

Werbemarktanalyse Tierversicherung 2021

Werbeausgaben für 30 Marken über 5 Jahre

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

Dezember 2021

powered by:



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Werbemarktanalyse
Tierversicherung 2021

Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	4
➤ Forschungsdesign	9
➤ Trends	13
▪ Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt	14
Entwicklung der Werbeausgaben der Werbungtreibenden, Entwicklung der Anzahl beworbener Marken und der monatlichen Werbespendings, Werbeausgabenentwicklung nach Medien	
▪ Ausgewählte Motive und Nutzenargumente	19
Typische Motive, verwendete Nutzenargumente differenziert nach verschiedenen Medien	
➤ Benchmarks	23
▪ Werbeausgaben-Rankings	24
Share of Advertising der Top 10-Marken, Ranking der Top 30-Marken nach Werbevolumen, Ranking der Top 10/Low 10 Marken nach absoluter Werbedynamik	
▪ Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10-Marken im 5-Jahres-Vergleich	32
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

▪	Mediensplit der Top 10-Marken	39
	Verteilung der Werbemotive und Werbeausgaben der Top 10-Marken auf die Mediengattungen in den letzten zwölf Monaten	
➤	Strategien	41
	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	53
	Kommunikationspositionierung der 10 Top-Marken auf Basis Mediensplit und Jahreszeiten im 5-Jahres-Durchschnitt	
➤	Kontakt	57



Management Summary

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



Trends

Für die mediale Kommunikation haben die Werbungtreibenden im Betrachtungszeitraum von November bis einschließlich Oktober 2021 insgesamt 53 Millionen Euro für Werbeschaltungen in Deutschland ausgegeben.

Es sind starke saisonbedingte Schwankungen der Werbespendings zu beobachten. Diese werden in der Regel von einem Tiefpunkt von Januar, April und Dezember gekennzeichnet. Überdurchschnittliche Ausgaben sind im 5-Jahres-Mittel für die Monate Mai, Juni und Oktober gegeben. Die geringsten Werbeausgaben sind im 5-Jahres-Zeitraum im April 2017 mit 15.036 € und die höchsten im Mai 2021 mit Millionen € festzustellen.

Die Zahl werbender Unternehmen im Markt Tierversicherung, d. h. Marken die mindestens einmal im Monat Werbung in den letzten fünf Jahren geschaltet haben, oszillierte in den letzten fünf Jahren zwischen vier und 15 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 63%. Auf Internet entfallen 35%. Die Anteile für Zeitschriften liegen bei 2%.

Bei den **Werbemotiven** sind im Markenvergleich ähnliche Nutzenargumente und Bildmotivtypen zu finden. Bei den meisten Motiven stehen Tiere, freudige Tierhalter und das Produkt selbst im Mittelpunkt.



Benchmarks

Für die Werbeausgaben für Tierversicherung im Zeitraum November 2020 bis Oktober 2021 ist eine im Branchenvergleich starke **Konzentration** der Werbeausgaben festzustellen: 94,5% der gesamten Werbeausgaben entfallen auf die drei werbestärksten Marken.

PetProtect tätigt im Untersuchungszeitraum November 2020-Oktober 2021 mit 33,5 Mio. € (dabei sind kalkulatorische Kosten von 33,3 Mio. € enthalten: Internet 1,4 Mio., TV 31,9 Mio.) und Uelzener Versicherungen mit 9,0 Mio. € die höchsten **Werbeausgaben** der Branche. Das sind 80,6% des Gesamtbranchenvolumens. Den dritten Rang belegt DFV Deutsche Familienversicherung mit 7,3 Mio. €.

Der Werbemarkt Tierversicherung weist eine beträchtliche **Werbedynamik** auf. PetProtect ist in den letzten drei Jahren in der Spitzenposition. R+V Versicherung und Uelzener Versicherungen sind in allen fünf Jahreszeiträumen 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. R+V Versicherung und Uelzener Versicherungen haben in allen Monaten geworben. Alle übrigen Top 10-Marken haben in verschiedenen Monaten wiederholt auf Werbung verzichtet.

Im Mediensplit der Top 10-Marken zeigt sich, dass AGILA Haustierversicherung sich im letzten 12-Monats-Zeitraum auf Zeitschriften beschränkt. TV und Zeitschriften nutzt Adam Riese. Bei Barmenia, DFV Deutsche

Management Summary

Familienversicherung, HanseMercur, R+V Versicherung und SantéVet kommt Internet und Zeitschriften zum Einsatz. TV und Zeitschriften werden von Adam Riese und Internet und TV von PetProtect eingesetzt. Uelzener Versicherungen setzt Internet, Zeitschriften und Zeitungen ein. Einen Mix aus vier Mediengattungen setzt Allianz, wobei das Radio nicht zum Einsatz kommt.

Strategien

Werbepeaks der verschiedenen Top-Marken finden in unterschiedlichen Monaten statt. TV erzielt die meisten Spendings. Allianz, DFV Deutsche Familienversicherung, PetProtect, R+V Versicherung und Uelzener Versicherungen werben als einzige der Top 10-Marken in den letzten zwölf Monaten durchgängig ohne Werbeunterbrechungen. Den höchsten Share of Advertising im Jahresverlauf zeigt PetProtect mit 85% im November 2020. Uelzener Versicherungen hält im Mai 2021 einen Anteil von 73%.

Kommunikationspositionierung

Eine statistische Korrespondenzanalyse auf Basis Mediensplit zeigt eine abseitige Position für TV-Werber. Dieses Medium wird von wenigen Top 10-Werbern als Hauptmedium verwendet. Die Korrespondenzanalyse auf Basis Jahreszeiten im 5-Jahres-Durchschnitt zeigt, dass die Marken unterschiedliche Schwerpunkte setzen. Zwei Marken setzen ihren Werbeschwerpunkt im Winter und heben sich damit deutlich von den anderen Top-Marken ab.

Management Summary

Key Facts der Analysebereiche:

Werbenvolumen Tierversicherungen

2020/2021

53 Mio. €

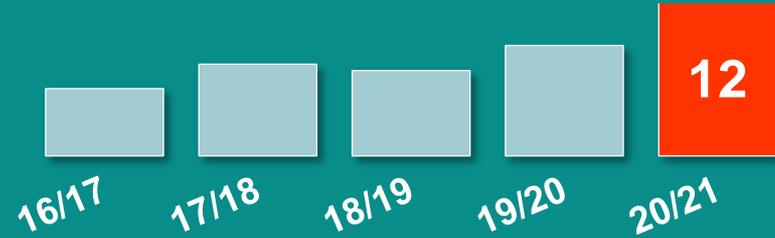


Mediensplit



Zeitungs-Werber Nr. 1:
Berlin Direkt Versicherung

Werbungtreibende pro Monat im Ø



Werbekonzentration



**DFV Dt. Famver.
PetProtect
Uelzener Versicher.**



Forschungsdesign

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



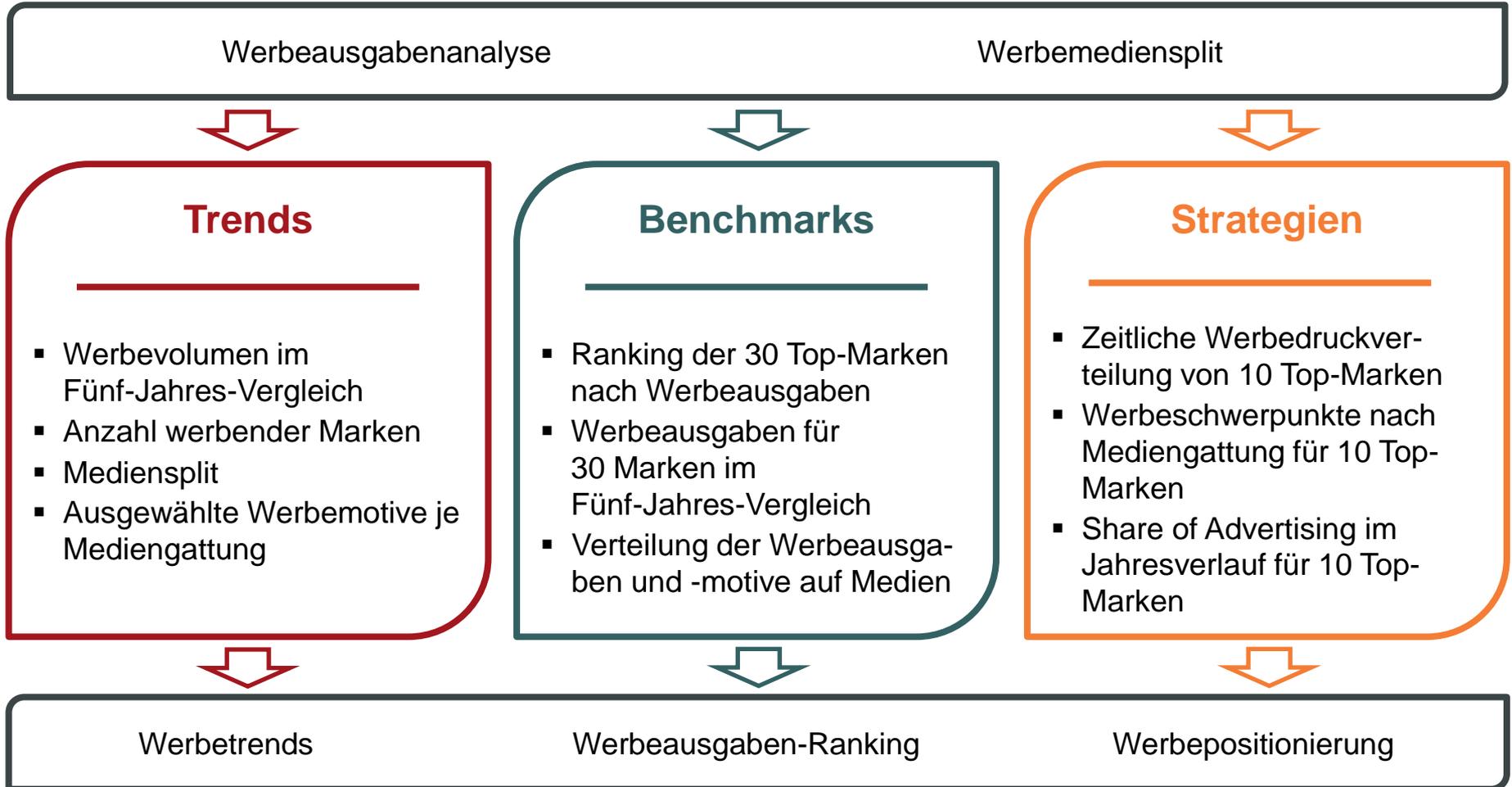
research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Werbemarktanalyse
Tierversicherung 2021

Forschungsdesign

Konzeption:



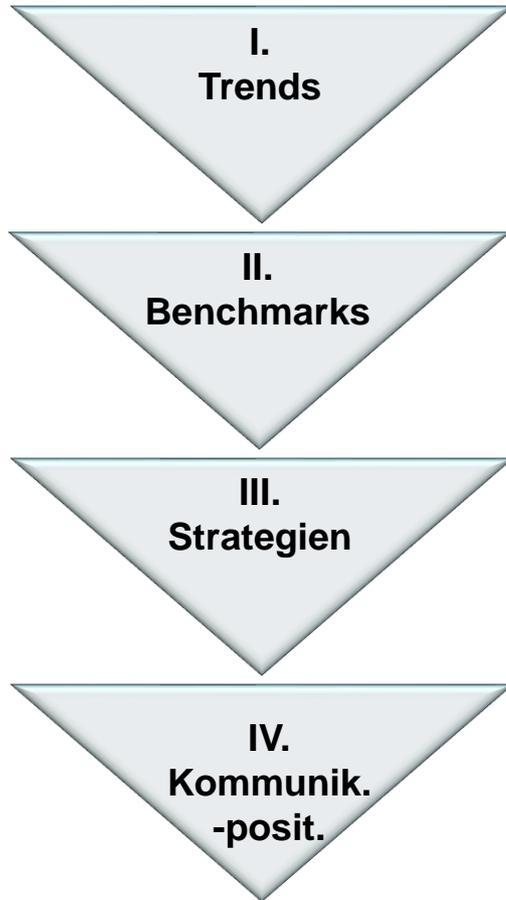
Die Studie hat zum Ziel, Trends im Gesamtmarkt und die Werbeausgaben der wichtigsten Marken aufzuzeigen.

