Dez. '18	Jan. '19 – Dez. '19	Jan. '20 – Dez. '20	Jan. '21 – Dez. '21	
41	ÖSA Versicherungen	16.635	23.989	7.016	1.345	62.357	+4536%
42	Hiscox	0	34.274	69.994	55.701	56.748	+2%
43	KRAVAG	7.300	16.598	90.100	61.021	48.472	-21%
44	FVO Versicherung <sup>1</sup>	0	0	0	0	46.720	-
45	Westfälische Provi. <sup>2</sup>	0	0	0	0	46.140	-
46	Herzenssache. Der <sup>3</sup>	0	0	0	0	39.678	-
47	Farmers	0	0	0	0	38.964	-
48	Vaudoise Versicher. <sup>4</sup>	0	0	0	0	27.954	-
49	Root Insurance	0	0	0	0	25.473	-
50	Rhion Versicherung	0	4.000	37.839	21.383	23.227	+9%

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital; 1 Versicherungsmakler 2 Provinzial Versicherung 3 Der Assekuradeur! 4 Versicheru.

# Benchmarks

## Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 70-Marken nach Werbevolumen (Rangfolge auf Basis jüngster 12-Monats-Zeitraum)

Rang	Marken	Ausgaben in €					Entw. z. Vj.
		Jan. '17 – Dez. '17	Jan. '18 – Dez. '18	Jan. '19 – Dez. '19	Jan. '20 – Dez. '20	Jan. '21 – Dez. '21	
51	German Underwriti. <sup>1</sup>	0	0	6.000	3.050	23.100	+657%
52	Rockenfeller Finan. <sup>2</sup>	0	0	0	0	20.368	-
53	Carisma	0	56.568	11.260	70.861	17.795	-75%
54	Centraal Beheer	0	0	0	0	15.254	-
55	AutoProtect	0	0	0	4.990	15.120	+203%
56	HORBACH	8.015	16.279	12.980	14.376	13.698	-5%
57	Polycypilot	0	0	0	6.743	12.504	+85%
58	Nexsurance	0	0	0	0	12.250	-
59	PreTECTED	0	0	0	8.859	12.100	+37%
60	ACE Auto Club Eur. <sup>3</sup>	0	0	0	0	11.990	-

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital 1 Underwriting 2 Finanztechnik 3 Europa

# Benchmarks

## Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 70-Marken nach Werbevolumen (Rangfolge auf Basis jüngster 12-Monats-Zeitraum)

Rang	Marken	Ausgaben in €					Entw. z. Vj.
		Jan. '17 – Dez. '17	Jan. '18 – Dez. '18	Jan. '19 – Dez. '19	Jan. '20 – Dez. '20	Jan. '21 – Dez. '21	
61	Klassikerschutz	0	0	0	3.050	11.550	+279%
62	Badischer Landwirt. <sup>1</sup>	0	0	0	0	10.425	-
63	Freeyou	0	0	0	7.632	9.879	+29%
64	AVS Automotive Ve. <sup>2</sup>	0	8.720	1.441	0	9.030	-
65	Nürnberger	44.980	23.314	2.275.440	38.134	9.030	-76%
66	Santander	0	0	0	8.398	9.030	+8%
67	Toyota	27.397	4.887	9.030	0	9.030	-
68	Concordia	0	4.462	0	0	8.232	-
69	Randirect	0	0	0	8.946.491	7.812	-100%
70	Bikmo	0	0	0	0	7.299	-

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital; 1 Landwirtschaftlicher Hauptverband 2 Versicherungsservice

# Benchmarks

## Werbeausgaben-Rankings

### Ausgaben der Top 10-Marken von 2017 bis 2020 (Angaben in €)

Marke	Jan. '17 - Dez. '17	Marke	Jan. '18 - Dez. '18	Marke	Jan. '19 - Dez. '19	Marke	Jan. '20 - Dez. '20
HUK-Cob. <sup>1</sup>	28.909.863	HUK-Cob. <sup>1</sup>	28.278.561	Fri:day	57.921.486	Allianz Di. <sup>3</sup>	43.325.654
VHV	7.417.834	Allianz	20.547.624	HUK-Cob. <sup>1</sup>	34.903.649	HUK-Cob. <sup>1</sup>	37.246.773
ADAC	5.401.318	Fri:day	11.392.549	Allianz	23.036.258	CosmosD. <sup>2</sup>	27.507.264
DA direkt	4.930.118	CosmosD. <sup>2</sup>	9.819.427	Allianz Di. <sup>3</sup>	15.914.021	Fri:day	26.257.783
Fri:day	4.480.650	DA direkt	8.822.522	CosmosD. <sup>2</sup>	14.965.465	Verti	24.876.466
CosmosD. <sup>2</sup>	3.050.150	VHV	6.156.434	Ergo	14.321.089	Allianz	22.599.051
Allianz	2.953.661	Verti	5.877.749	R+V Vers. <sup>4</sup>	7.447.439	ADAC	9.879.250
Verti	2.045.648	AXA	5.544.925	ADAC	6.844.139	Randirect	8.946.491
WGV	2.000.348	ADAC	5.177.057	VHV	6.045.413	DEVK	8.673.993
HUK24	1.579.649	WGV	2.619.174	Verti	3.323.672	HUK24	7.754.989

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital; 1 Coburg 1 Direkt 3 Direct 4 Versicherung

# Benchmarks

## Werbeausgaben-Rankings

**Ausgaben der Top-Werbungtreibenden 2017-2020, die nicht unter den Top 70 2021 sind (Angaben in €)**

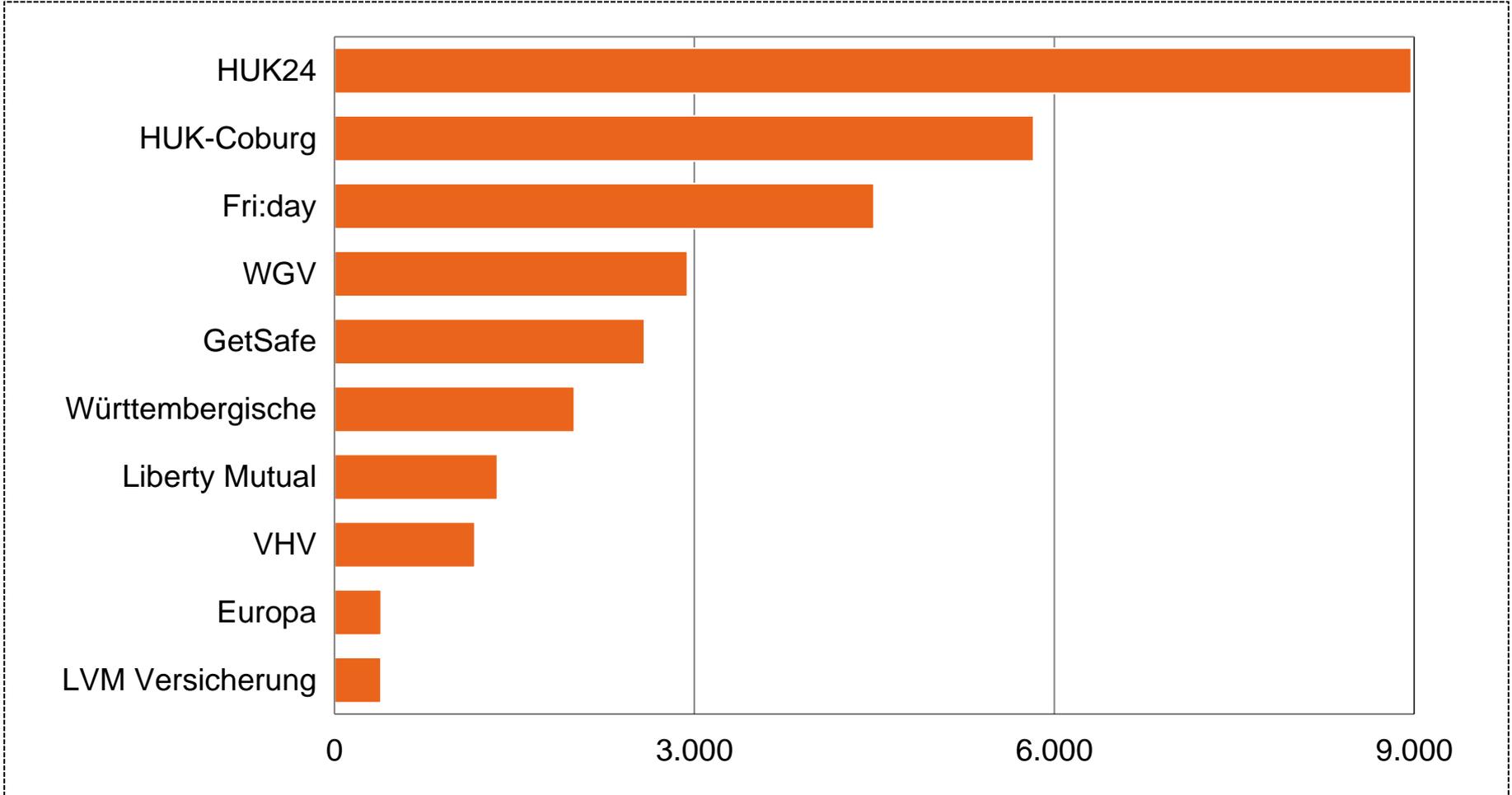
Marke	Jan. '17 - Dez. '17	Marke	Jan. '18 - Dez. '18	Marke	Jan. '19 - Dez. '19	Marke	Jan. '20 - Dez. '20
GVV Priv. <sup>1</sup>	75.638	BlaBlaCar	1.491.404	Autosan <sup>10</sup>	95.907	Progressiv.	2.596.581
German <sup>2</sup>	73.853	Hanse Ol. <sup>4</sup>	342.489	ACV Aut. <sup>13</sup>	90.535	SV Spar. <sup>15</sup>	140.281
Alte Leipz. <sup>3</sup>	27.594	Die Oldti. <sup>9</sup>	103.242	mobile G. <sup>11</sup>	74.458	GVV Priv.	94.820
Hanse Ol. <sup>4</sup>	18.011	Autosan <sup>10</sup>	43.407	PSA Ins. <sup>14</sup>	56.752	Mobivers	77.948
Assekur. <sup>5</sup>	11.900	Emil	28.144	Zurich	23.675	VRK V. Kir.	58.262
Fahrlehre. <sup>6</sup>	11.700	mobile G. <sup>11</sup>	25.490	ENRA	21.235	Bessergrü.	51.026
Generali	8.635	RMV Rei. <sup>8</sup>	12.138	Real Gara.	19.470	Belmot <sup>12</sup>	47.811
SPN Serv. <sup>7</sup>	8.635	Volvo	9.391	SPN Serv. <sup>7</sup>	17.880	Zurich	47.345
RMV Rei. <sup>8</sup>	8.015	Fahrlehre. <sup>6</sup>	7.840	Waldenbu.	13.260	Autosan <sup>10</sup>	32.800
Die Oldti. <sup>9</sup>	7.488	Belmot <sup>12</sup>	7.500	RMV Rei. <sup>8</sup>	12.980	Sparkas. <sup>26</sup>	32.688

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital; 1 Privatversicherung 2 Assistance 3 Leipziger V. 4 Oldtimer 5 Assekuranz 6 vers. 7 Service Partner Network 8 Reise Mobil Vers.-Serv. 9 Oldtimerv. 10 Classic 11 Garantie 12 Swiss 13 mobilClub Verk. 14 Solution 15 kass.v. 16 Direktv.