Die Ergebnisse der vorliegenden Studie basieren auf Daten von **AdVision digital** und umfassen den Betrachtungszeitraum November 2020 bis Oktober 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 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

Trends

- Management Summary
- Forschungsdesign
- Trends
 - Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt
 - Ausgewählte Motive und Nutzenargumente
- Benchmarks
- Strategien
- Kommunikationspositionierung
- Kontakt



research tools

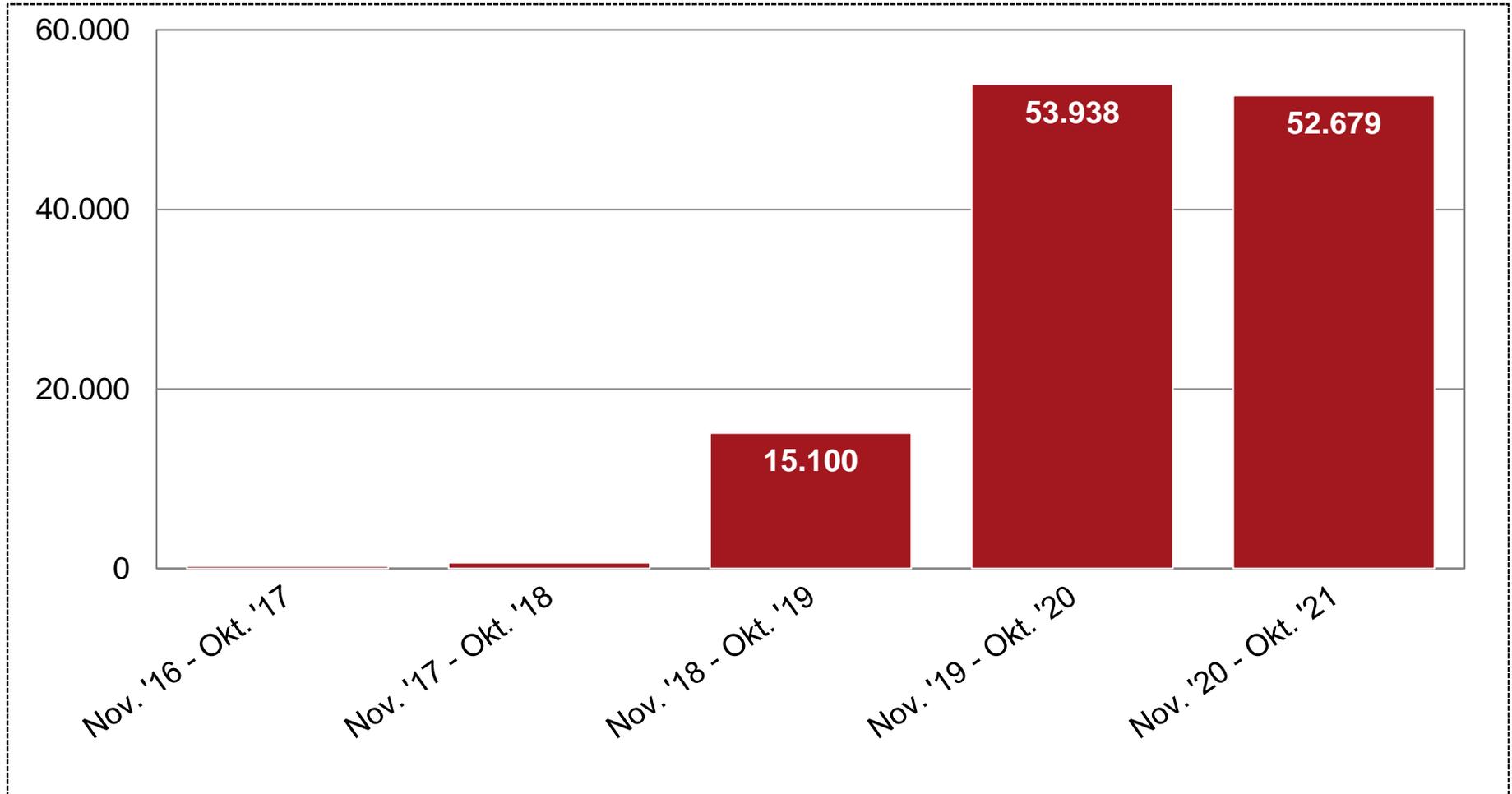
Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Werbemarktanalyse
Tierversicherung 2021

Trends

Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt

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

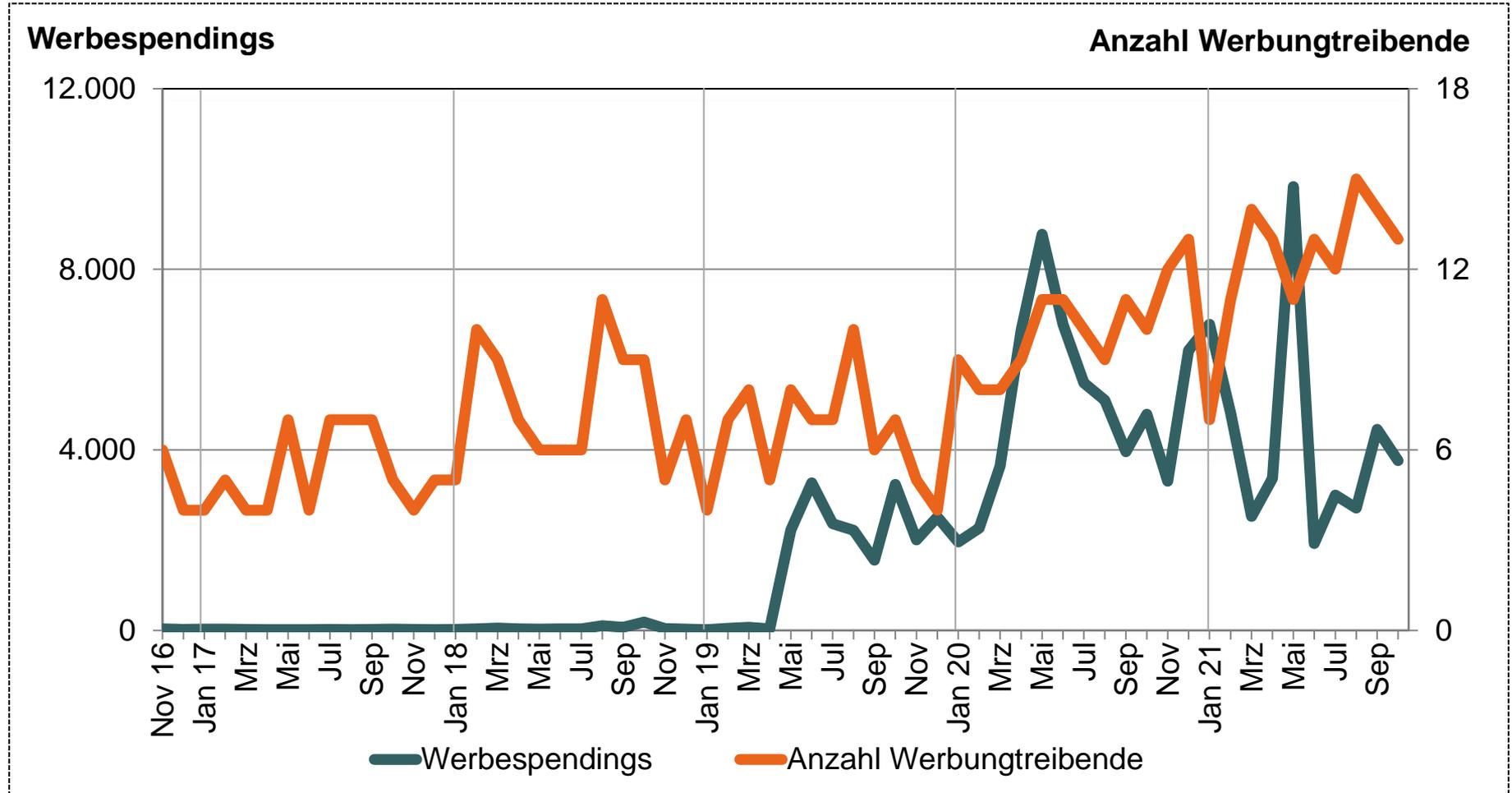


Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

Trends

Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt

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

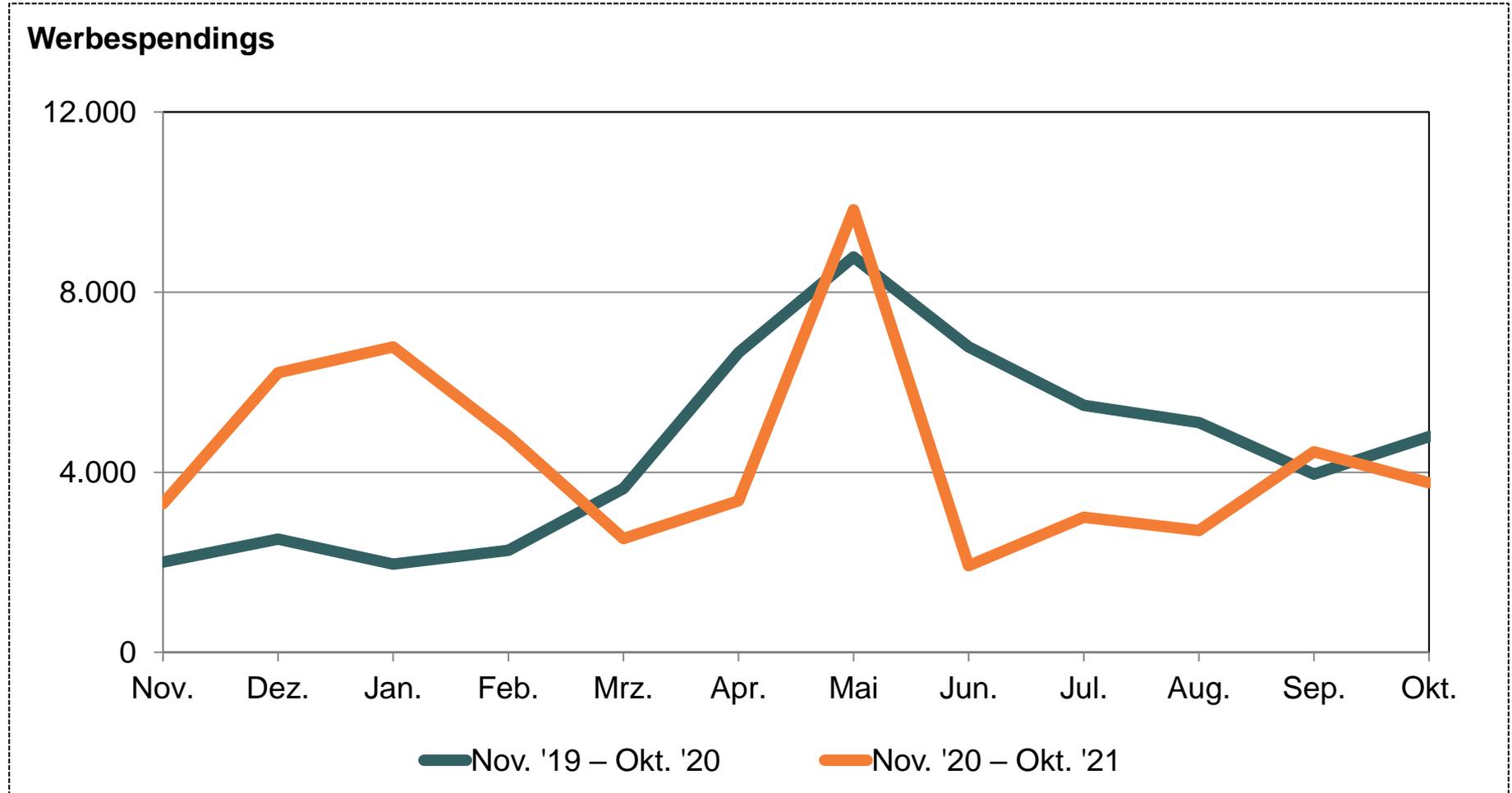


Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

Trends

Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt

Entwicklung der Werbespendings produktmarktübergreifend (Angaben in T€) in den Jahren 19/20 und 20/21