# Benchmarks

## Werbeausgaben-Rankings

**Ranking der Top 10-Marken nach absoluter Werbedynamik im Vorjahresvergleich (Angaben in T€ als Differenz von aktuellem Jahr zum Vorjahr)**

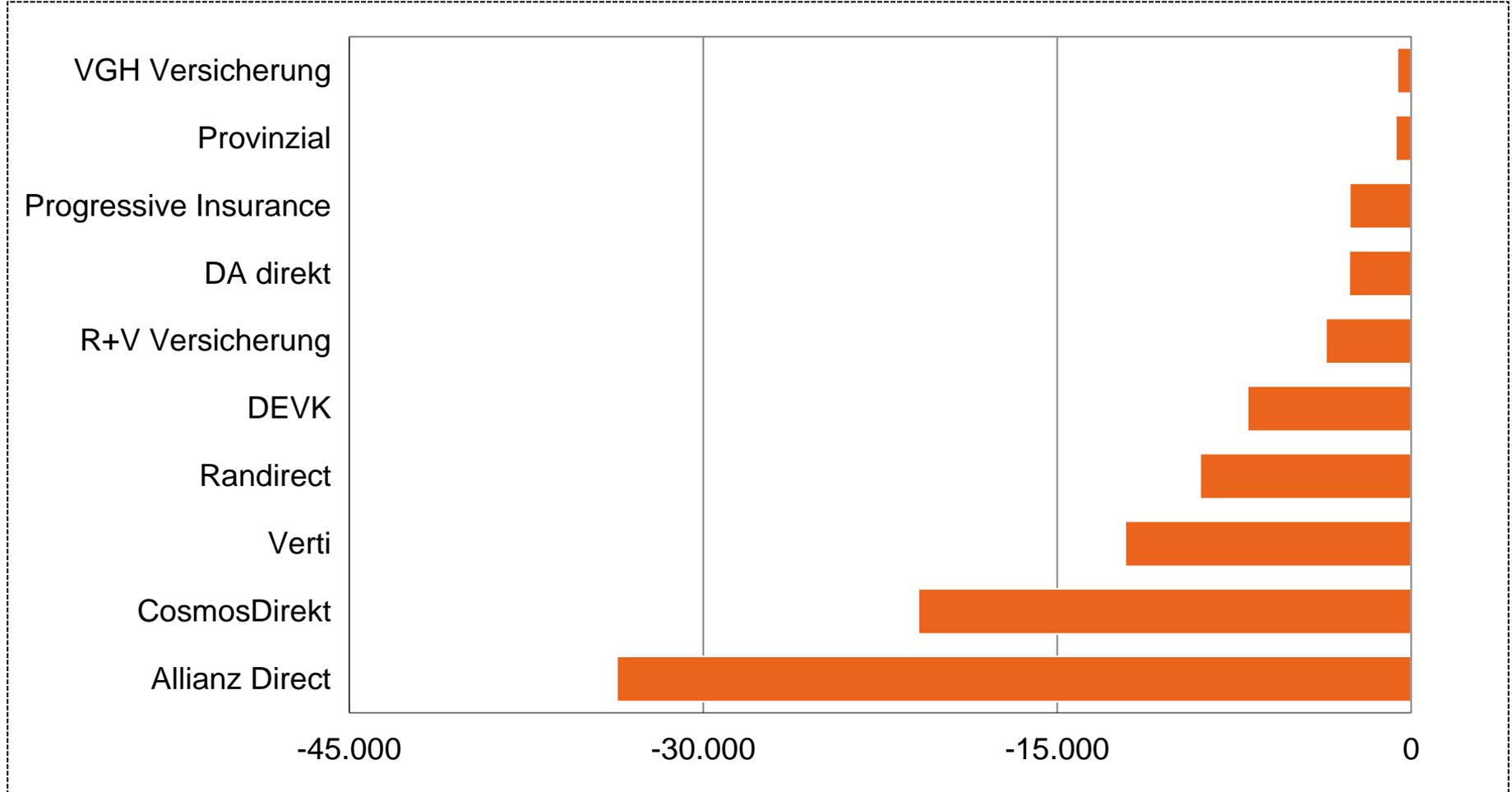


Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

# Benchmarks

## Werbeausgaben-Rankings

**Ranking der Low 10-Marken nach absoluter Werbedynamik im Vorjahresvergleich (Angaben in T€ als Differenz von aktuellem Jahr zum Vorjahr)**

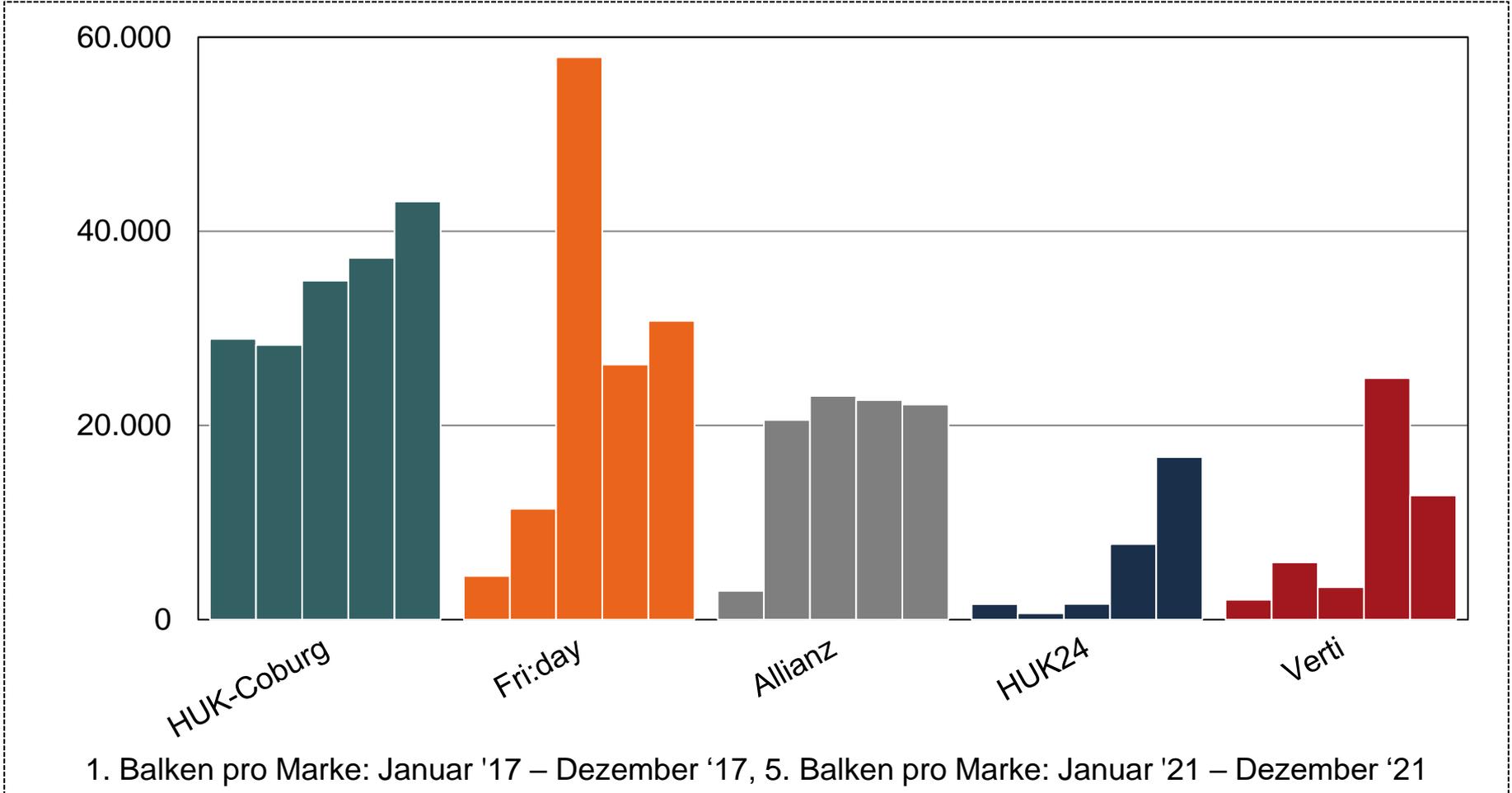


Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

# Benchmarks

## Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10-Marken

Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10-Marken im 5-Jahres-Vergleich (Top 1-5 letztes Jahr, Angaben in T€)

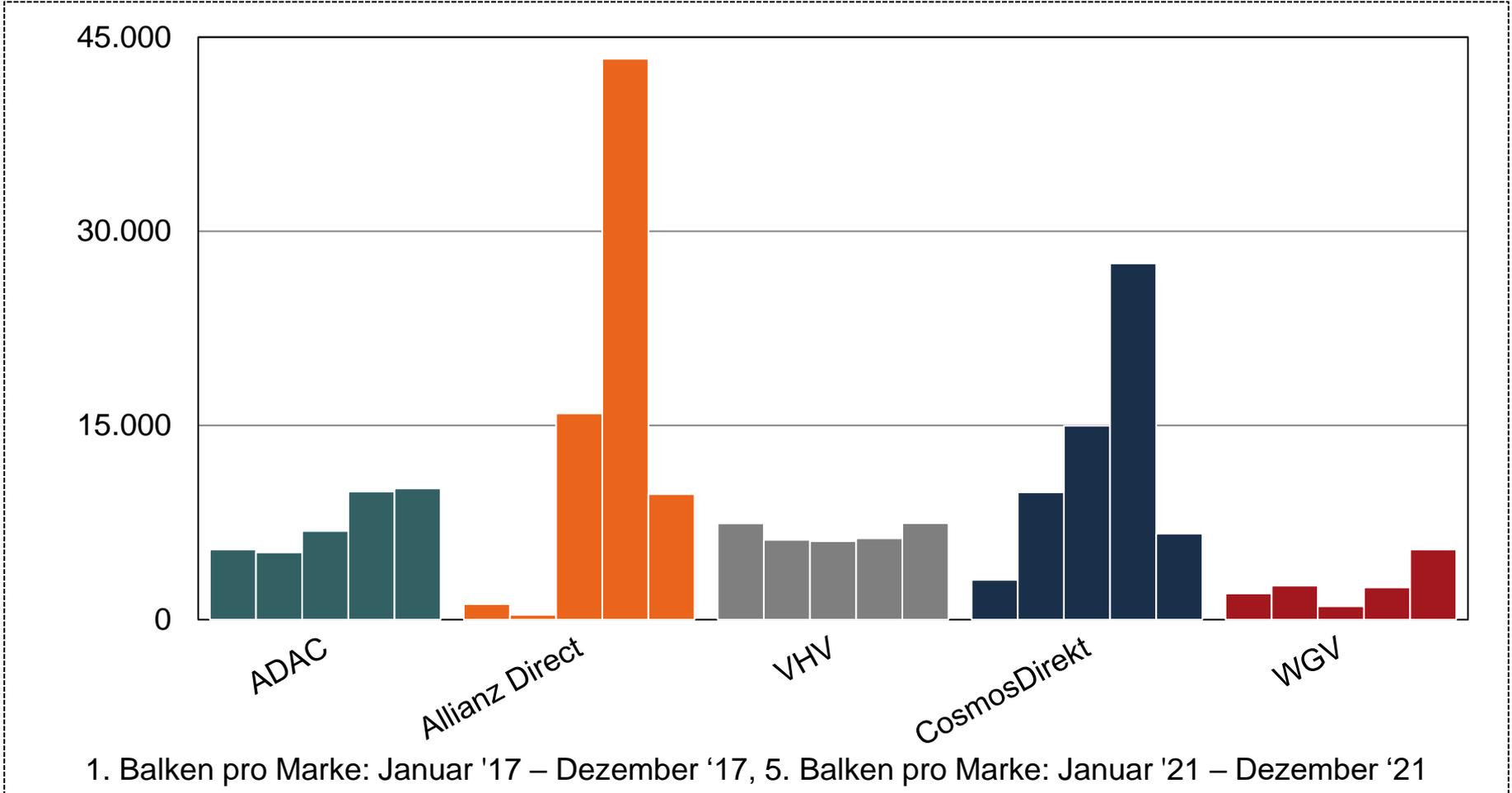


Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

# Benchmarks

## Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10-Marken

Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10-Marken im 5-Jahres-Vergleich (Top 6-10 letztes Jahr, Angaben in T€)

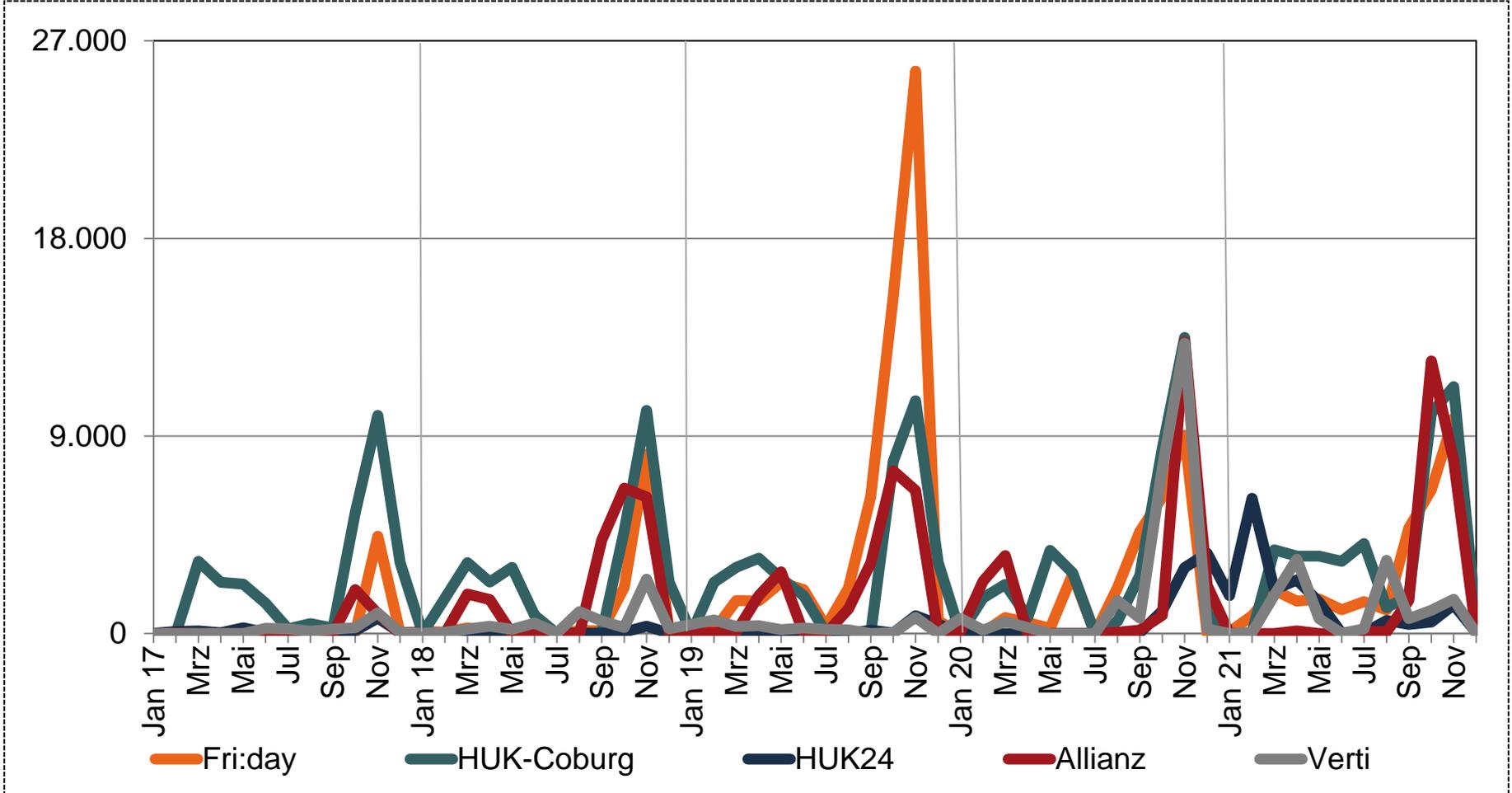


Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

# Benchmarks

## Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10-Marken

Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10-Marken im Verlauf der letzten 60 Monate (Top 1-5, Angaben in T€)

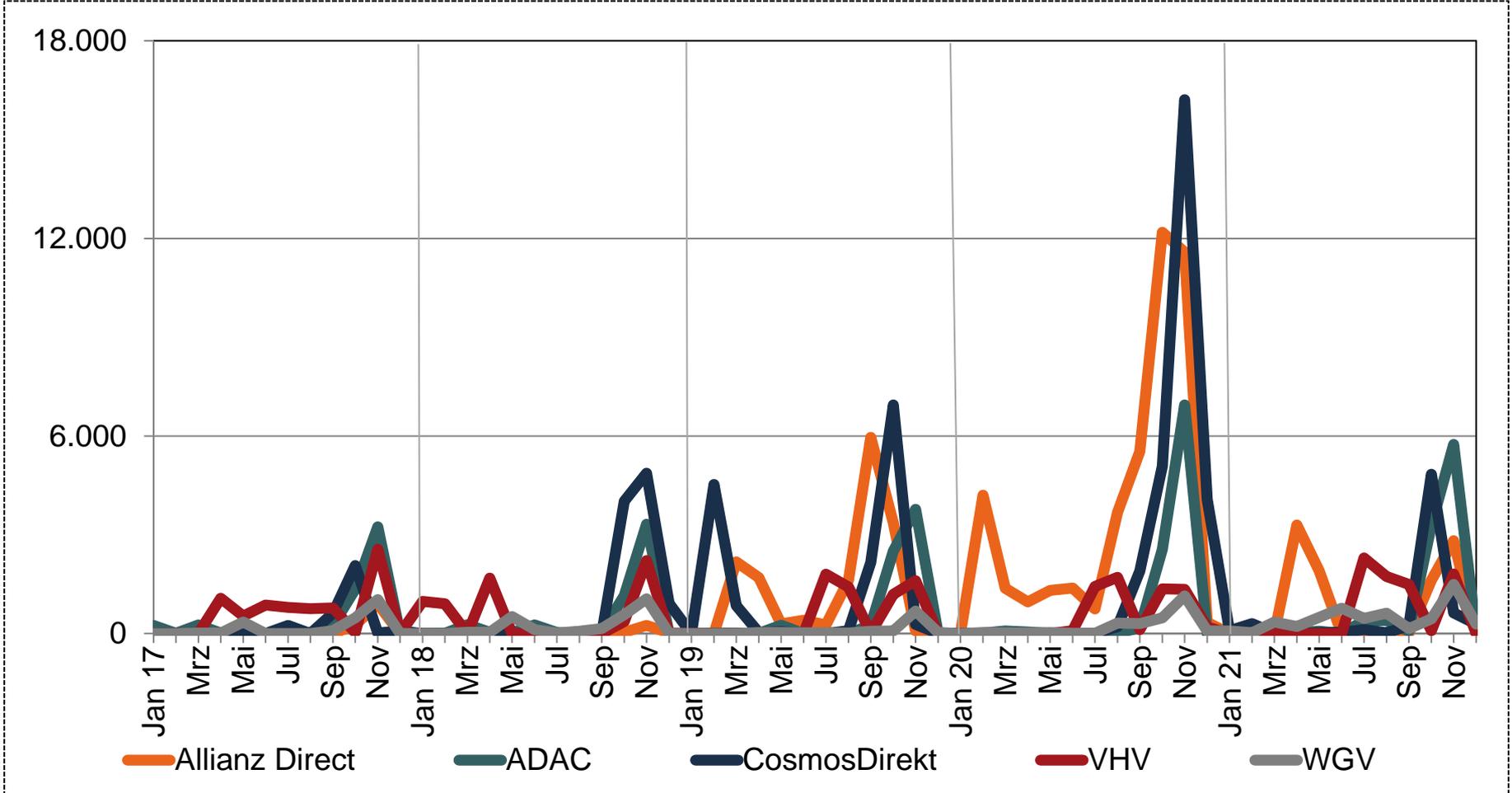


Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

# Benchmarks

## Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10-Marken

Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10-Marken im Verlauf der letzten 60 Monate (Top 6-10, Angaben in T€)