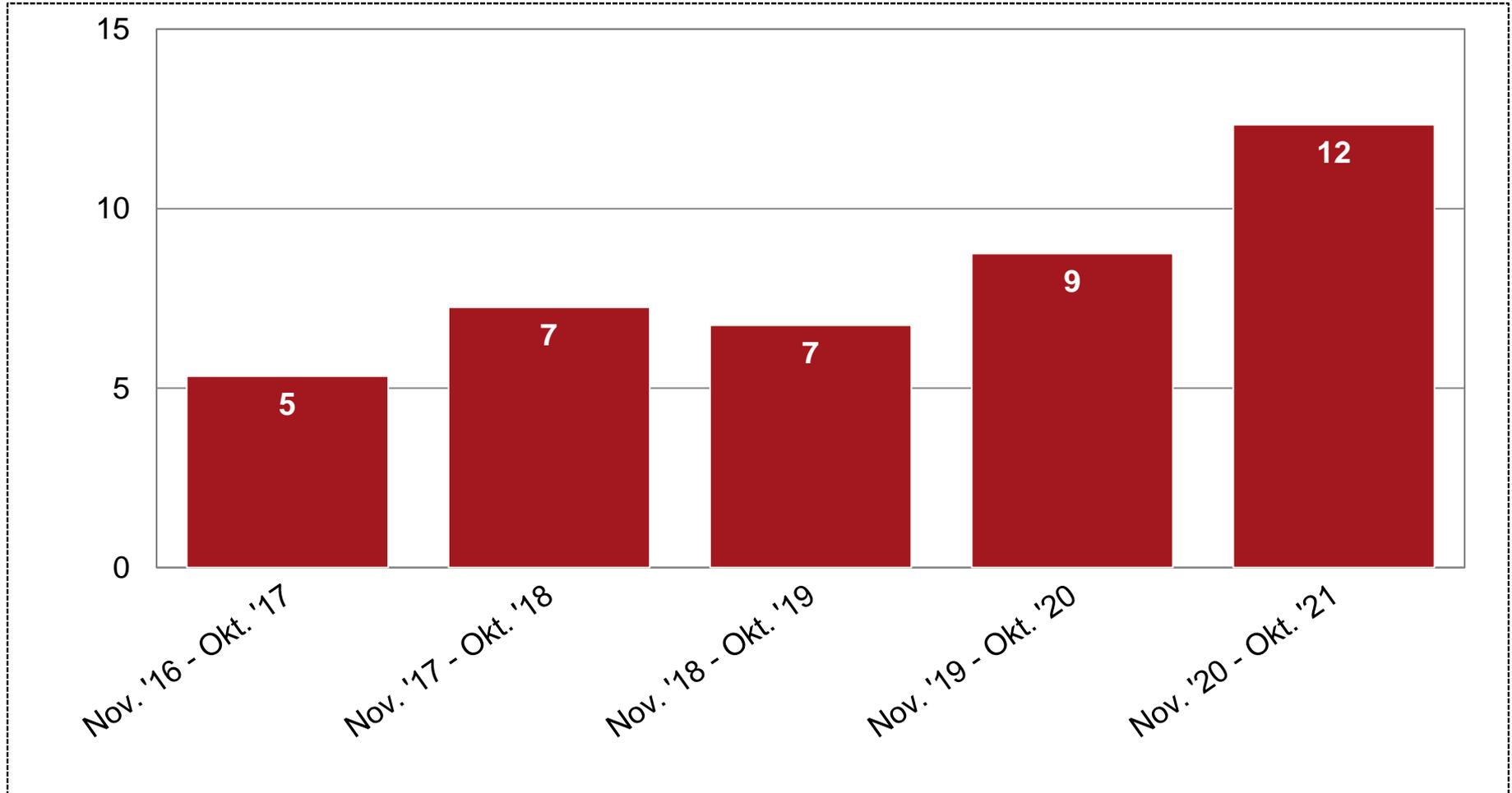


Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

Trends

Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt

Anzahl Werbungtreibende pro Monat (Angaben als Jahresmittel)

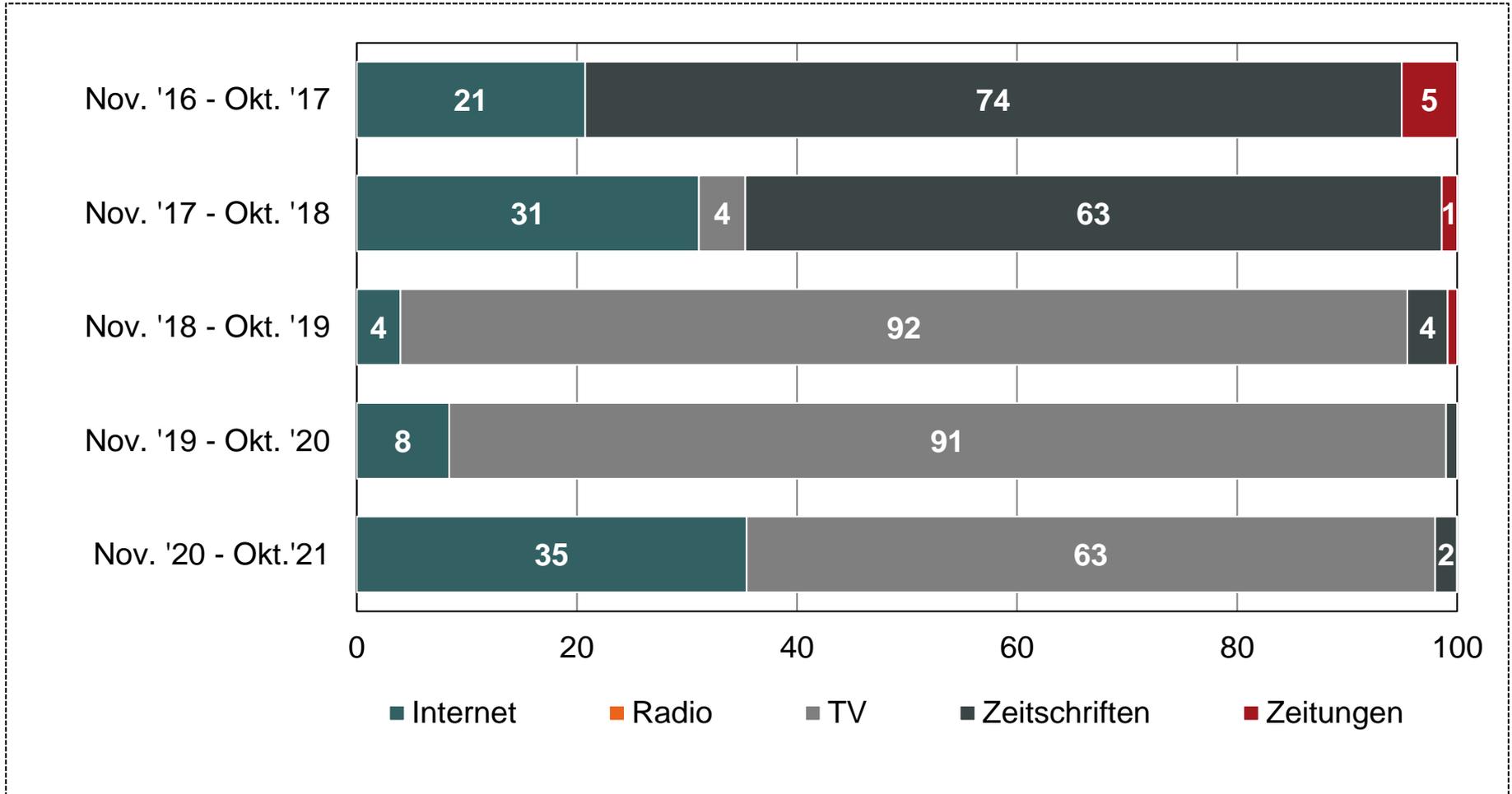


Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

Trends

Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt

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



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

Typische Internet Motivbeispiele und Nutzenargumente 2020/2021

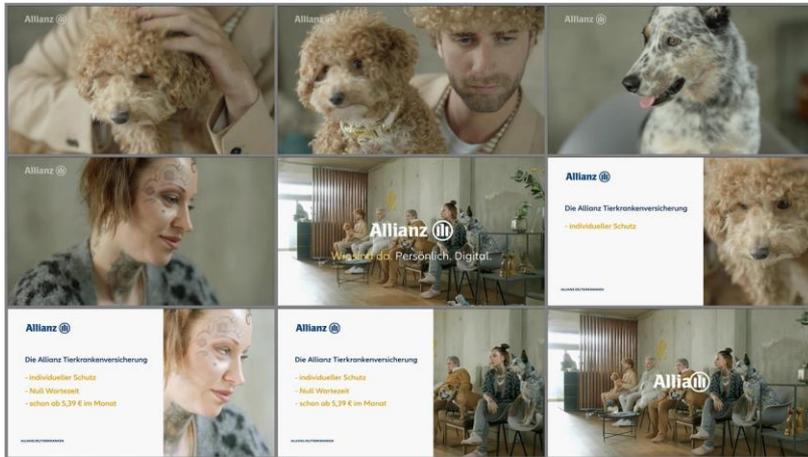
- umfassender Schutz für Ihr Tier
- 100% Erstattung
- null Wartezeit

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

Trends

Ausgewählte Motive und Nutzenargumente

Typische TV Motivbeispiele und Nutzenargumente 2020/2021



- ab ... € im Monat
- null Wartezeit
- Bis zu 100% Tierarztkosten
- täglich kündbar



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

Trends

Ausgewählte Motive und Nutzenargumente

Typische Zeitschriften Motivbeispiele und Nutzenargumente 2020/2021

FÜR NINA ZÄHLT,
dass ihre Versicherung nicht Leine zieht, wenn ihr Hund es tut.

Besuchen Sie uns auf der DKM 2021.

Adam Riese
Versichern, was zählt.

adam-riese.de/vertriebspartner

AGILA
Tierschutzversicherung

FÜR GEMEINSAME ABENTEUER

Tierkrankenschutz, OP-Kostenschutz und Haftpflichtschutz

AGILA
Tierschutzversicherung

Barmonia
Tierschutzversicherung

EINFACH TIERISCH: WIR VERSICHERN IHREN VIERBEINER VON KLEIN BIS GROSS.

MachenWirGern

Die Beste Bratensammelfahrung der Welt. Aber auch noch viel mehr. Denn wir sind die weltweit größte Pet-Insurance-Gruppe mit 100.000.000 Mitgliedern.

Barmonia
Tierschutzversicherung
www.barmonia.de
0203 400 000

- beliebteste Versicherung
- versichern von klein bis groß
- sicher geschützt

Bester Freund
sicher geschützt

HanseMerkur
Hande-OP Versicherung

Hande in Hand of HanseMerkur

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

Typische Zeitungen Motivbeispiele und Nutzenargumente 2020/2021



Barmenia

**EINFACH TIERISCH:
WIR BRINGEN
KLEINE UND
GROSSE HUFE
WIEDER AUF TRAB.**

#MachenWirGern

Die Pferde-OP-Versicherung der Barmenia. Weil jedes Pferd andere Bedürfnisse hat, versichern wir alle individuell: von Kolik-Schutz bis Premium-Schutz mit oder ohne Selbstbeteiligung. Was wir sonst noch gern für Sie machen, erfahren Sie auf agentur.barmenia.de/hans_wolff_von_schutter

Barmenia Krankenversicherung AG
Hans Wolff von Schutter
Hauptstr. 5
85586 Poing
Telefon: 08121 - 760 55 66



**DIE NEUE HUNDE-
KRANKENVERSICHERUNG**

Ohne Altersbeschränkung und möglich sowohl mit Vorsorgemaßnahmen als auch mit unbegrenzter Höchstentschädigung bei 0€ Selbstbeteiligung und Behandlungen von rassespezifischen und besonderen Erkrankungen und Fehlstellungen.

Besuchen Sie unsere Homepage 

Ihr Hunde-Versicherer Stephan Herrmann
Allianz Hauptvertreter
Obere Hauptstr. 9
68766 Hockenheim
Service-StephanHerrmann@Allianz.de
www.Allianz-StephanHerrmann.de
Telefon 0 62 05.2 32 94 60
WhatsApp 01 51.58 77 59 00

Allianz 



Themenmonat
Tiergesundheit

präsentiert von 



**FÜR DEINEN
STUBENTIGER**

DIE KATZENVERSICHERUNG VON BERLIN DIREKT!

 **Berlin Direkt**
III
VERSICHERUNG
www.berlin-direkt-versicherung.de



- für deinen Stubentiger
- einfach tierisch
- Premiumschutz mit oder ohne Selbstbeteiligung
- ohne Altersbeschränkung

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Werbemarktanalyse
Tierversicherung 2021

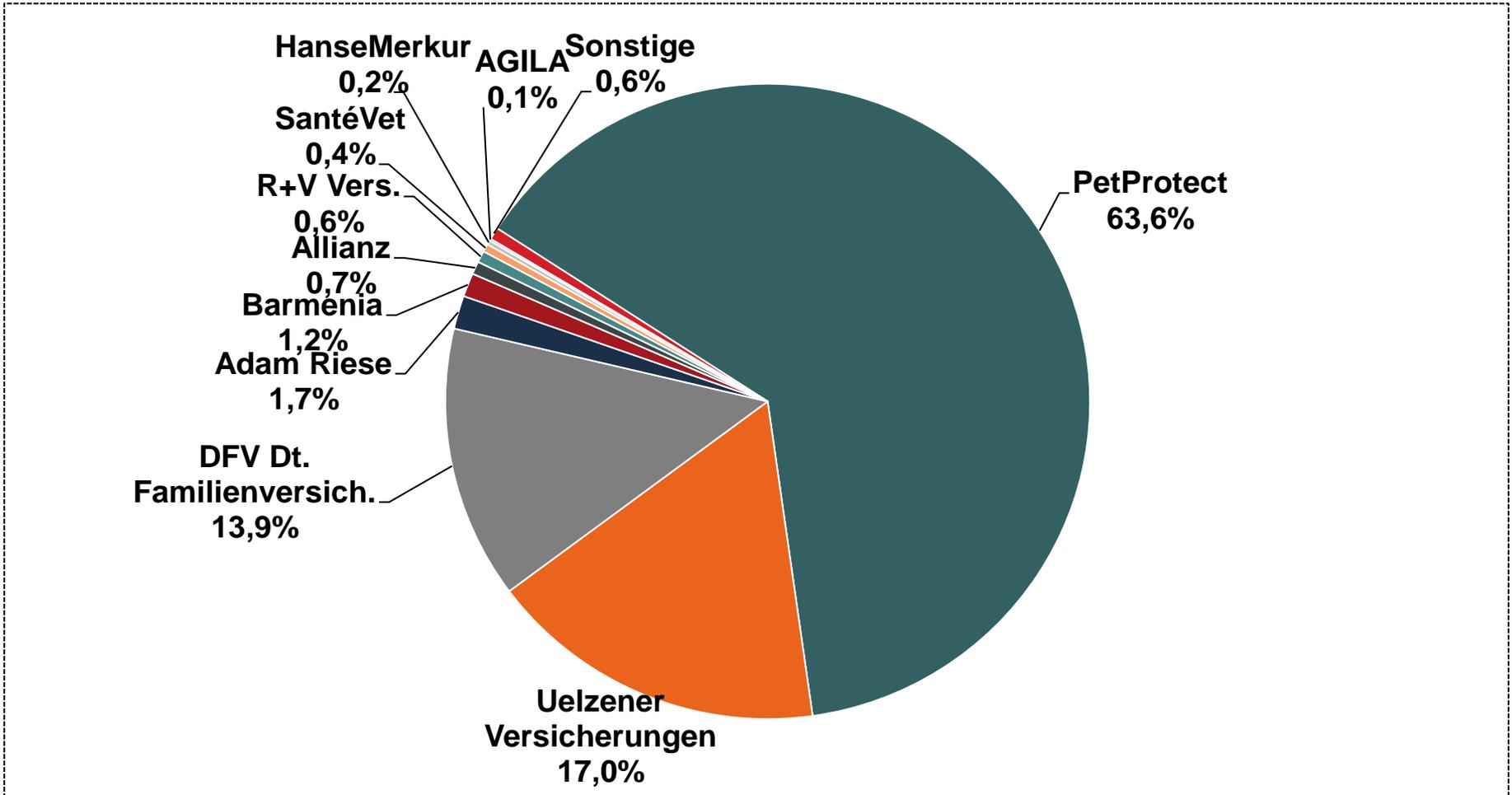
Benchmarks

- 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

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Share of Advertising der Top 10-Marken von November 2020 bis Oktober 2021