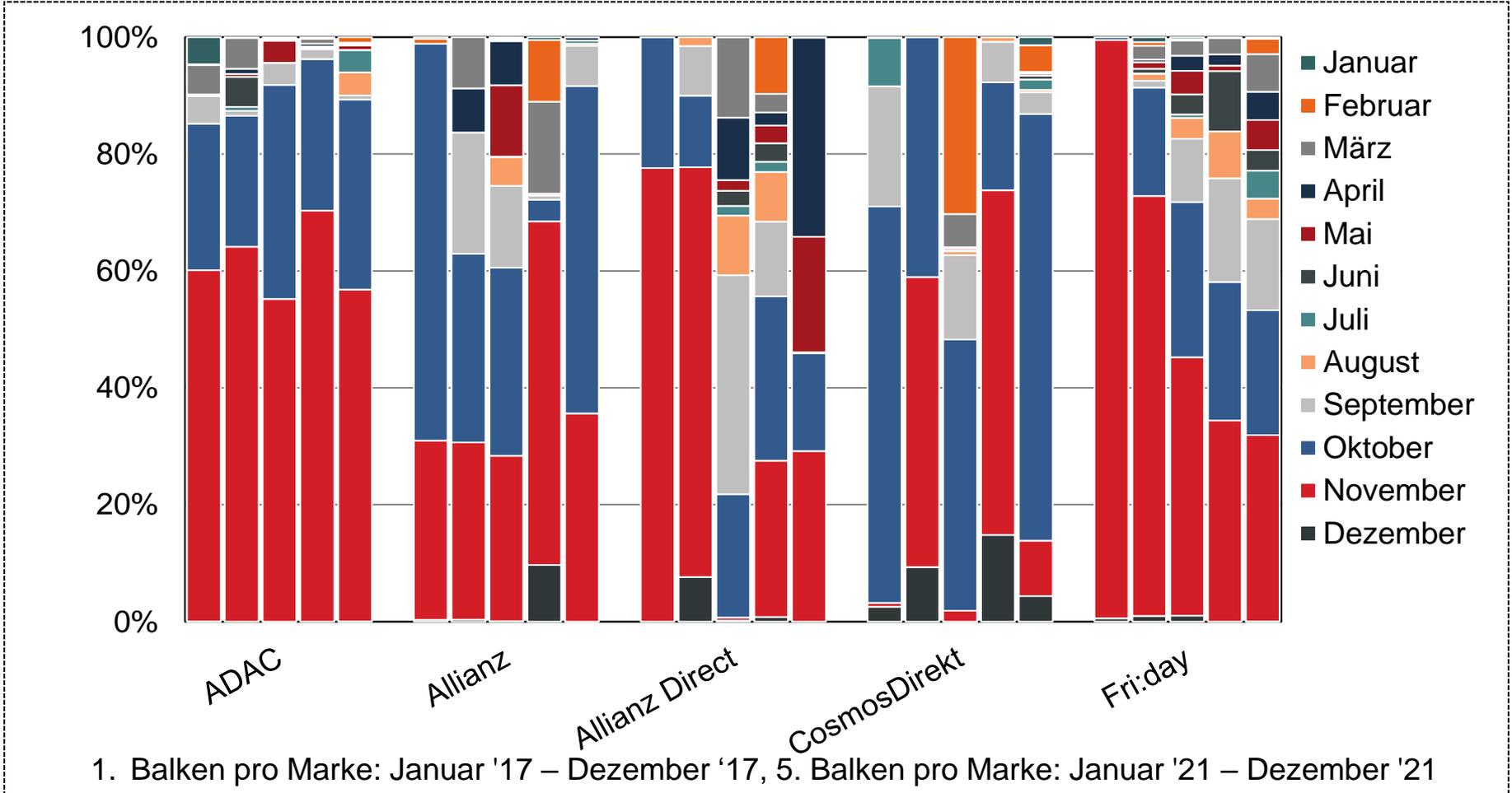


Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

# Benchmarks

## Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10-Marken

### Verteilung der Werbeausgaben der Top 10-Marken auf die Monate im Fünf-Jahres-Vergleich

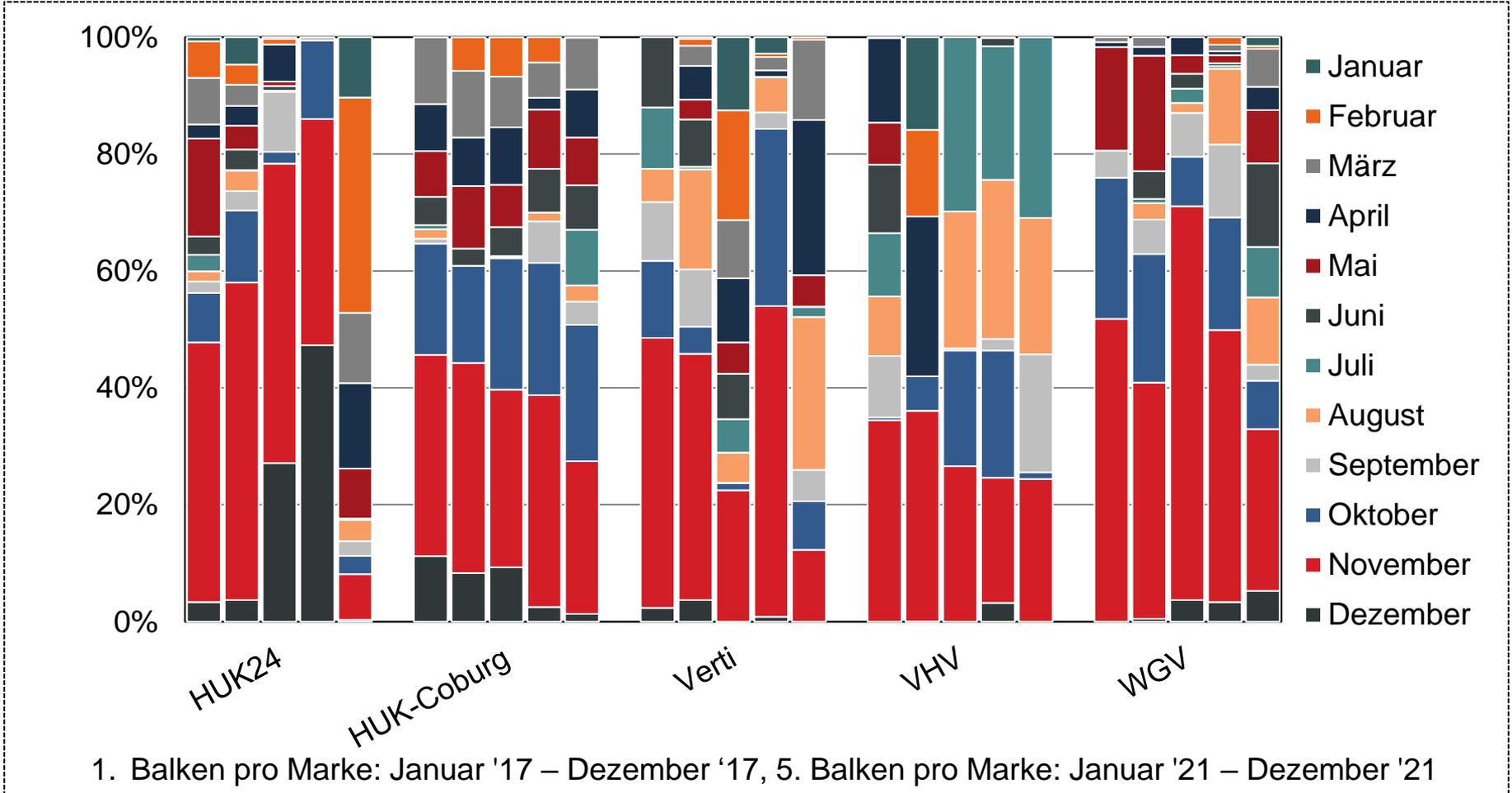


Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

# Benchmarks

## Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10-Marken

### Verteilung der Werbeausgaben der Top 10-Marken auf die Monate im Fünf-Jahres-Vergleich

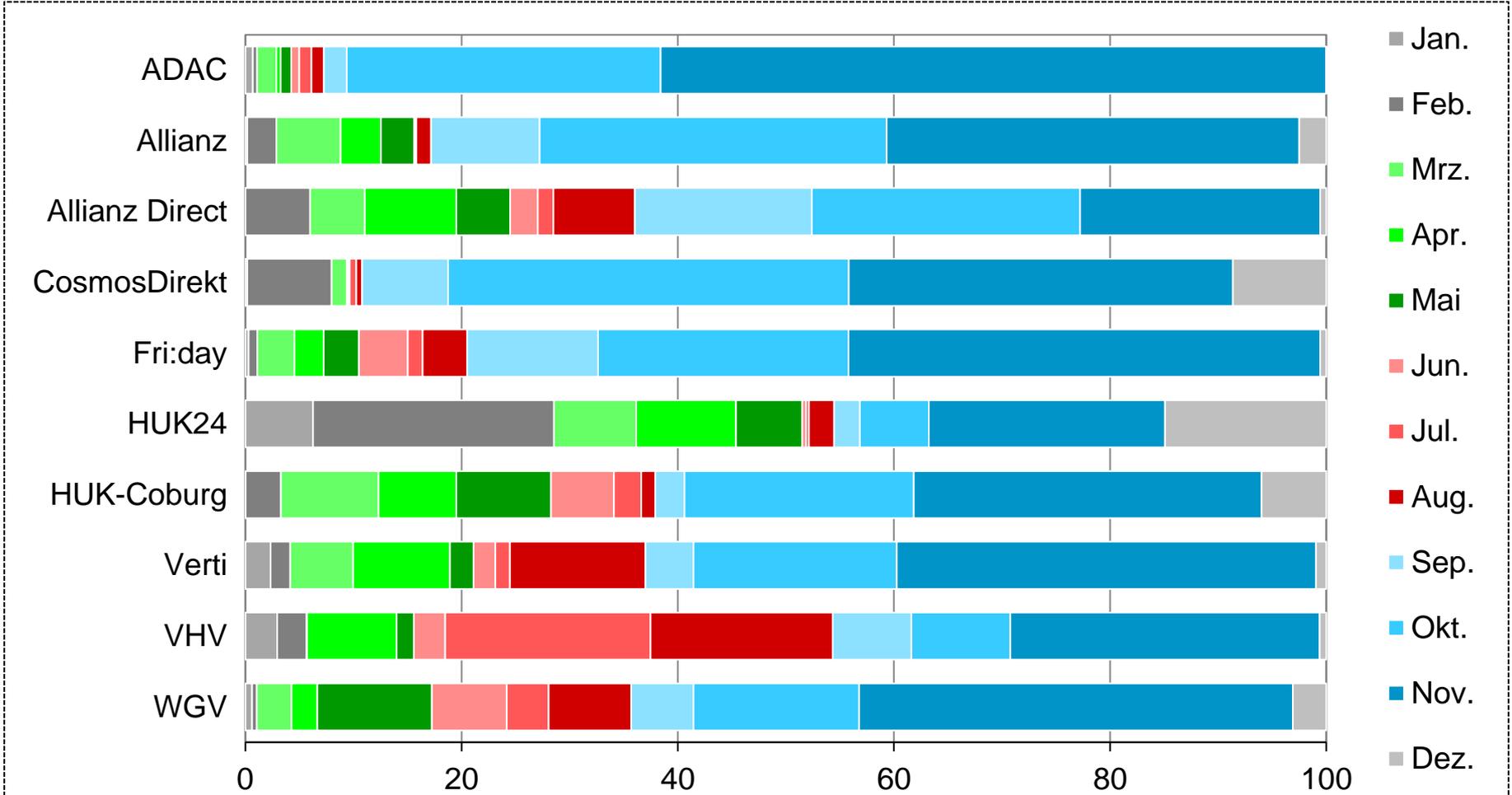


Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

# Benchmarks

## Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10-Marken

Verteilung der Werbeausgaben der Top 10-Marken auf die Monate im 5-Jahres-Durchschnitt (Angaben in %)

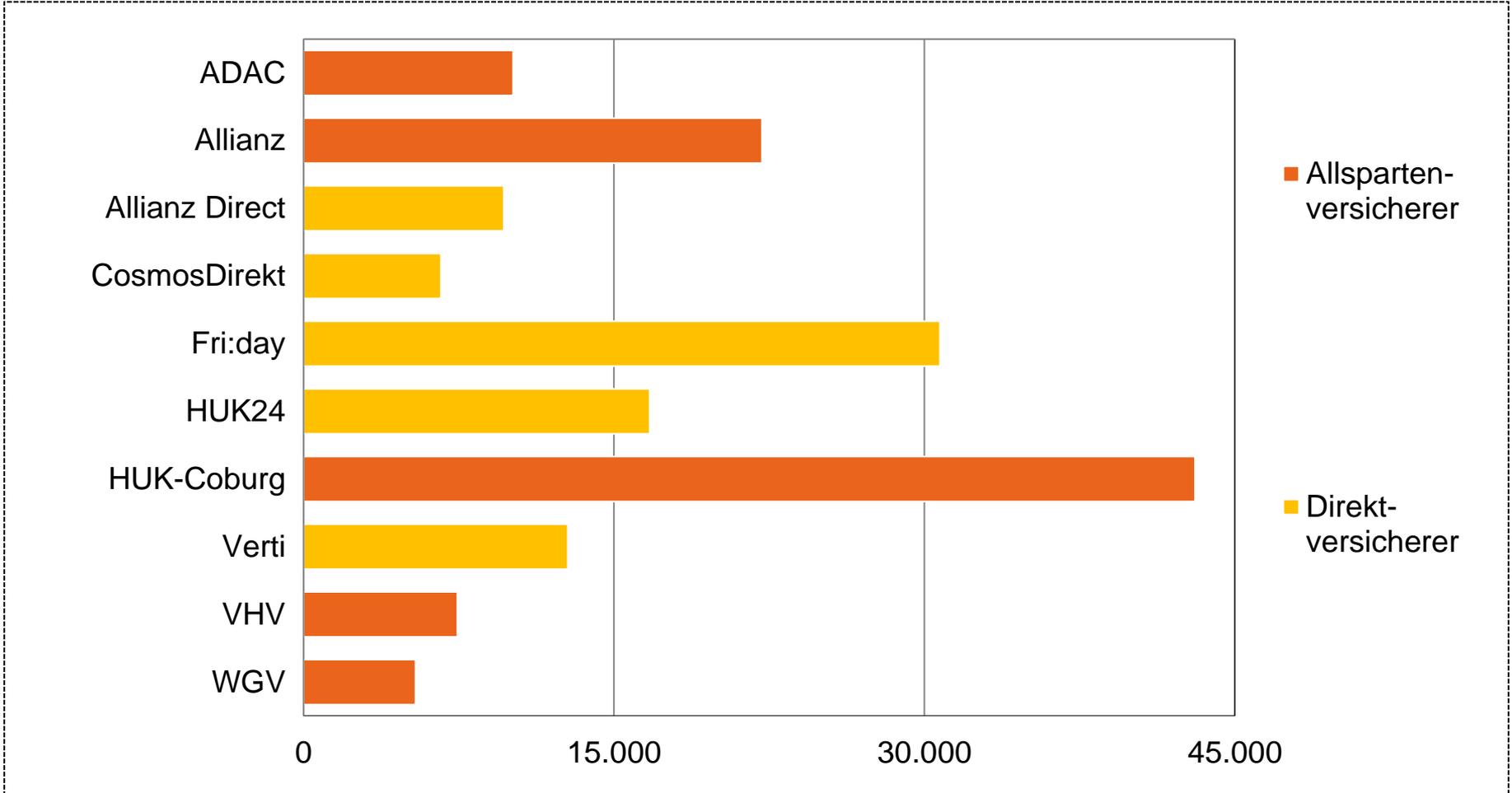


Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

# Benchmarks

Verteilung der Werbeausgaben und Werbemotive der Top 10-Marken in den letzten zwölf Monaten

Verteilung der Werbeausgaben der Top 10-Marken auf Produktmärkte in den letzten zwölf Monaten  
(Angaben in T€)

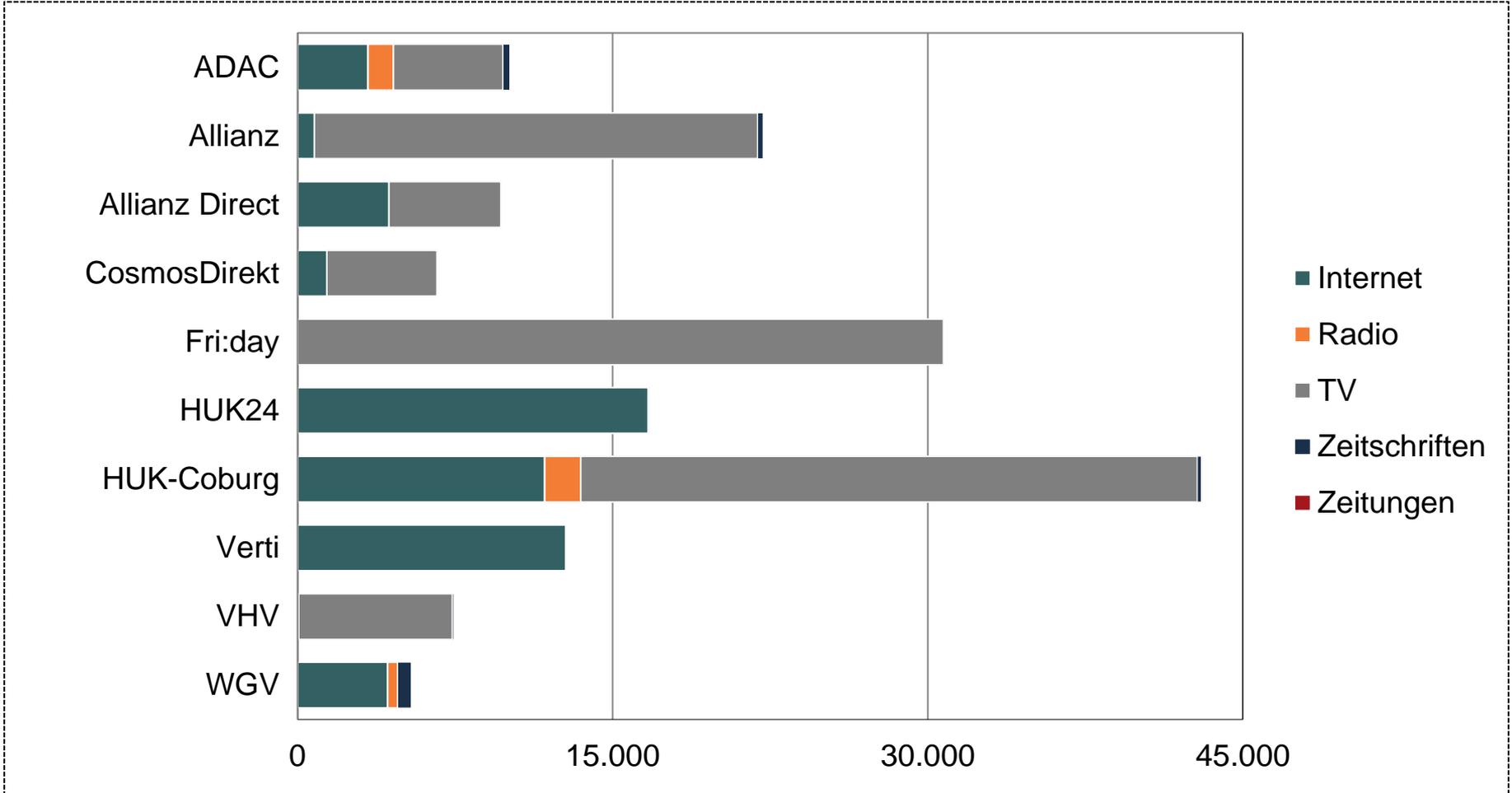


Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

# Benchmarks

Verteilung der Werbeausgaben und Werbemotive der Top 10-Marken in den letzten zwölf Monaten

Verteilung der Werbeausgaben der Top 10-Marken auf die Mediengattungen in den letzten zwölf Monaten (Angaben in T€)

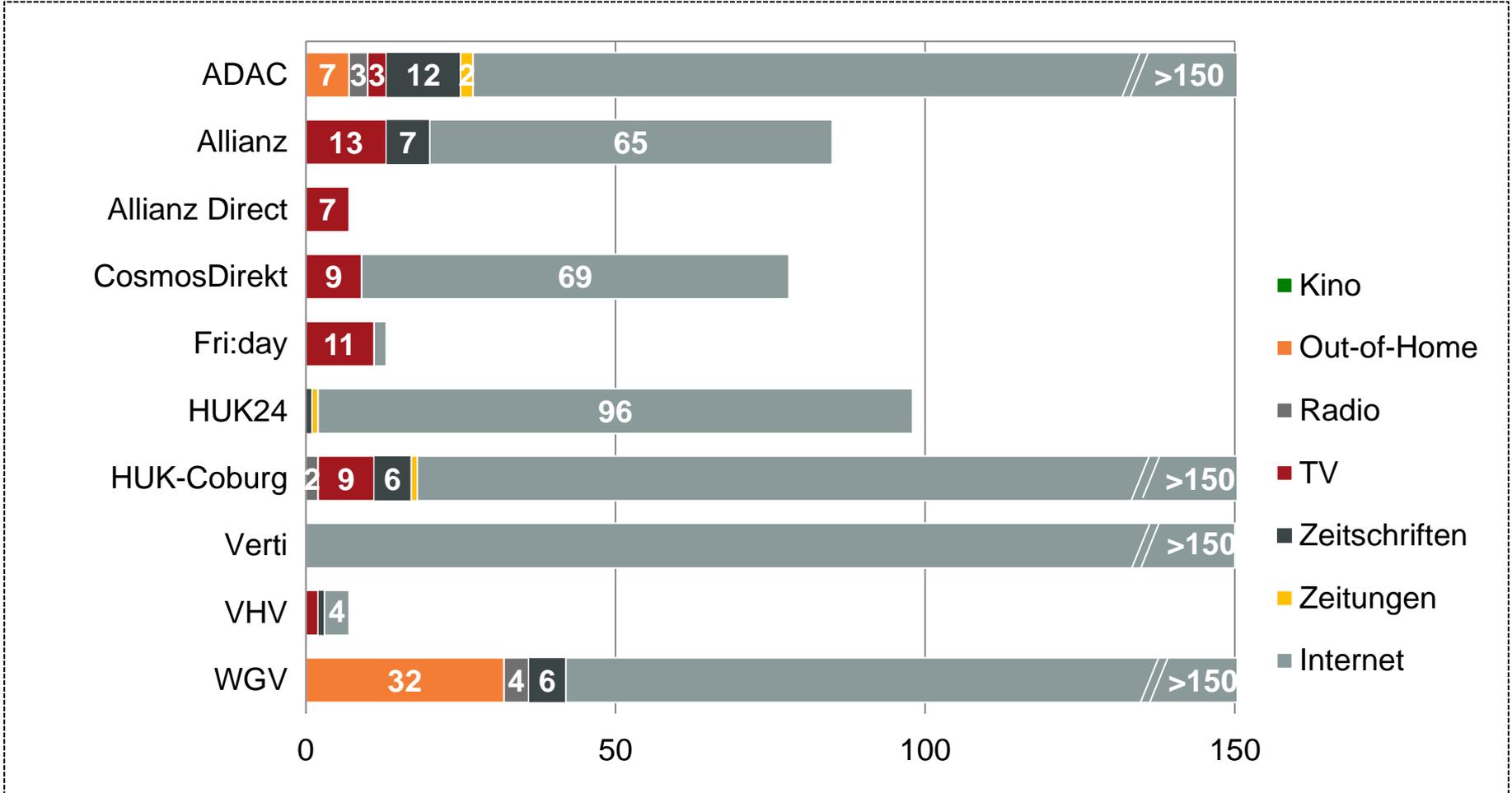


Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

# Benchmarks

Verteilung der Werbeausgaben und Werbemotive der Top 10-Marken in den letzten zwölf Monaten

**Verteilung der Werbemotive der Top 10-Marken auf die Mediengattungen in den letzten zwölf Monaten**  
(Angaben als Anzahl unterschiedlicher Motive)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

# Strategien

- ...
- Trends
- Benchmarks
- Strategien
  - Die folgenden Analysen werden für jeden der Top 10-Marken durchgeführt: zeitliche Werbedruckverteilung nach Mediengattungen in den letzten 12 Monaten, Share of Advertising im Jahresverlauf
- Kommunikationspositionierung
- Kontakt

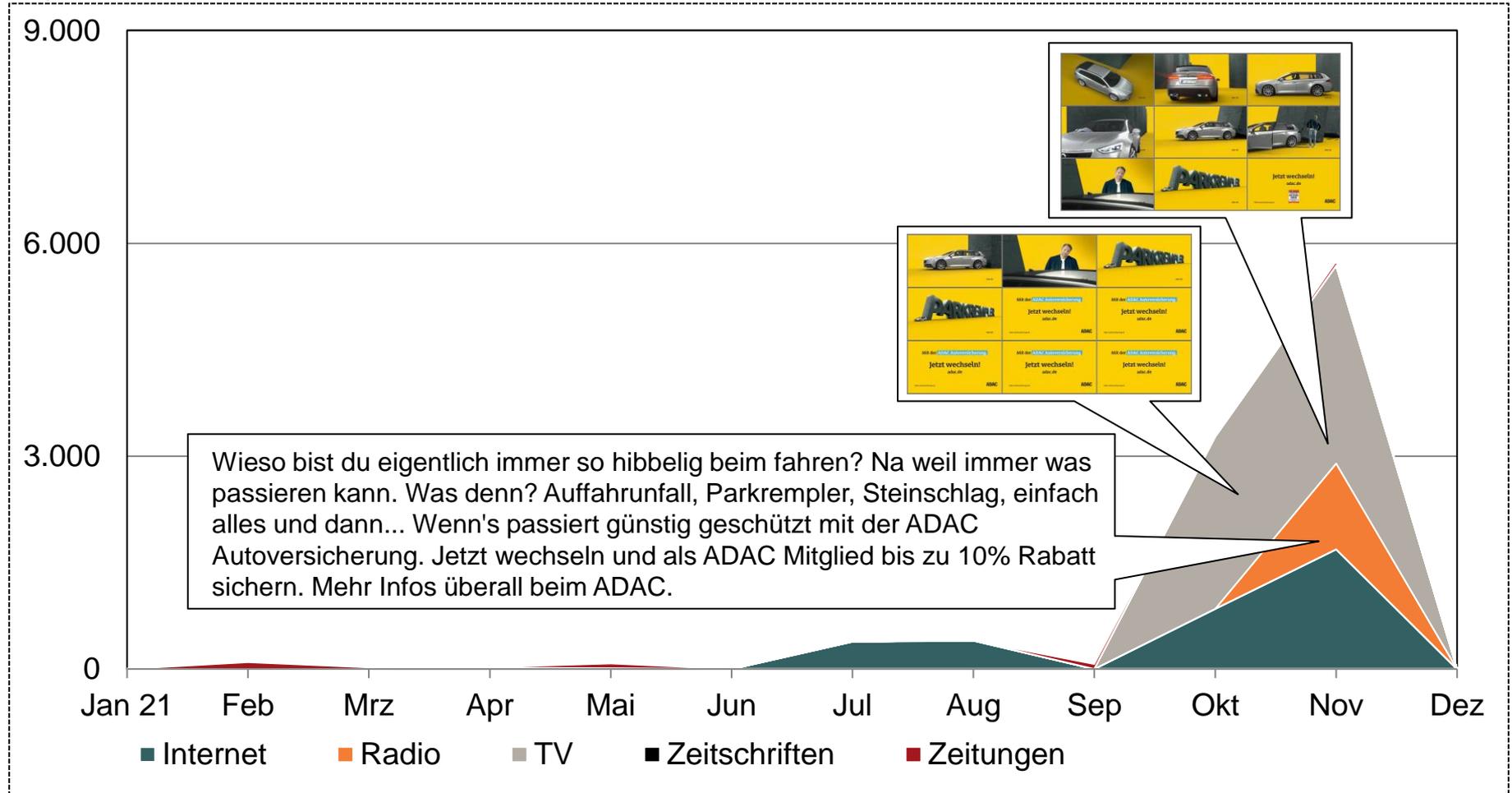


**research tools**

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

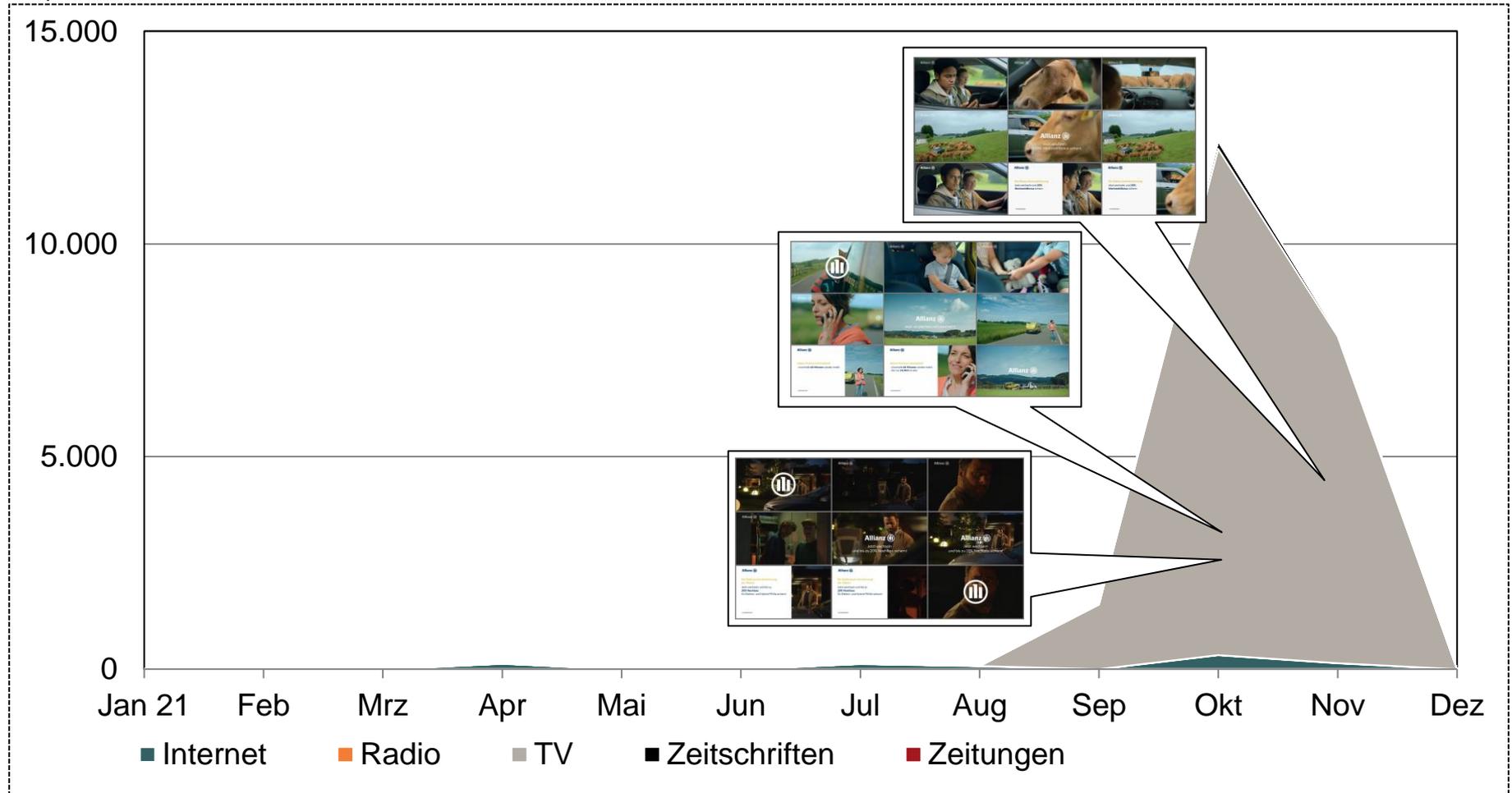
Werbemarktanalyse  
Kfz-Versicherung 2022