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 30-Marken nach Werbevolumen (Rangfolge auf Basis jüngster 12-Monats-Zeitraum)

Rang	Marken	Ausgaben in €					Entw. z. Vj.
		Nov. '16 – Okt. '17	Nov. '17 – Okt. '18	Nov. '18 – Okt. '19	Nov. '19 – Okt. '20	Nov. '20 – Okt. '21	
1	PetProtect	0	0	14.305.359	52.582.651	33.505.069	-36%
2	Uelzener Versicher.	184.353	384.093	335.537	266.590	8.974.301	+3266%
3	DFV Dt. Familienver.	0	0	10.190	735.237	7.314.323	+895%
4	Adam Riese	0	0	0	0	891.350	-
5	Barmenia	0	51.600	31.861	53.541	635.409	+1087%
6	Allianz	0	448	25.689	47.500	343.346	+623%
7	R+V Versicherung	3.180	19.993	24.903	47.017	311.427	+562%
8	SantéVet	0	0	0	0	211.956	-
9	HanseMerkur	0	26.871	0	0	116.160	-
10	AGILA Haustiervers.	14.077	41.002	166.974	56.246	52.869	-6%

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

Ranking der Top 30-Marken nach Werbevolumen (Rangfolge auf Basis jüngster 12-Monats-Zeitraum)

Rang	Marken	Ausgaben in €					Entw. z. Vj.
		Nov. '16 – Okt. '17	Nov. '17 – Okt. '18	Nov. '18 – Okt. '19	Nov. '19 – Okt. '20	Nov. '20 – Okt. '21	
11	Württembergische	0	0	0	0	45.480	-
12	Nürnberger	1.642	35.598	46.250	29.831	43.520	+46%
13	Coya	0	0	0	2.589	39.366	+1420%
14	Smart Paws	0	0	0	0	25.490	-
15	VPV	0	0	0	13.641	23.381	+71%
16	ARAG	0	0	0	0	20.368	-
17	Berlin Direkt Versich.	0	0	0	0	14.967	-
18	GHV Darmstadt	0	0	0	20.000	13.367	-33%
19	Nationwide	0	0	0	0	12.195	-
20	InterRisk	0	8.500	24.830	0	11.808	-

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 30-Marken nach Werbevolumen (Rangfolge auf Basis jüngster 12-Monats-Zeitraum)

Rang	Marken	Ausgaben in €					Entw. z. Vj.
		Nov. '16 – Okt. '17	Nov. '17 – Okt. '18	Nov. '18 – Okt. '19	Nov. '19 – Okt. '20	Nov. '20 – Okt. '21	
21	die Bayerische	0	0	0	0	11.739	-
22	Pets Best Insurance	0	0	0	0	9.175	-
23	Element Insurance	0	0	0	0	7.500	-
24	Haftpflichtkasse Da. ¹	0	0	0	0	7.500	-
25	Itzehoer Versicheru.	0	7.350	3.159	1.463	6.658	+355%
26	Berns Assekuradeur	0	0	0	0	6.120	-
27	LVM Versicherung	0	2.110	0	4.156	5.195	+25%
28	GetSafe	0	0	0	0	4.688	-
29	Rhion Versicherung	0	4.000	0	0	3.890	-
30	Schütz & Thies Ver. ²	0	0	1.925	0	3.468	-

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital; 1 Darmstadt 2 Versicherungskontor

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Ausgaben der Top 10-Marken von 2016 bis 2020 (Angaben in €)

Marke	Nov. '16 – Okt. '17	Marke	Nov. '17– Okt. '18	Marke	Nov. '18 – Okt. '19	Marke	Nov. '19 – Okt. '20
Uelzener	184.353	Uelzener	384.093	PetProtect	14.305.359	PetProtect	52.582.651
Assekura. ¹	38.481	Barmenia	51.600	Uelzener	335.537	DFV Dt. F. ⁶	735.237
Malburg ²	17.770	AGILA	41.002	AGILA	166.974	Uelzener	266.590
AGILA	14.077	Nürnberger	35.598	Europa	100.980	AGILA	56.246
G&P Vers. ³	11.164	HanseMe. ⁵	26.871	Nürnberger	46.250	Barmenia	53.541
Puntobiz	4.814	R+V Vers.	19.993	Barmenia	31.861	Allianz	47.500
R+V Vers.	3.180	Assekura. ¹	16.596	Allianz	25.689	R+V Vers.	47.017
Nürnberger	1.642	VGH Vers.	15.360	R+V Vers.	24.903	Nürnberger	29.831
VFI Buß. ⁴	498	InterRisk	8.500	InterRisk	24.830	Zurich	20.164
		ltzehoer V.	7.350	DFV Dt. F. ⁶	10.190	GHV Dar. ⁷	20.000

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital; 1 Assekuranzmakler Schönfeld 2 Versicherungen 3 Versicherungsmakler 4 Bußmann 5 Merkur 6 Familienversicherung 7 Darmstadt

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Ausgaben der Top-Werbungtreibenden 2016-2020, die nicht unter den Top 30 2020/2021 sind (Angaben in €)

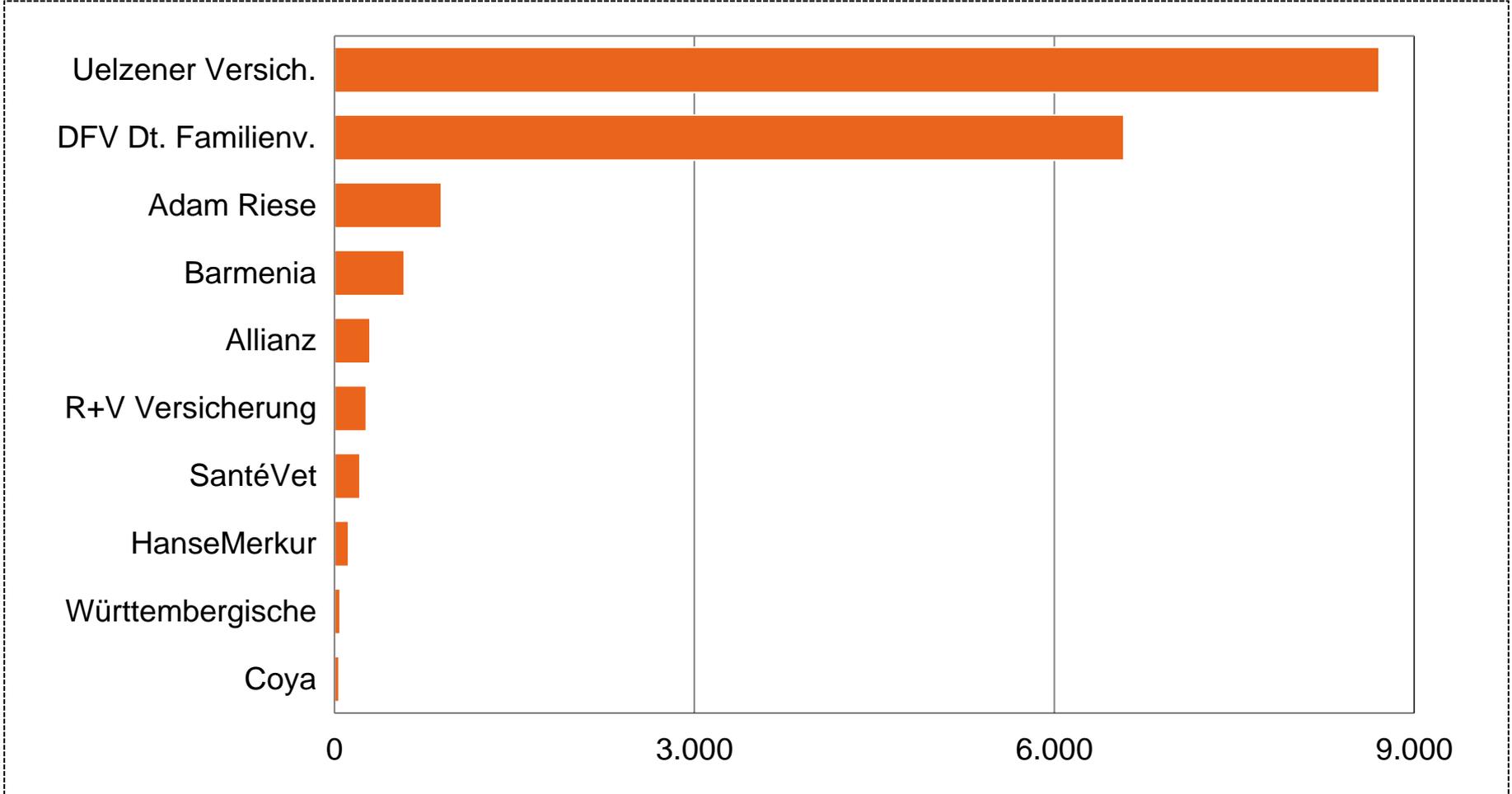
Marke	Nov. '16 – Okt. '17	Marke	Nov. '17– Okt. '18	Marke	Nov. '18 – Okt. '19	Marke	Nov. '19 – Okt. '20
Assekur. ¹	38.481	Assekur. ¹	16.596	Europa	100.980	Zurich	20.164
Malburg V.	17.770	VGH Vers.	15.360	Horse Life	9.834	Rockenfe. ⁸	13.400
G&P Vers. ²	11.164	Die Illtal- ⁴	7.101	VGH Vers-	6.144	Helvetia	9.900
Puntobiz	4.814	Horse Life	6.705	DAP24	3.930	Gothaer	9.446
VFI Buß. ³	498	Uelzener ⁵	5.096	Stephan ⁷	2.867	Tierdirekt	8.488
		Helvetia	3.300			HDI	8.232
		Malburg V.	1.472			Onlinever. ⁹	5.384
		VFI Buß. ³	901			DAP24	1.479
		Versiche. ⁶	810			Oberöst. ¹⁰	869
		G&P Vers. ²	172				

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital; 1 Assekuranzmakler Schönfeld 2 Versicherungsmakler 3 Bußmann 4 Makler 5 Generalagentur Tier und Halter 6 Versicherungskammer Bayern 7 Herrmann 8 und Pflüger 9 versicherung 10 Oberösterreichische Versicherung