## ADAC | Zeitliche Werbedruckverteilung in den letzten 12 Monaten nach Mediengattungen (Angaben in T€)



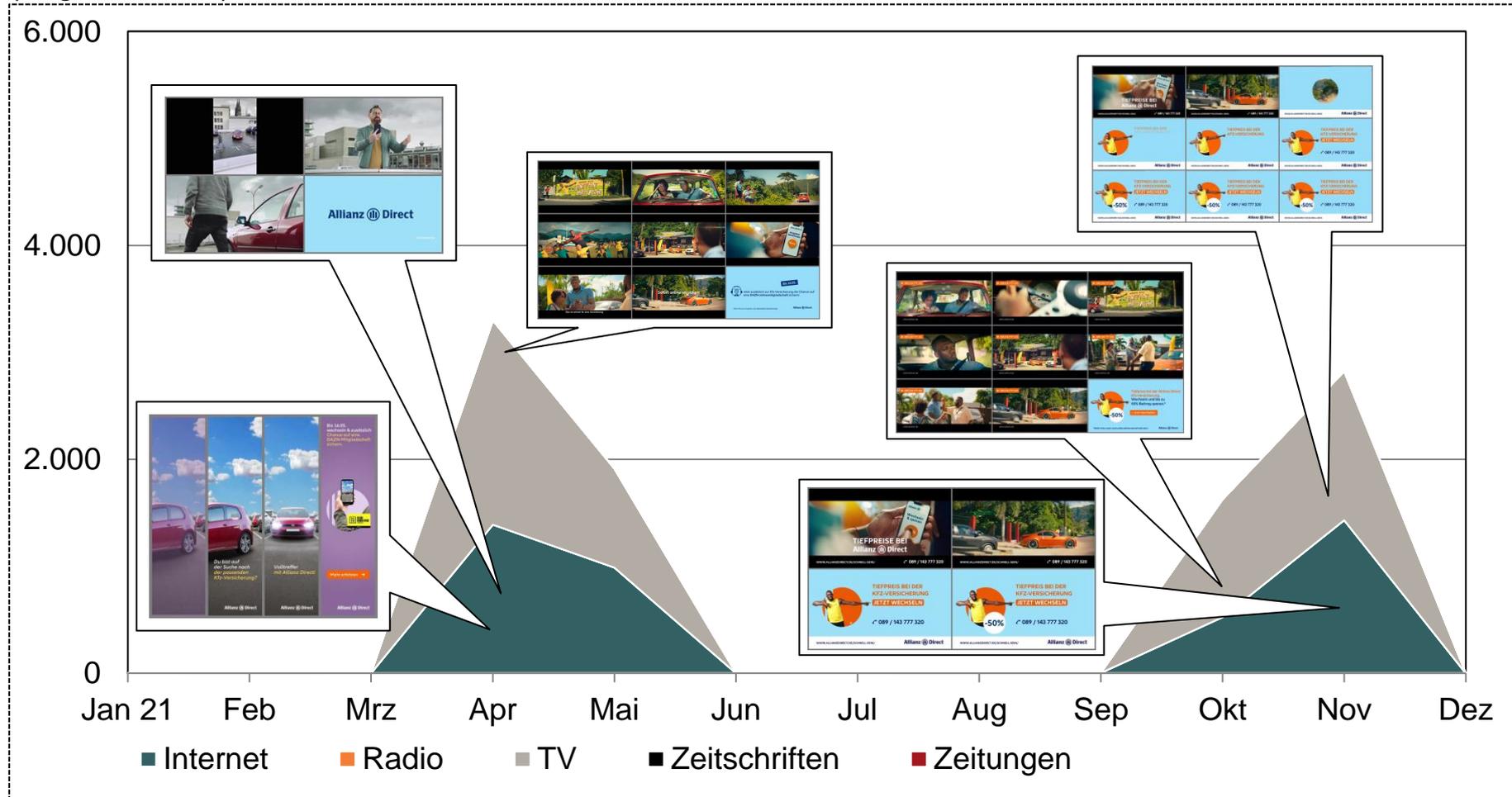
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

### Allianz | Zeitliche Werbedruckverteilung in den letzten 12 Monaten nach Mediengattungen (Angaben in T€)



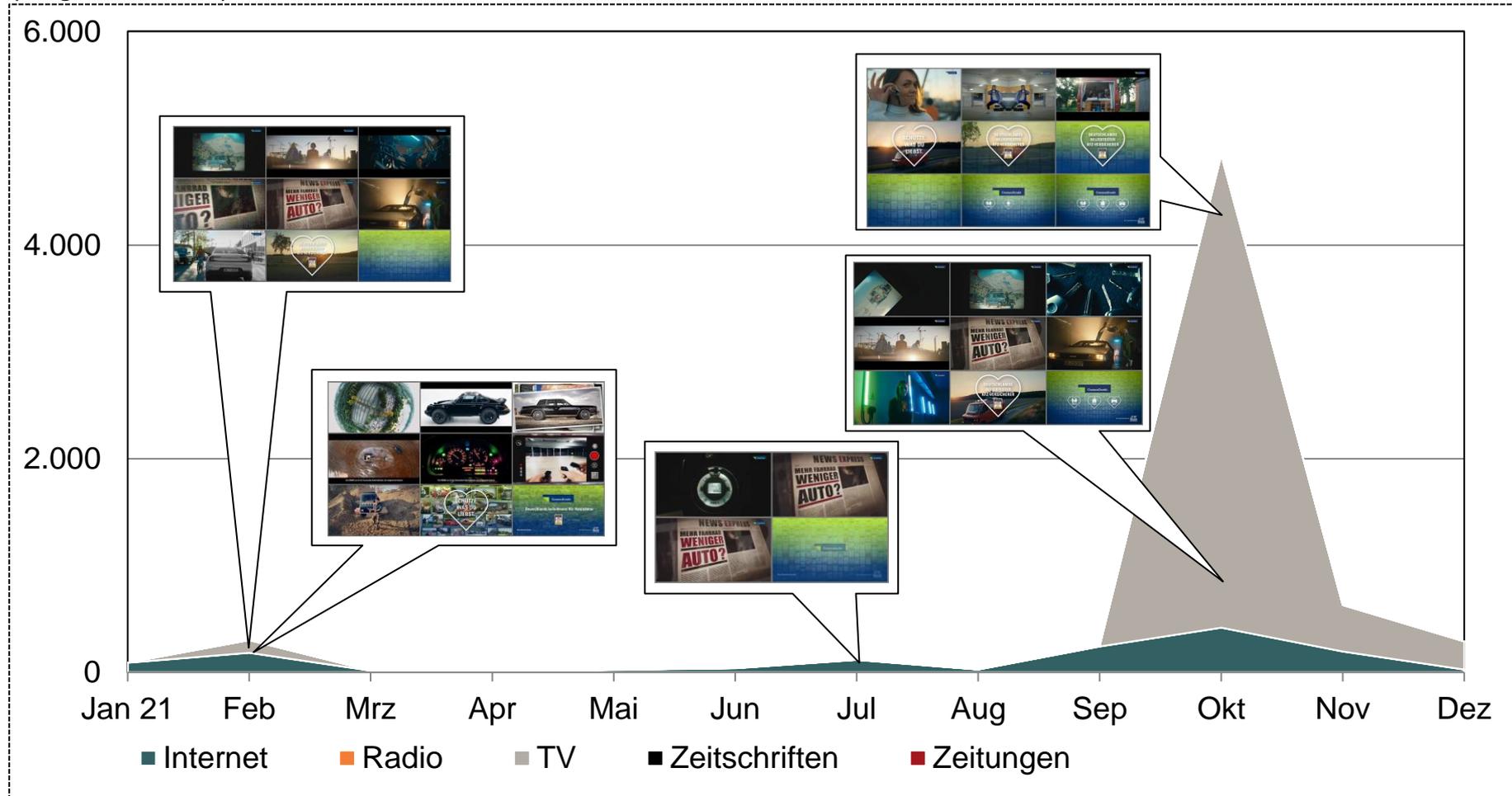
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

### Allianz Direct | Zeitliche Werbedruckverteilung in den letzten 12 Monaten nach Mediengattungen (Angaben in T€)



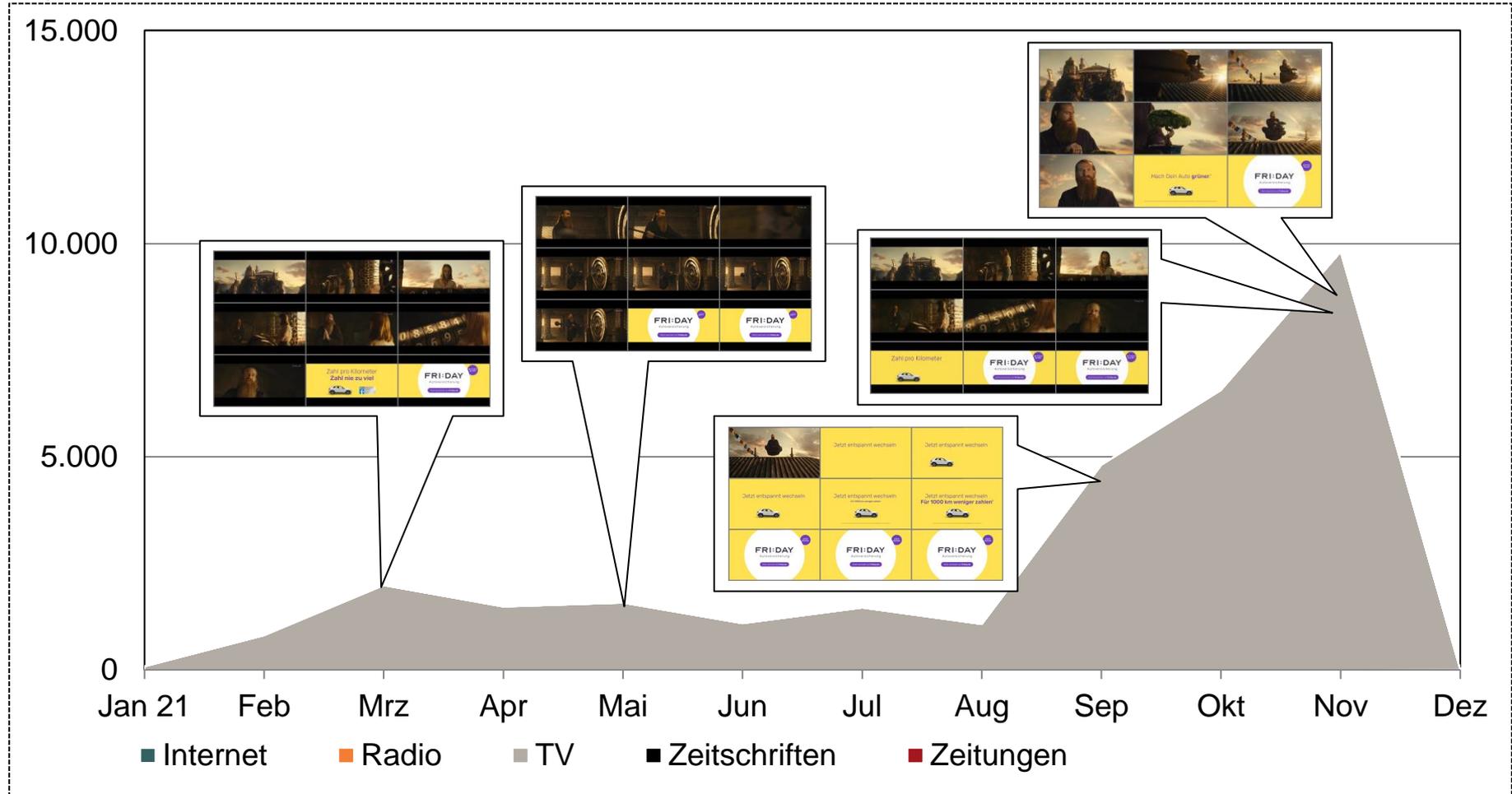
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

## CosmosDirekt | Zeitliche Werbedruckverteilung in den letzten 12 Monaten nach Mediengattungen (Angaben in T€)



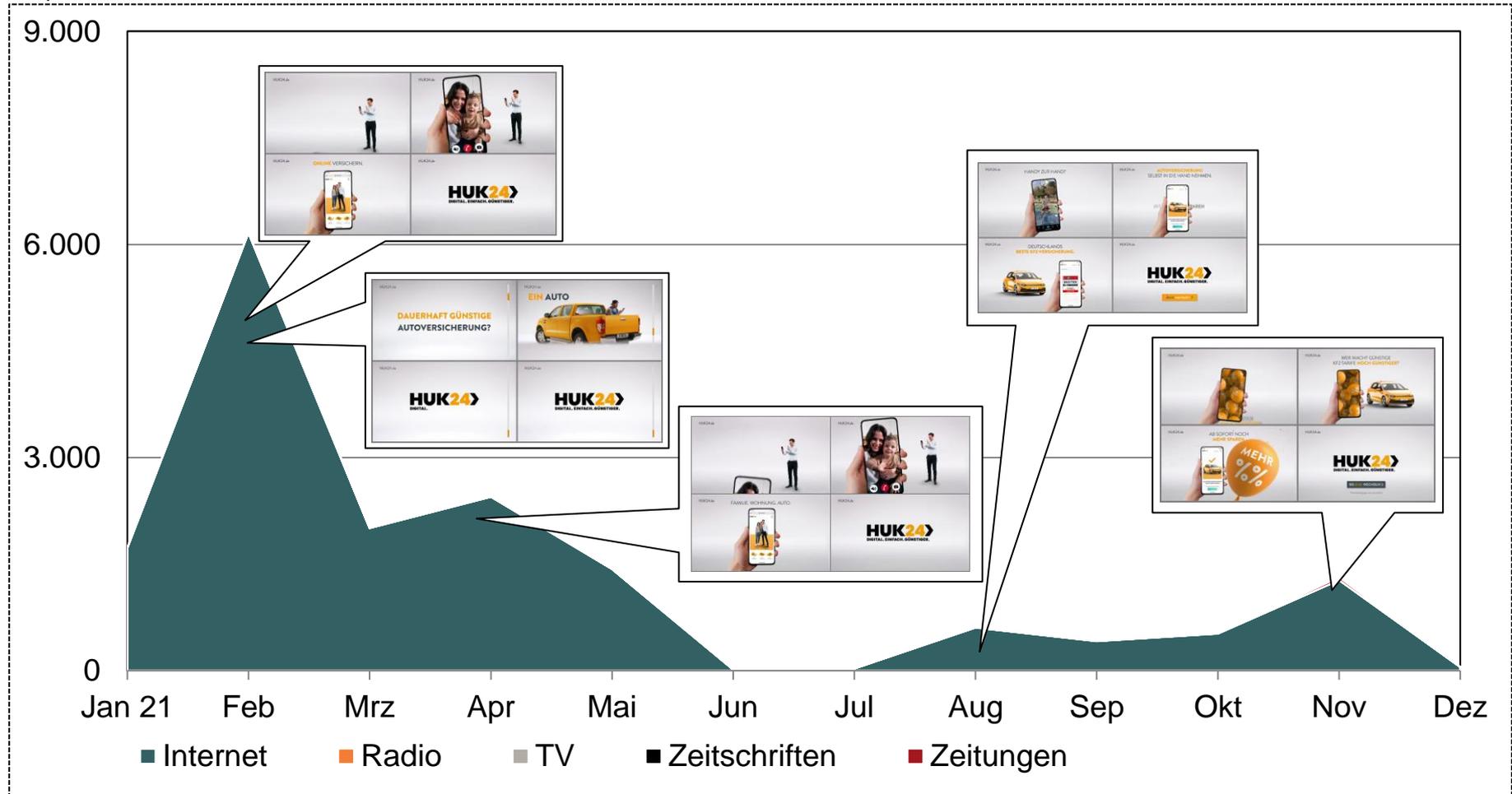
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