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

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

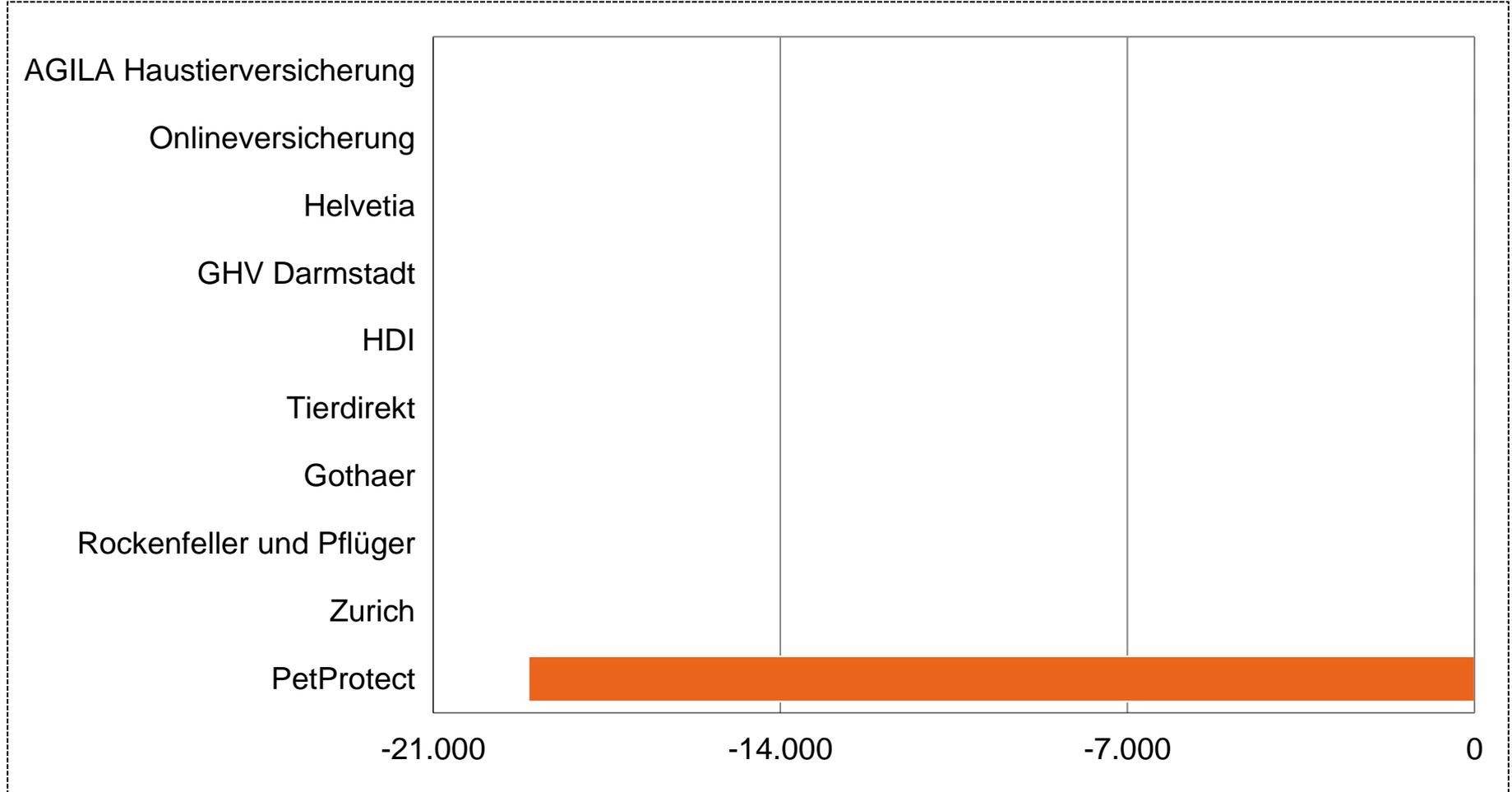


Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

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

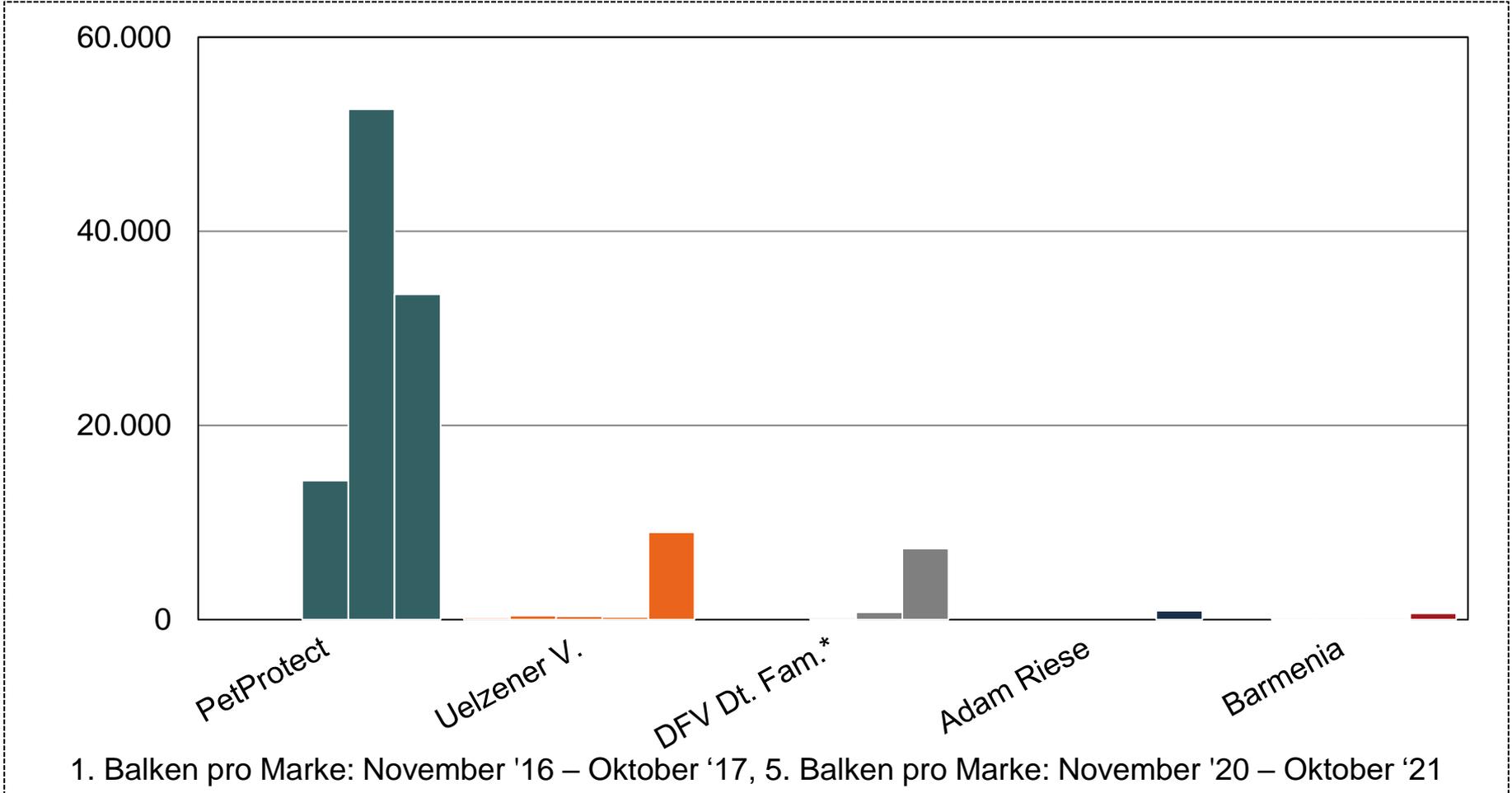


Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

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€)



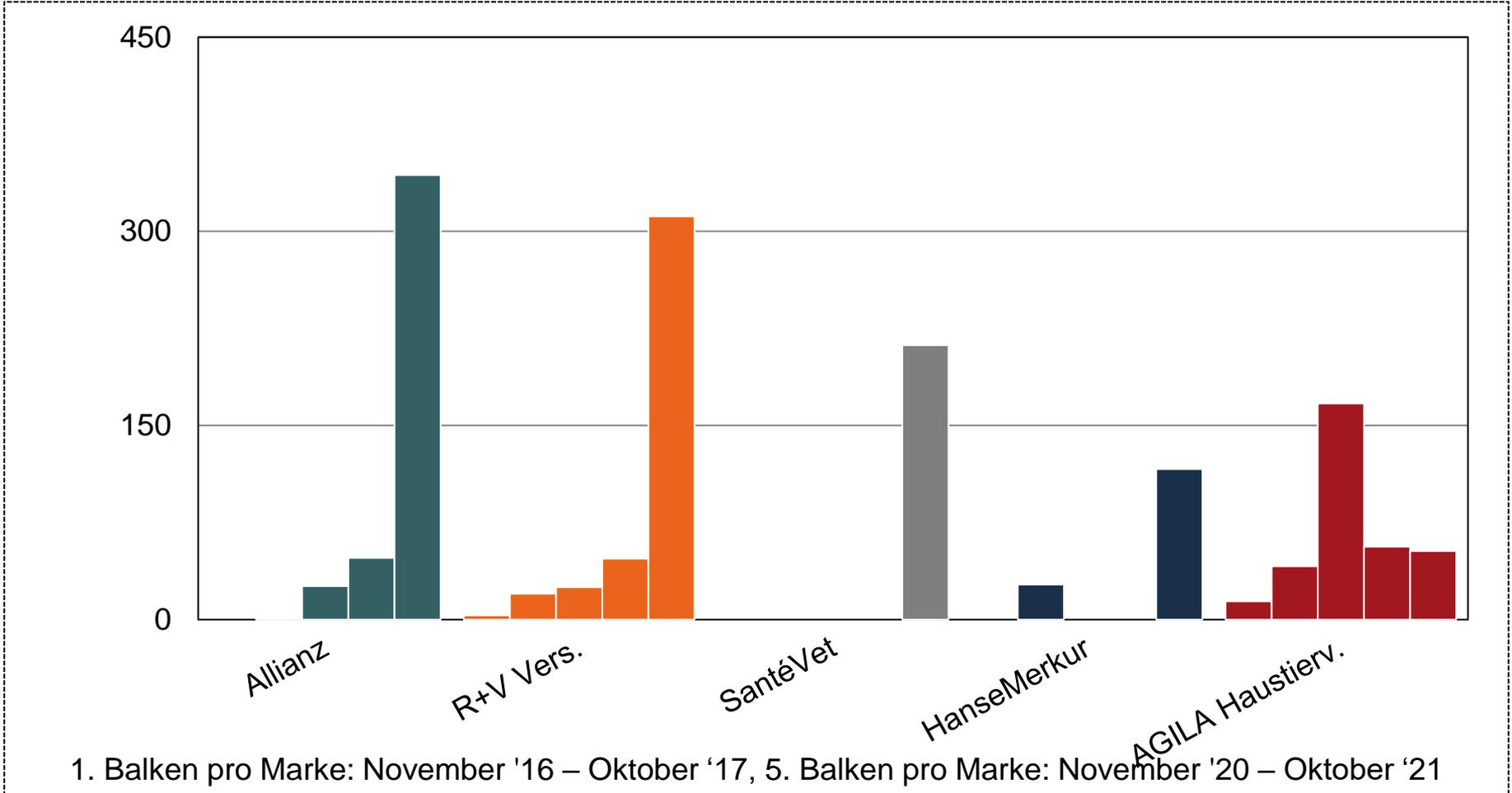
1. Balken pro Marke: November '16 – Oktober '17, 5. Balken pro Marke: November '20 – Oktober '21

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

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€)

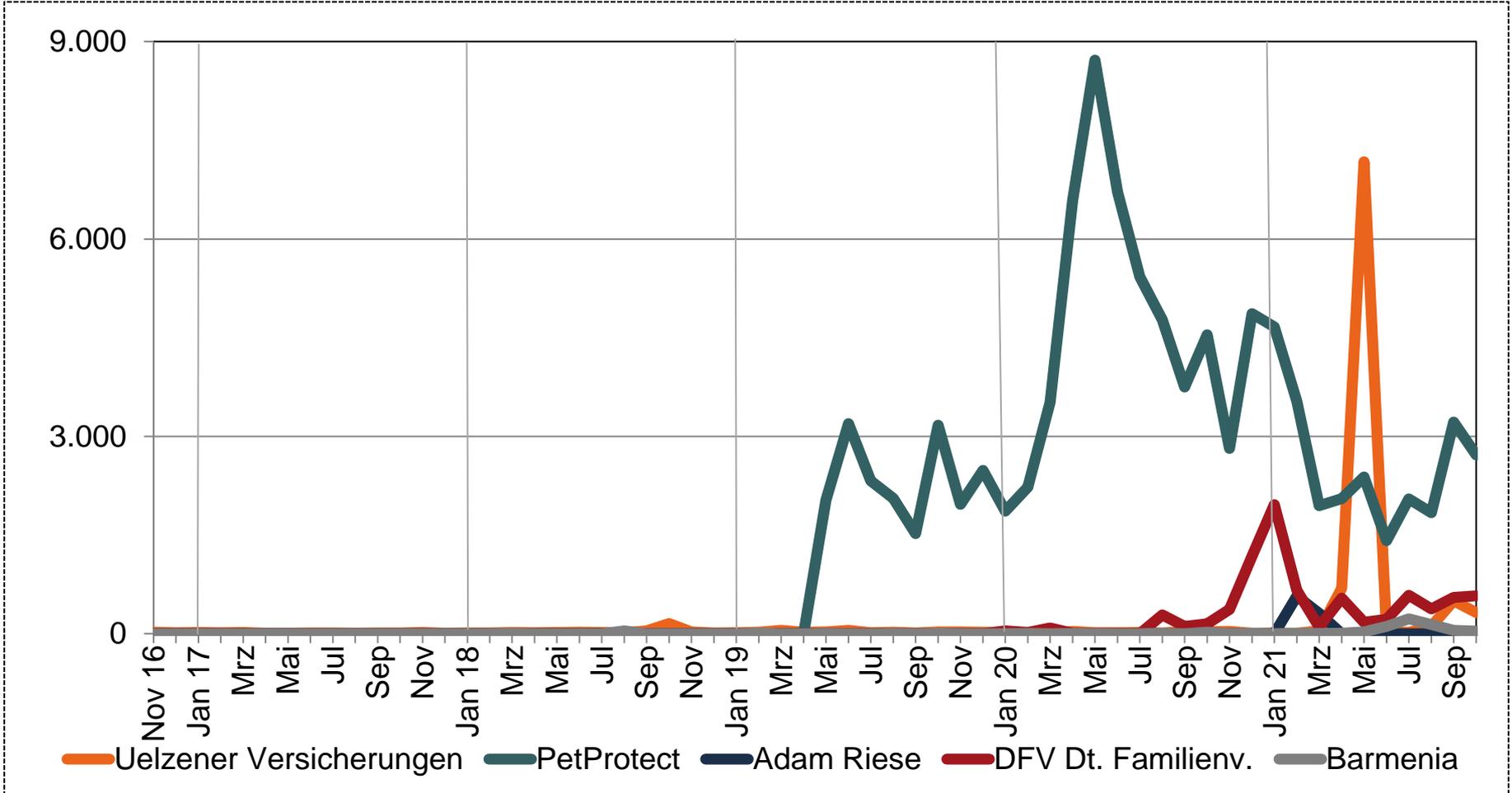


Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

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€)