### Fri:day | Zeitliche Werbedruckverteilung in den letzten 12 Monaten nach Mediengattungen (Angaben in T€)



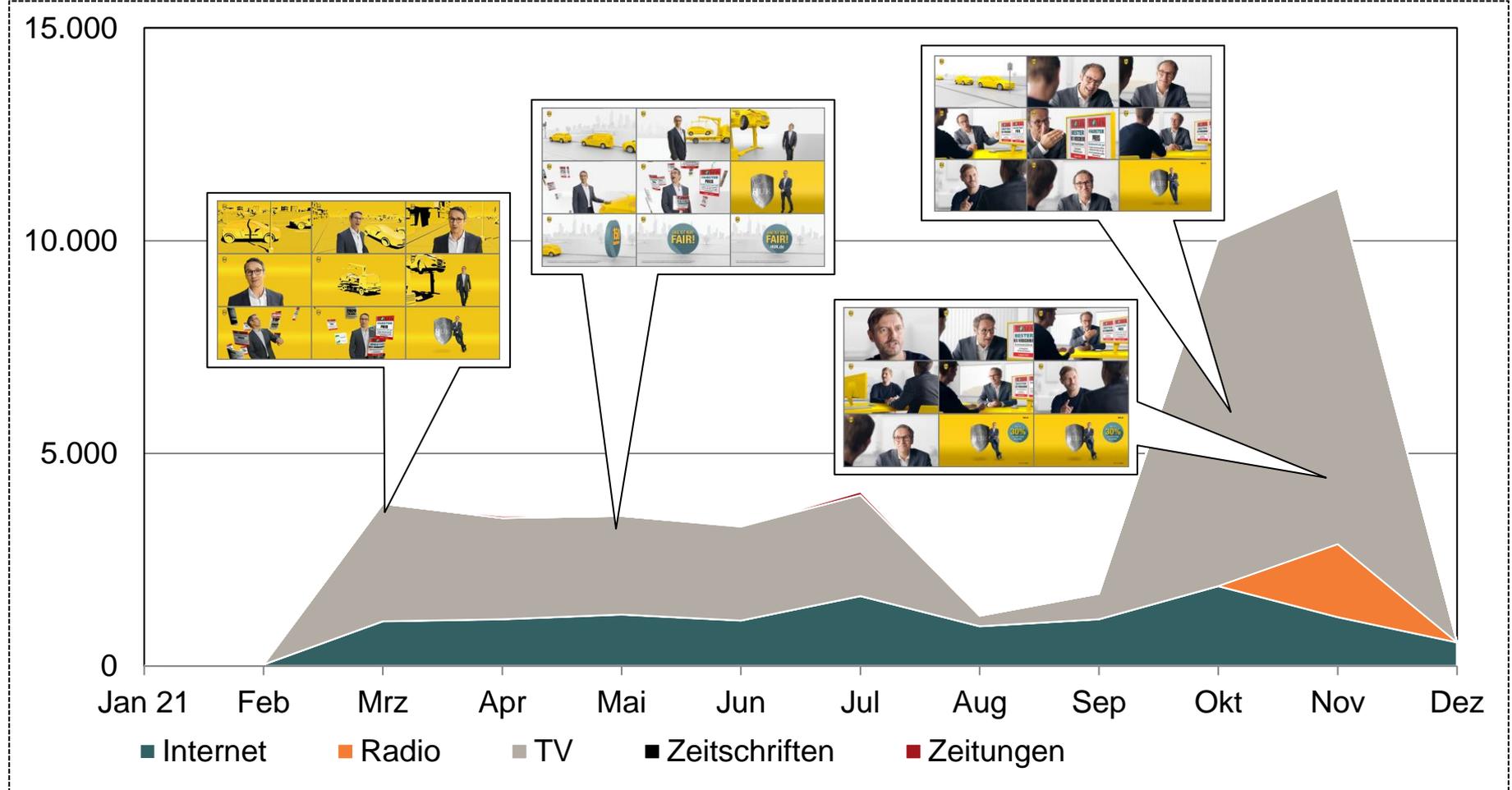
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

### HUK24 | Zeitliche Werbedruckverteilung in den letzten 12 Monaten nach Mediengattungen (Angaben in T€)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

## HUK-Coburg | Zeitliche Werbedruckverteilung in den letzten 12 Monaten nach Mediengattungen (Angaben in T€)

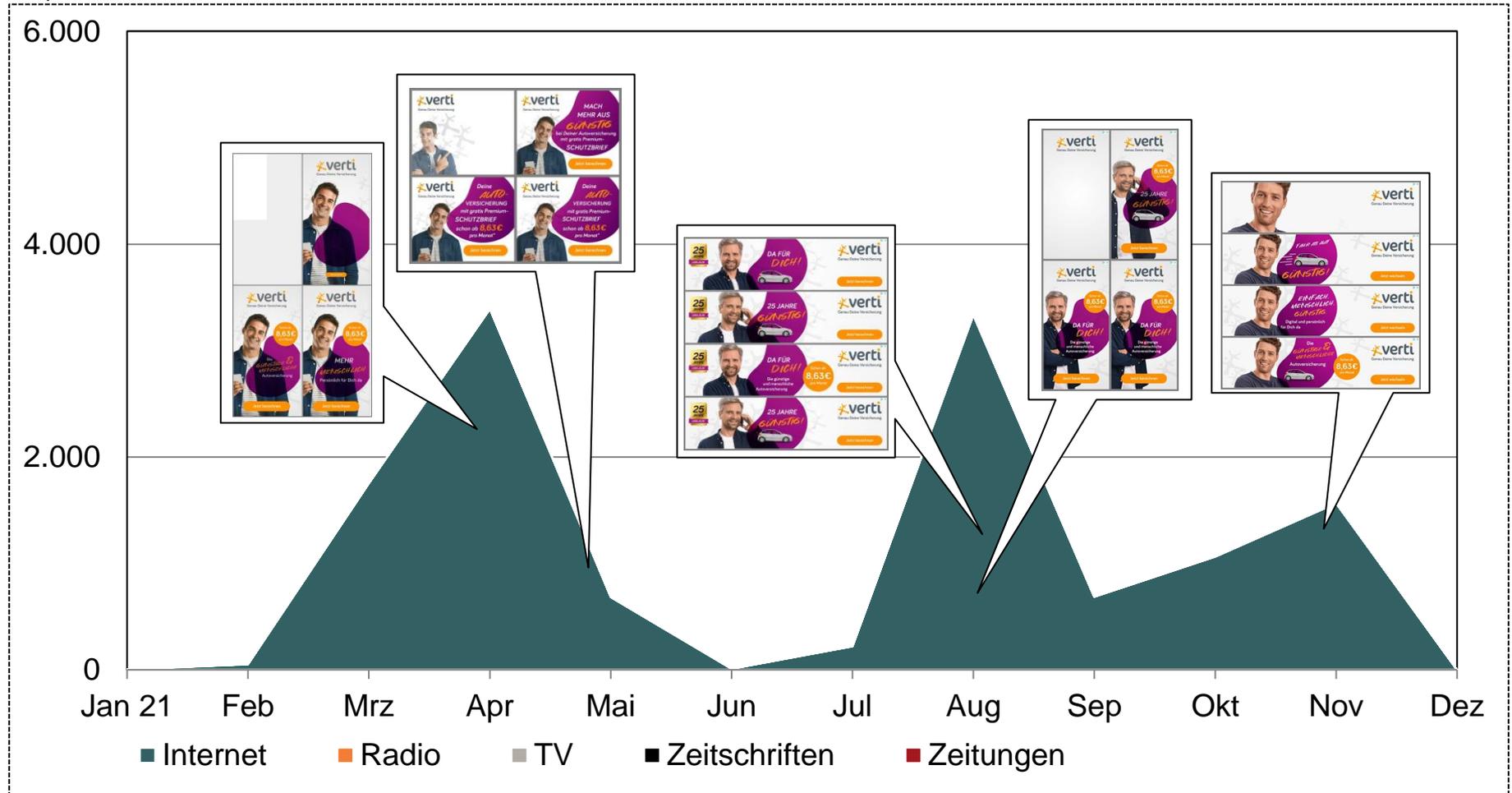


Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

# Strategien

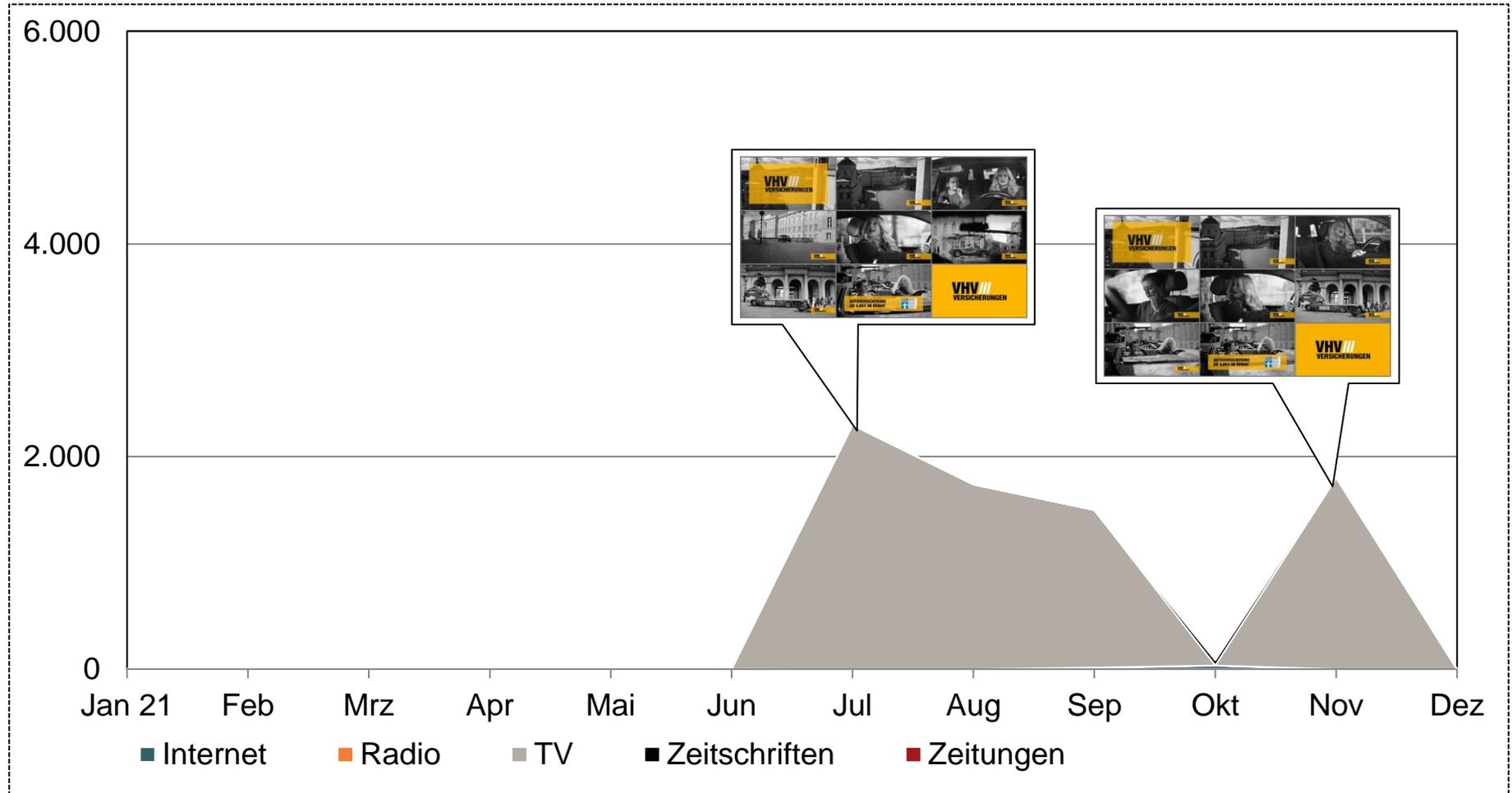
Verti

**Verti | Zeitliche Werbedruckverteilung in den letzten 12 Monaten nach Mediengattungen (Angaben in T€)**



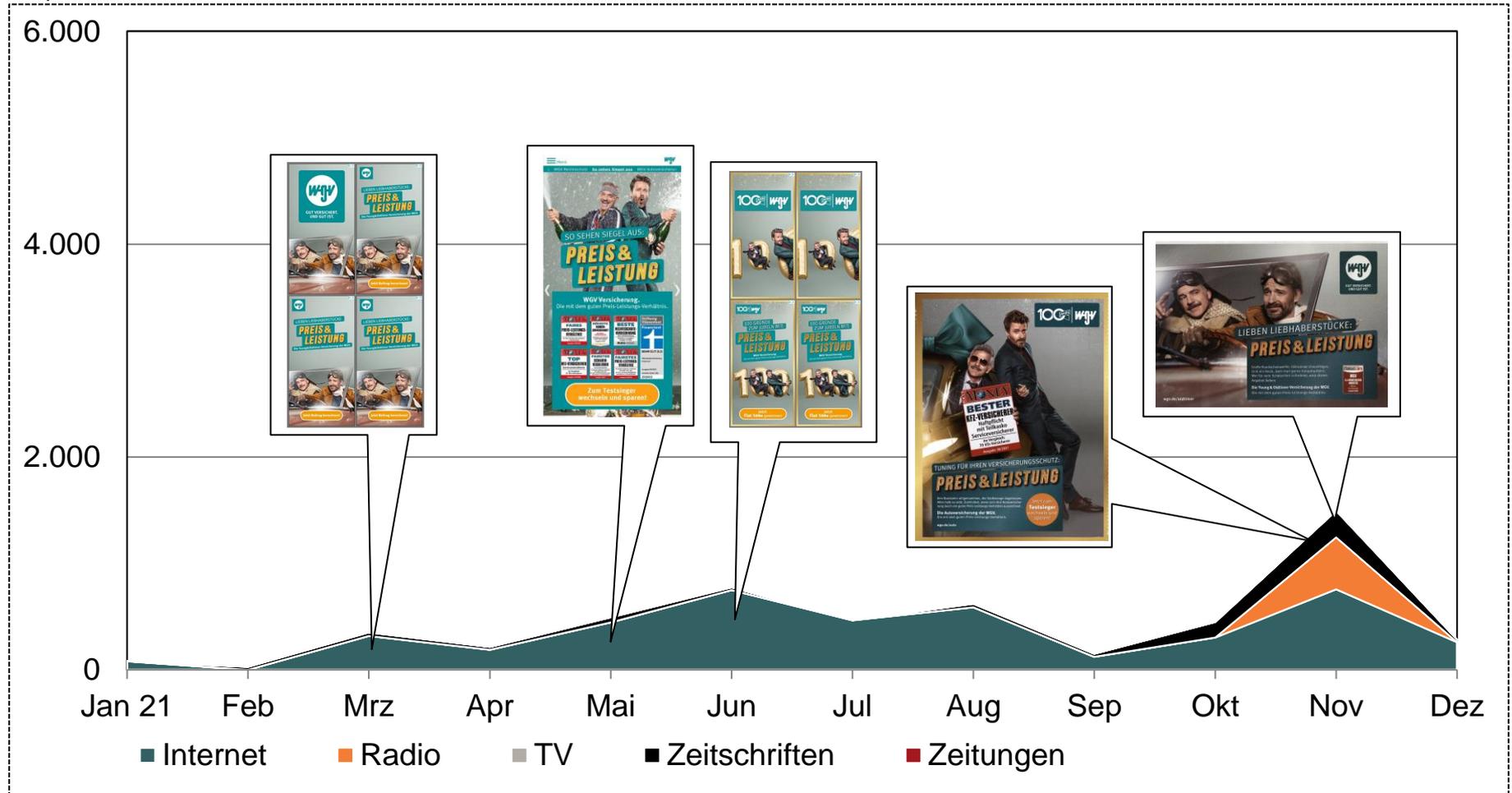
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

## VHV | Zeitliche Werbedruckverteilung in den letzten 12 Monaten nach Mediengattungen (Angaben in T€)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

### WGV | Zeitliche Werbedruckverteilung in den letzten 12 Monaten nach Mediengattungen (Angaben in T€)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

### Share of Advertising im Jahresverlauf (Angaben als Spalten-%)

Marken	Jan. 2021	Feb. 2021	Mrz. 2021	Apr. 2021	Mai 2021	Jun. 2021	Jul. 2021	Aug. 2021	Sep. 2021	Okt. 2021	Nov. 2021	Dez. 2021
ADAC	0,0	1,1	0,2	0,2	0,8	0,0	4,0	4,0	0,5	6,9	10,3	0,2
Allianz	0,0	0,0	0,0	0,9	0,0	0,0	1,3	0,8	11,7	26,0	14,2	0,2
Allianz Direct	0,0	0,1	0,0	22,2	18,9	0,0	0,0	0,1	0,0	3,4	5,1	0,0
CosmosDirekt	2,9	3,4	0,2	0,0	0,2	0,7	1,2	0,3	1,9	10,1	1,1	20,6
Fri:day	2,5	9,1	19,3	10,0	15,5	19,7	15,0	10,8	36,9	13,7	17,7	0,9
HUK24	53,8	68,9	19,5	16,4	14,1	0,2	0,3	6,1	3,2	1,1	2,4	3,6
HUK-Coburg	0,0	0,4	37,2	23,7	34,8	59,2	42,2	11,9	13,1	21,0	20,3	40,5
Verti	0,2	0,6	17,1	22,8	6,7	0,2	2,3	33,5	5,3	2,2	2,8	0,0
VHV	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	23,6	17,4	11,5	0,2	3,3	0,0
WGV	2,6	0,3	3,4	1,4	4,9	13,9	4,8	6,2	1,2	0,9	2,7	20,2

# Kommunikationspositionierung

- Management Summary
- Trends
- Benchmarks
- Strategien
- Kommunikationspositionierung
- Kontakt



**research tools**

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

Werbemarktanalyse  
Kfz-Versicherung 2022

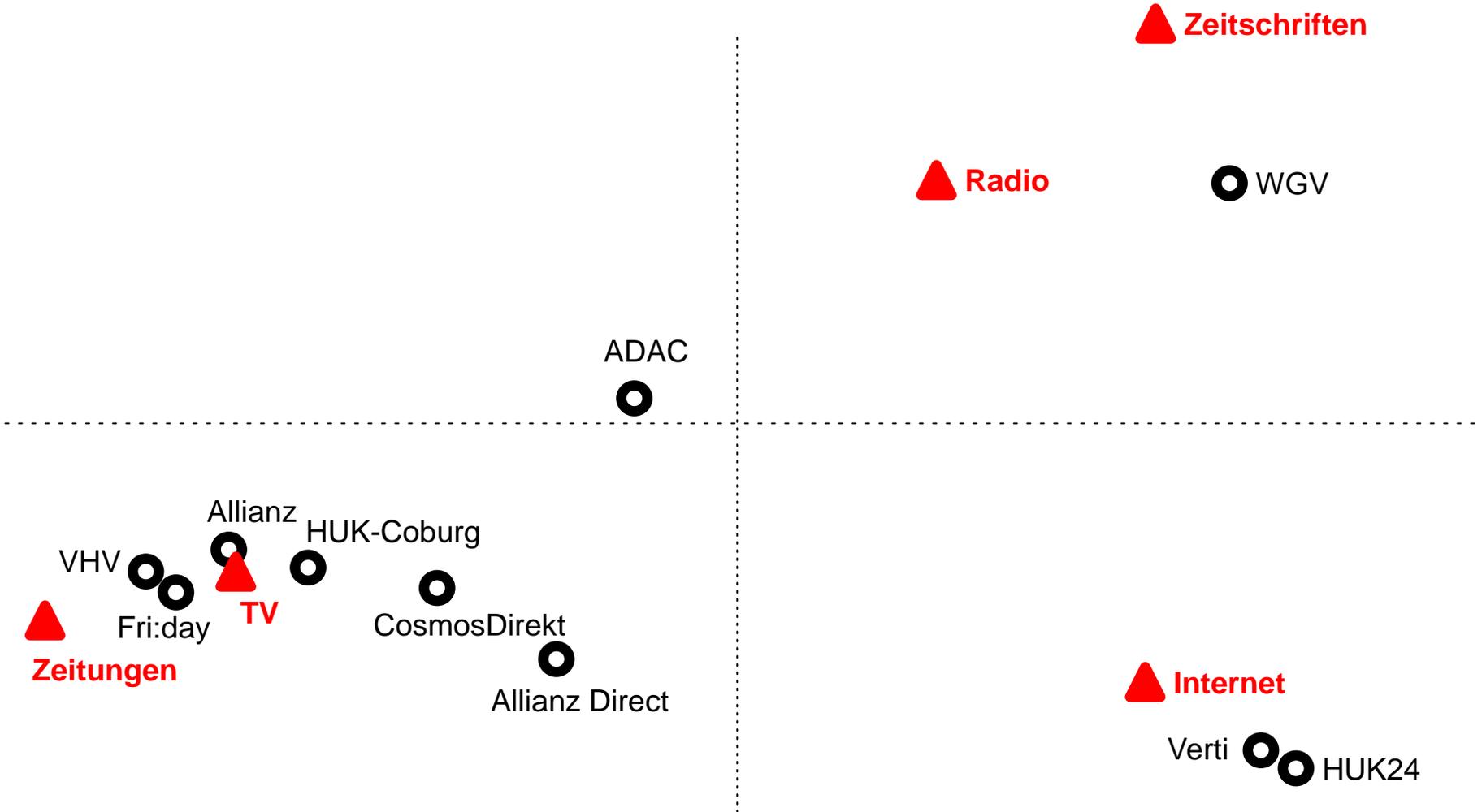
# Kommunikationspositionierung

Die Kommunikationspositionierung basiert auf der statistischen Methode der Korrespondenzanalyse. In der hier vorliegenden Korrespondenzanalyse werden die Beziehungen von Marken und Mediengattungen sowie Jahreszeiten visualisiert. Die Schwerpunkte der Mediennutzung und der Jahreszeiten im 5-Jahres-Durchschnitt sind damit optisch direkt erfassbar.

Die Positionierung einer Marke nahe an einer Mediengattung oder einer Jahreszeit weist auf einen relativen Fokus der Marke hin, bedeutet aber nicht notwendigerweise absolut höhere Anteile in Relation zu anderen Marken. Anbieter, die eine abseitige Position einnehmen, unterscheiden sich stark vom durchschnittlichen Kommunikations-Profil der betrachteten zehn Anbieter, wohingegen sich Anbieter mit mittiger Position nicht klar profilieren können.

# Kommunikationspositionierung

Kommunikationspositionierung der Top 10-Marken auf Basis Mediensplit im 5-Jahres-Durchschnitt



# Kommunikationspositionierung

Kommunikationspositionierung der Top 10-Marken auf Basis Jahreszeiten im 5-Jahres-Durchschnitt

 Sommer

 VHV

Frühling 

 WGV

 Verti

 HUK-Coburg

Allianz Direct

Fri:day



 Herbst

HUK24


Winter

ADAC



 Allianz

CosmosDirekt





**research tools**

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

Werbemarktanalyse  
Kfz-Versicherung 2022

# Kontakt

- Management Summary
- Forschungsdesign
- Trends
- Benchmarks
- Strategien
- Kommunikationspositionierung
- Kontakt

## Ihr Ansprechpartner für diese Studie:

**Uwe Matzner**



Geschäftsführer  
Diplom-Kaufmann, Marktforscher BVM  
Tel. +49 711 55090381, Fax +49 711 55090384,  
E-Mail: [uwe.matzner@research-tools.net](mailto:uwe.matzner@research-tools.net)

**research tools**  
Kesselwasen 10  
73728 Esslingen am Neckar  
[www.research-tools.net](http://www.research-tools.net)

research tools: Marketingmaßnahmen erfassen – verstehen – bewerten.

## Weitere Ansprechpartner:

- AdVision digital GmbH, Hamburg  
Carsten Koster, Tel. +49 40-244248 - 10, E-Mail: [Carsten.Koster@advision-digital.de](mailto:Carsten.Koster@advision-digital.de)