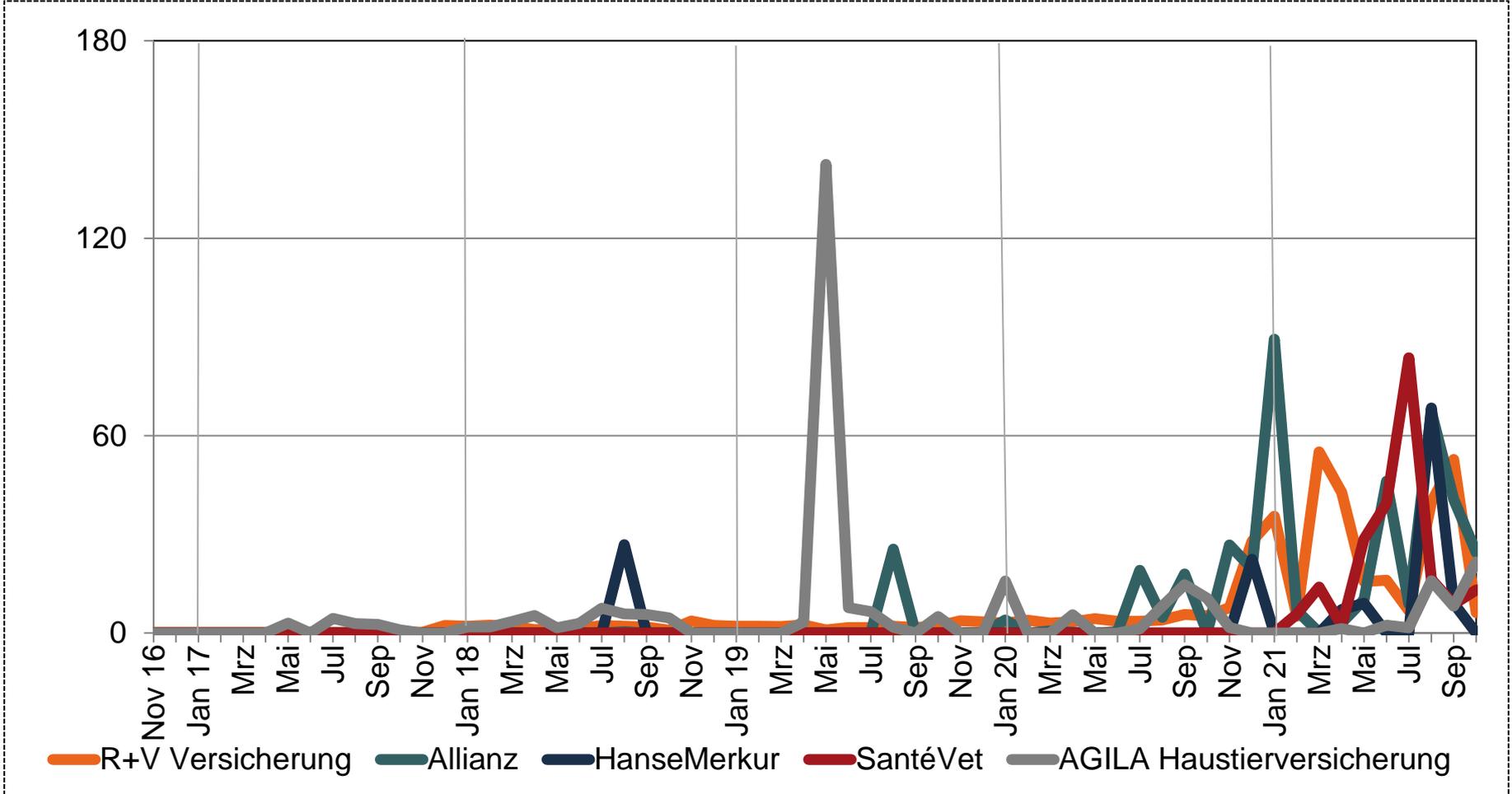


Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

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€)

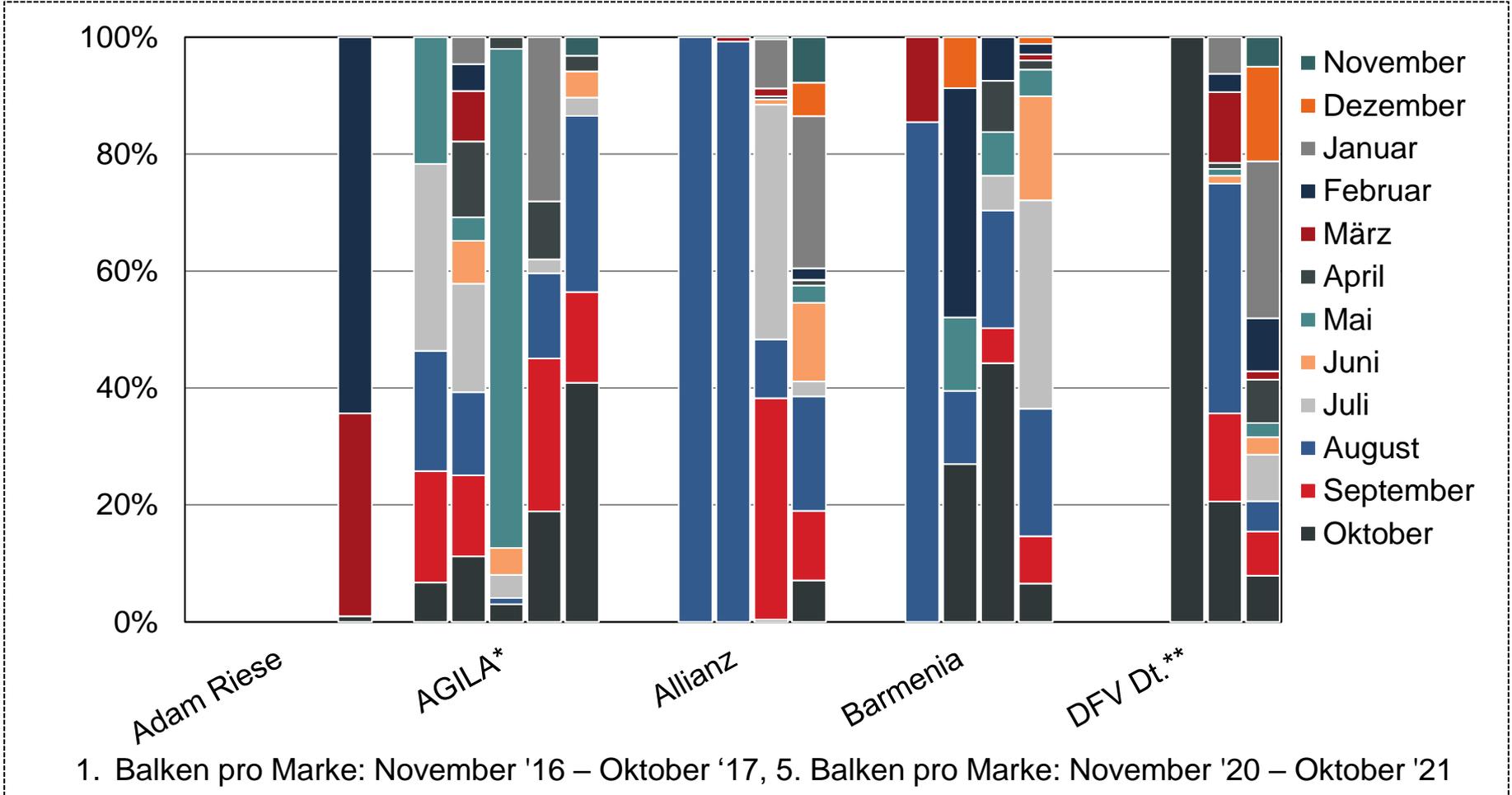


Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

Benchmarks

Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10-Marken

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

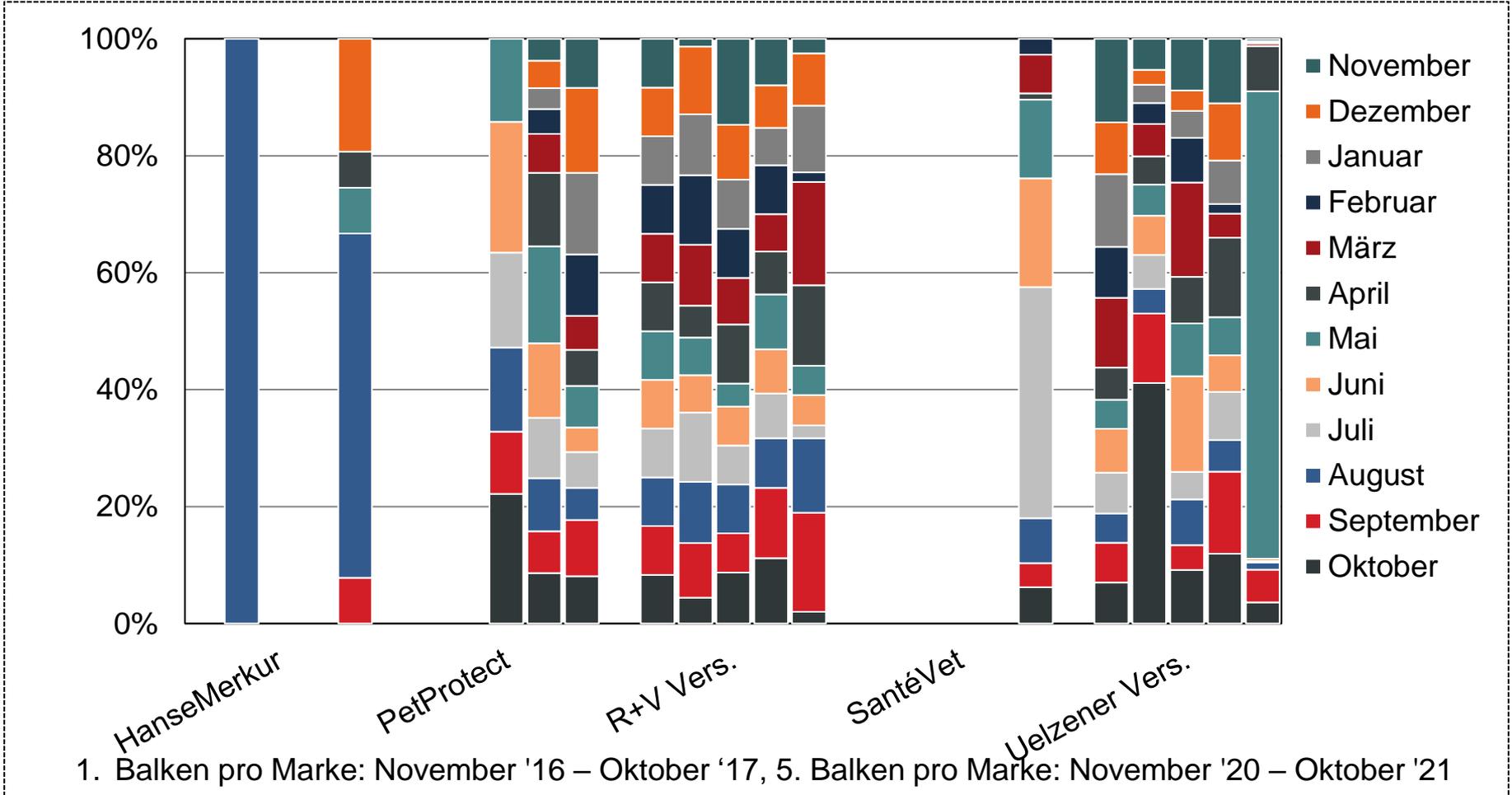


Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital; * Haustierversicherung ** Familienversicherung

Benchmarks

Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10-Marken

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

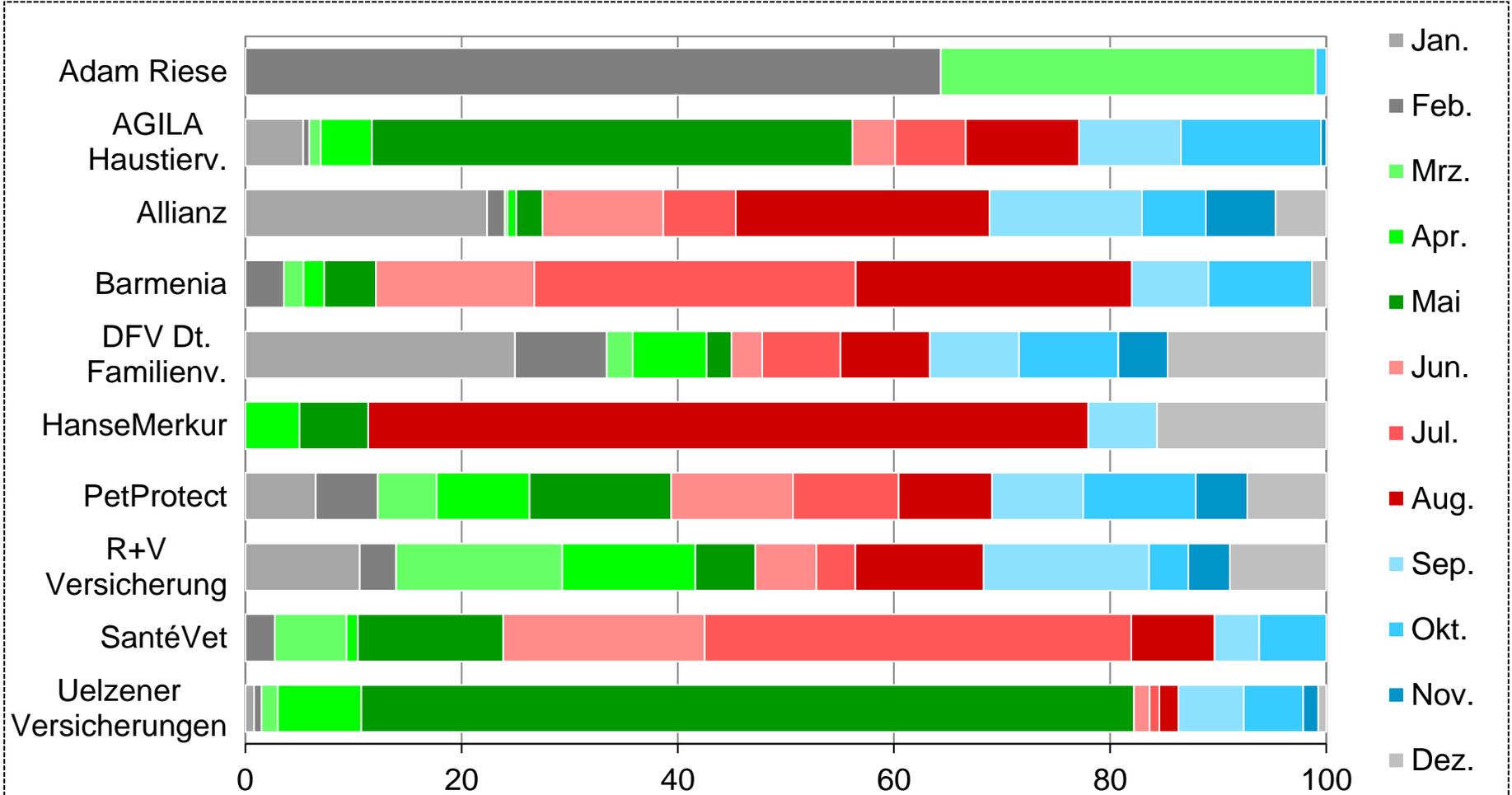


Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

Benchmarks

Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10-Marken

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

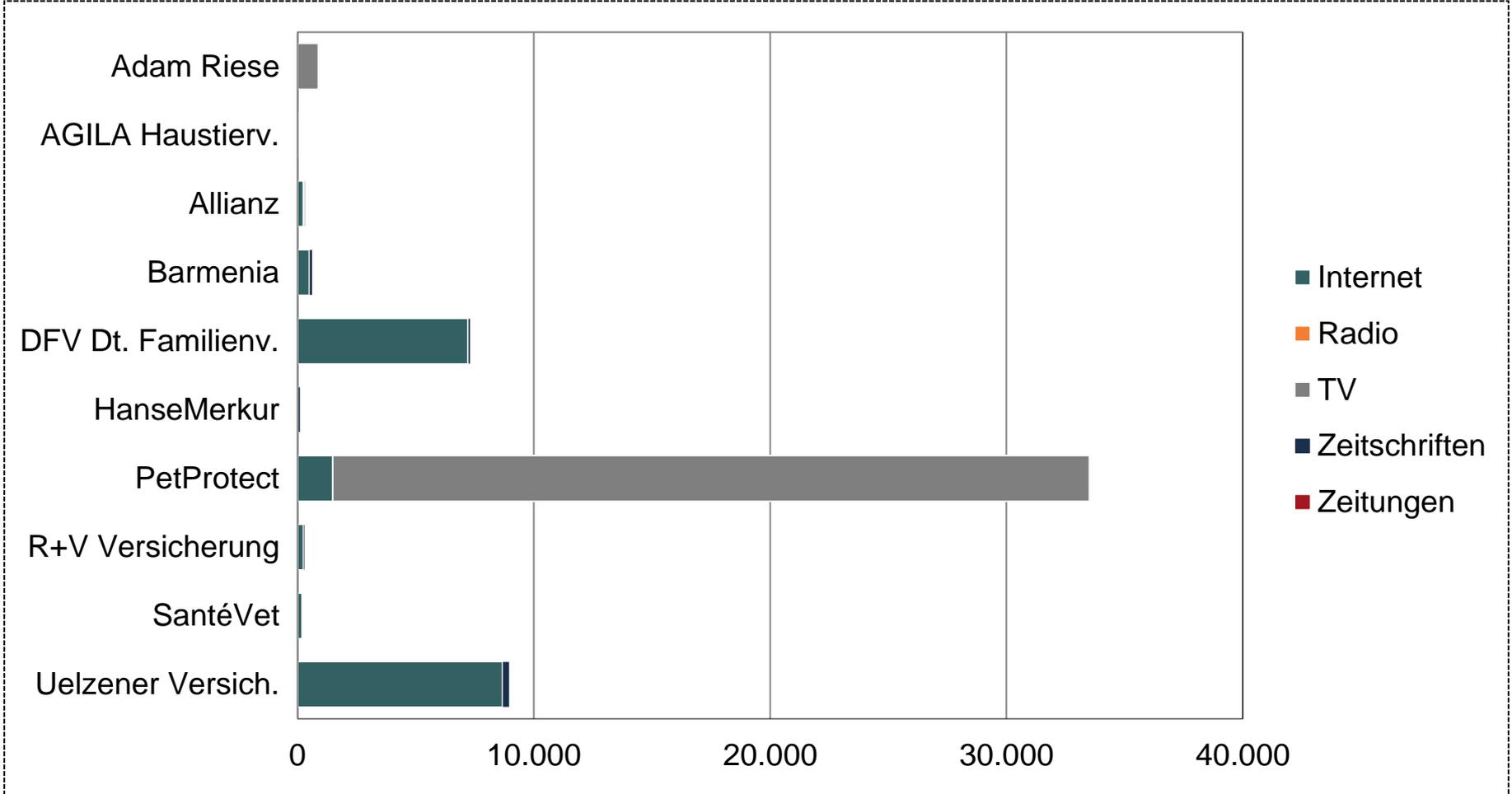


Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

Benchmarks

Mediensplit der Top 10-Marken

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

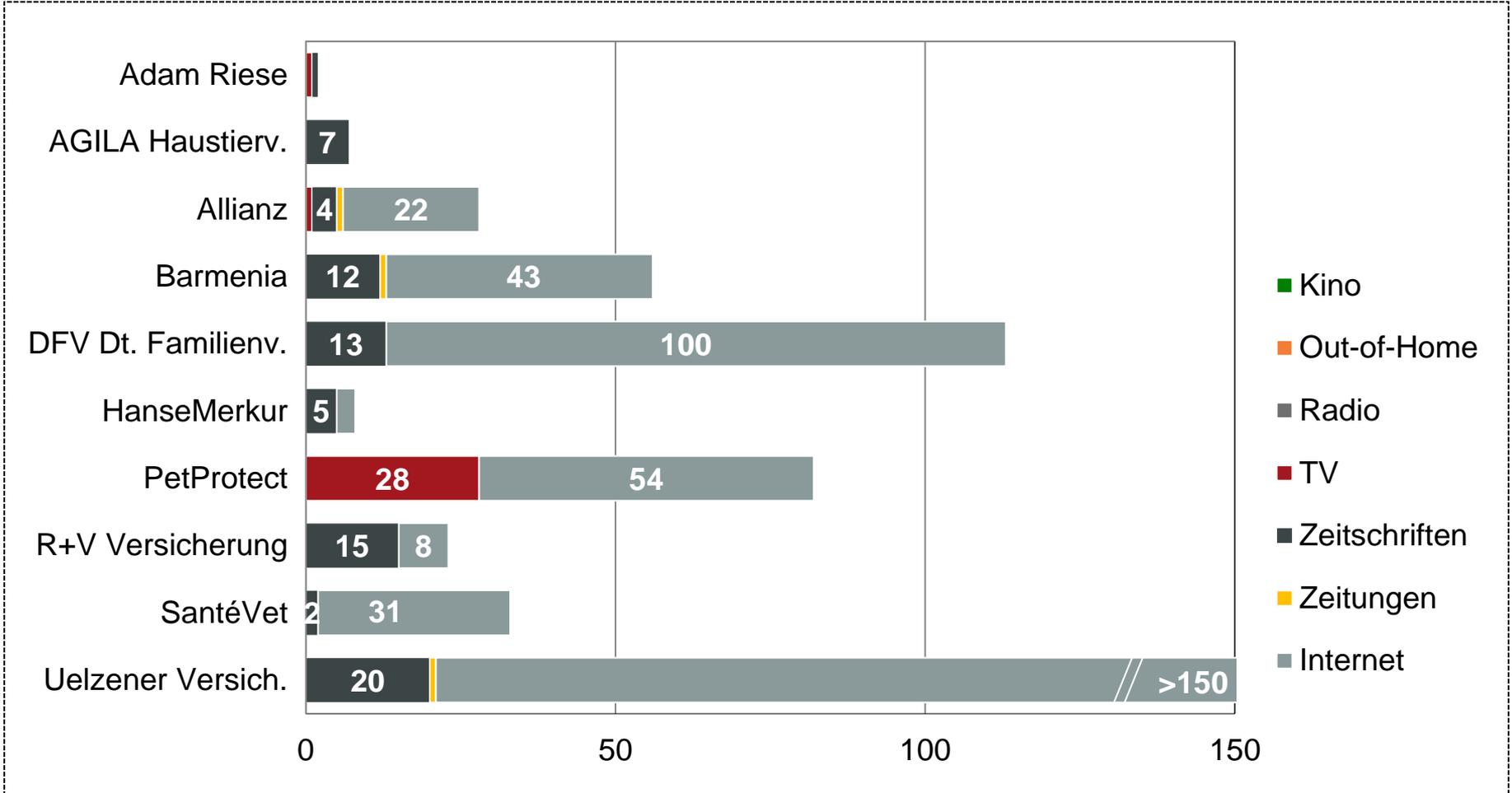


Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

Benchmarks

Mediensplit der Top 10-Marken

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

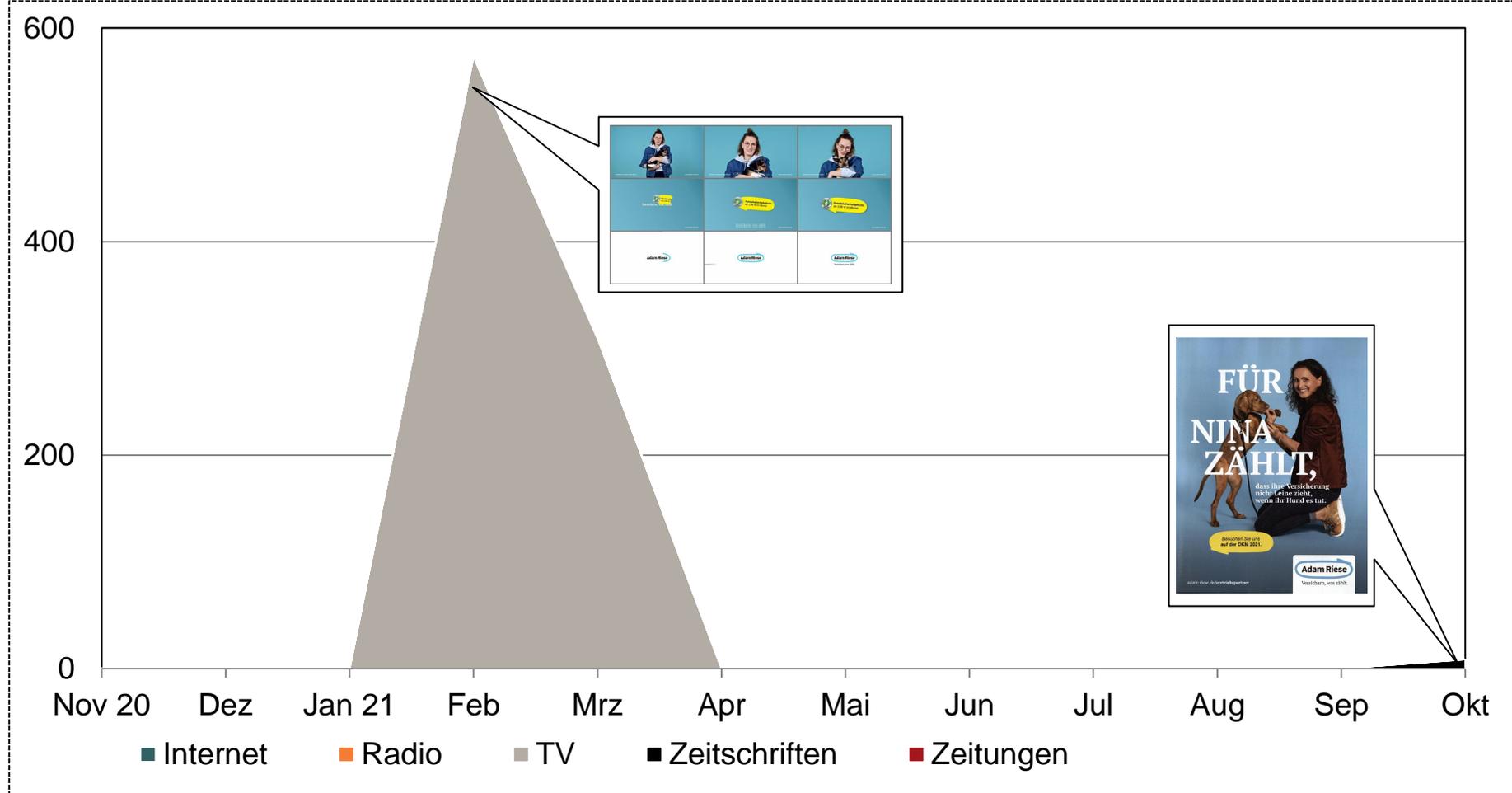


research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

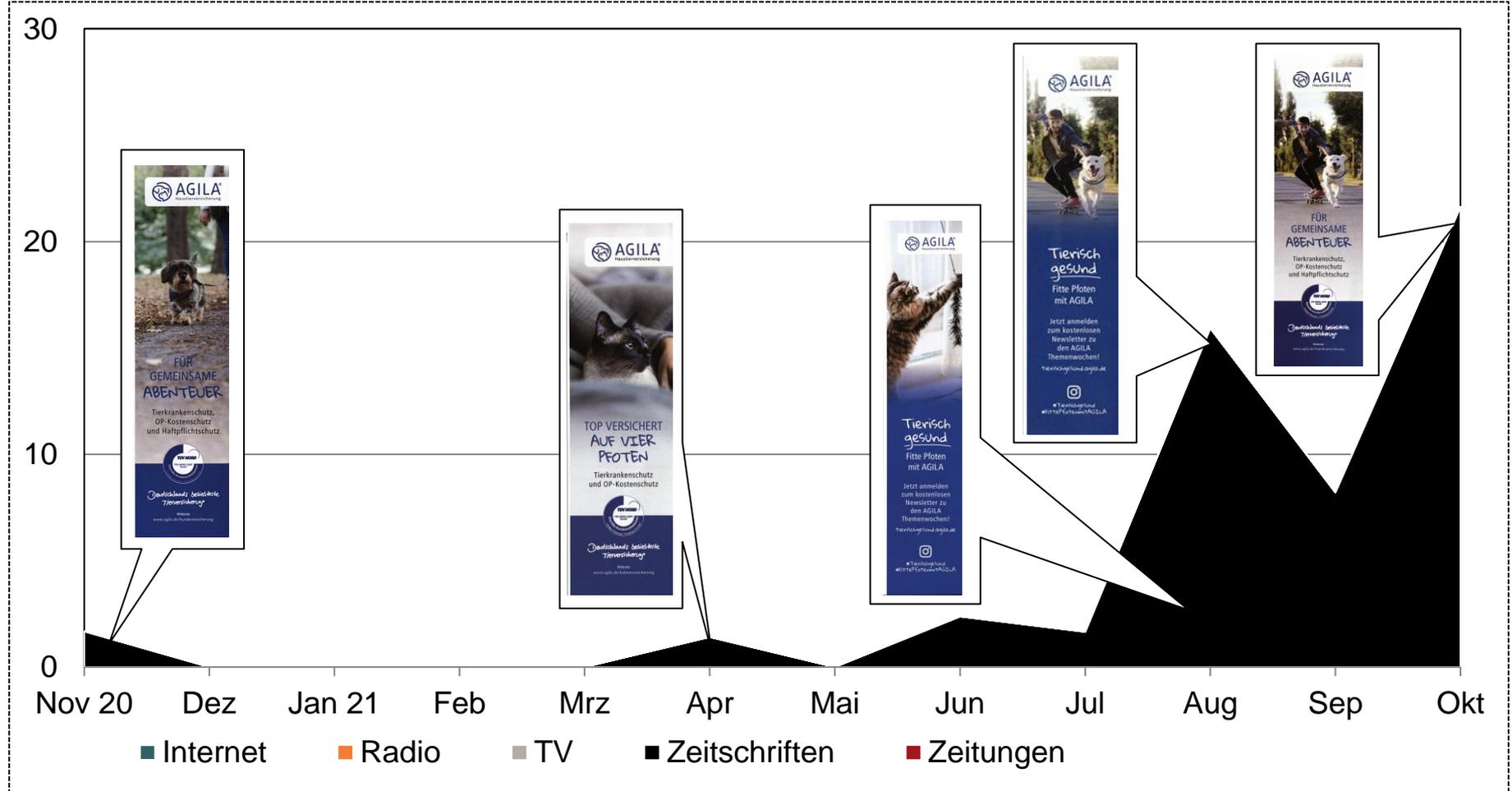
Werbemarktanalyse
Tierversicherung 2021

Adam Riese | Zeitliche Werbedruckverteilung in den letzten 12 Monaten nach Mediengattungen (Angaben in T€)



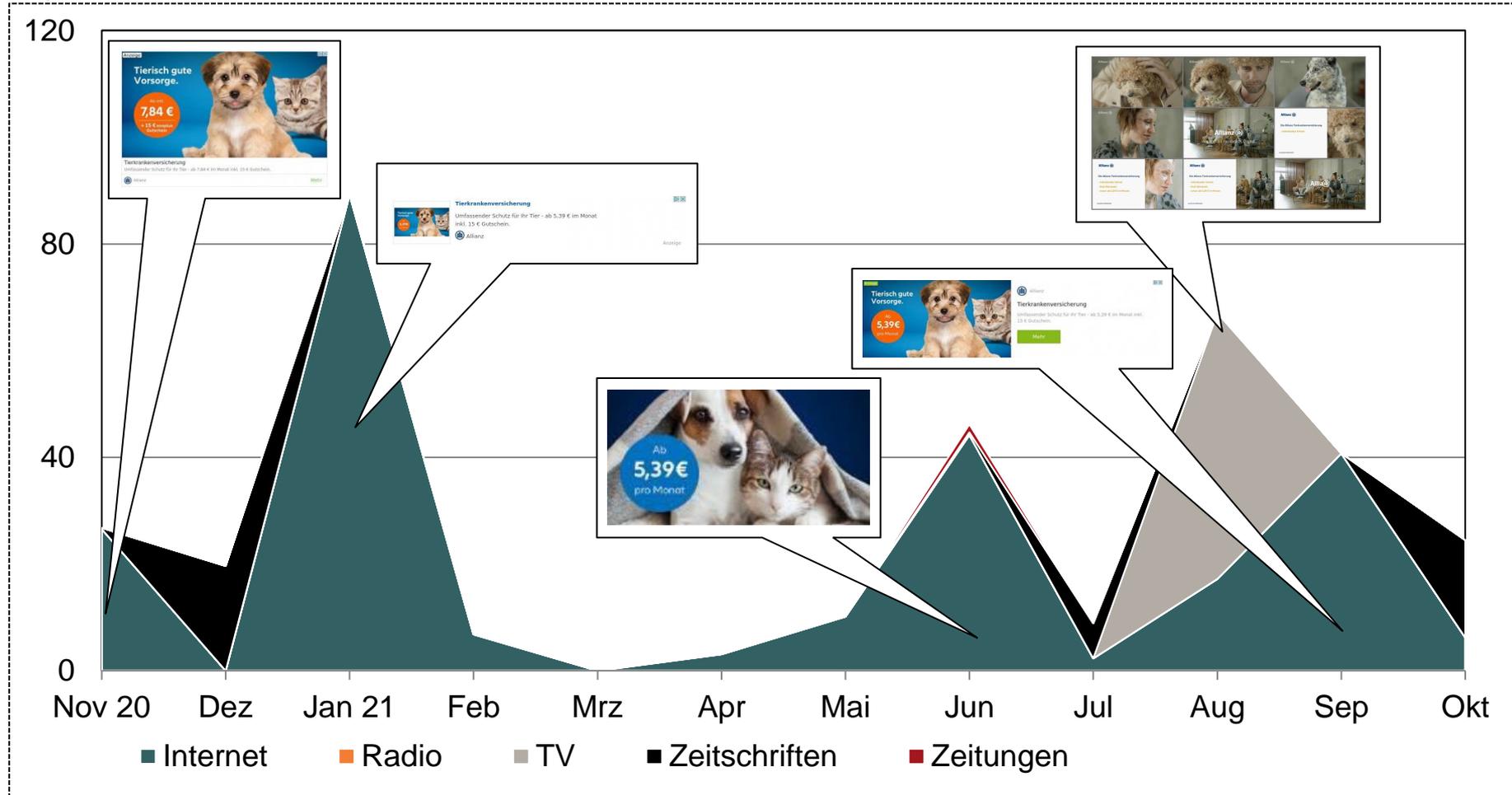
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

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



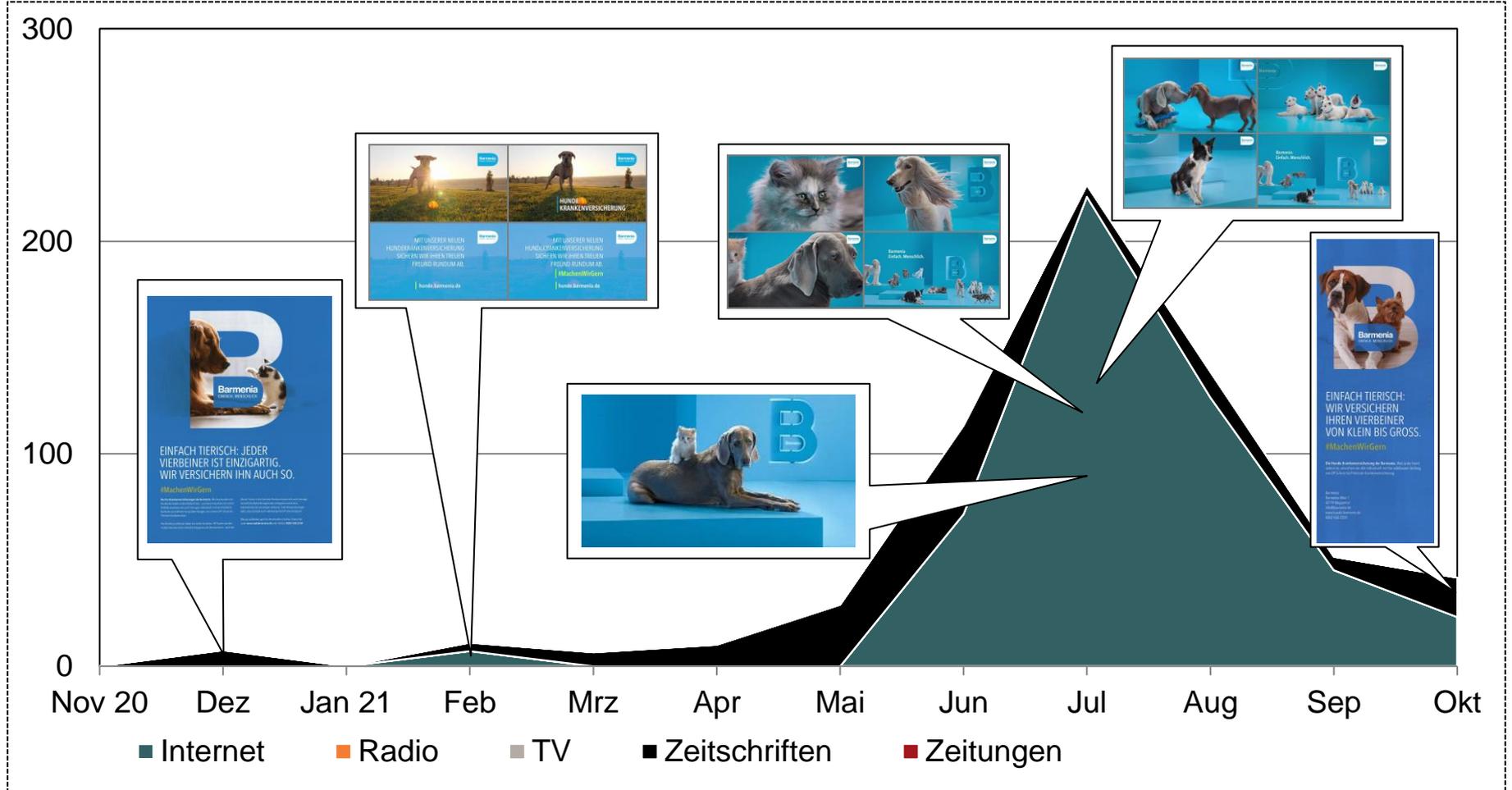
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

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



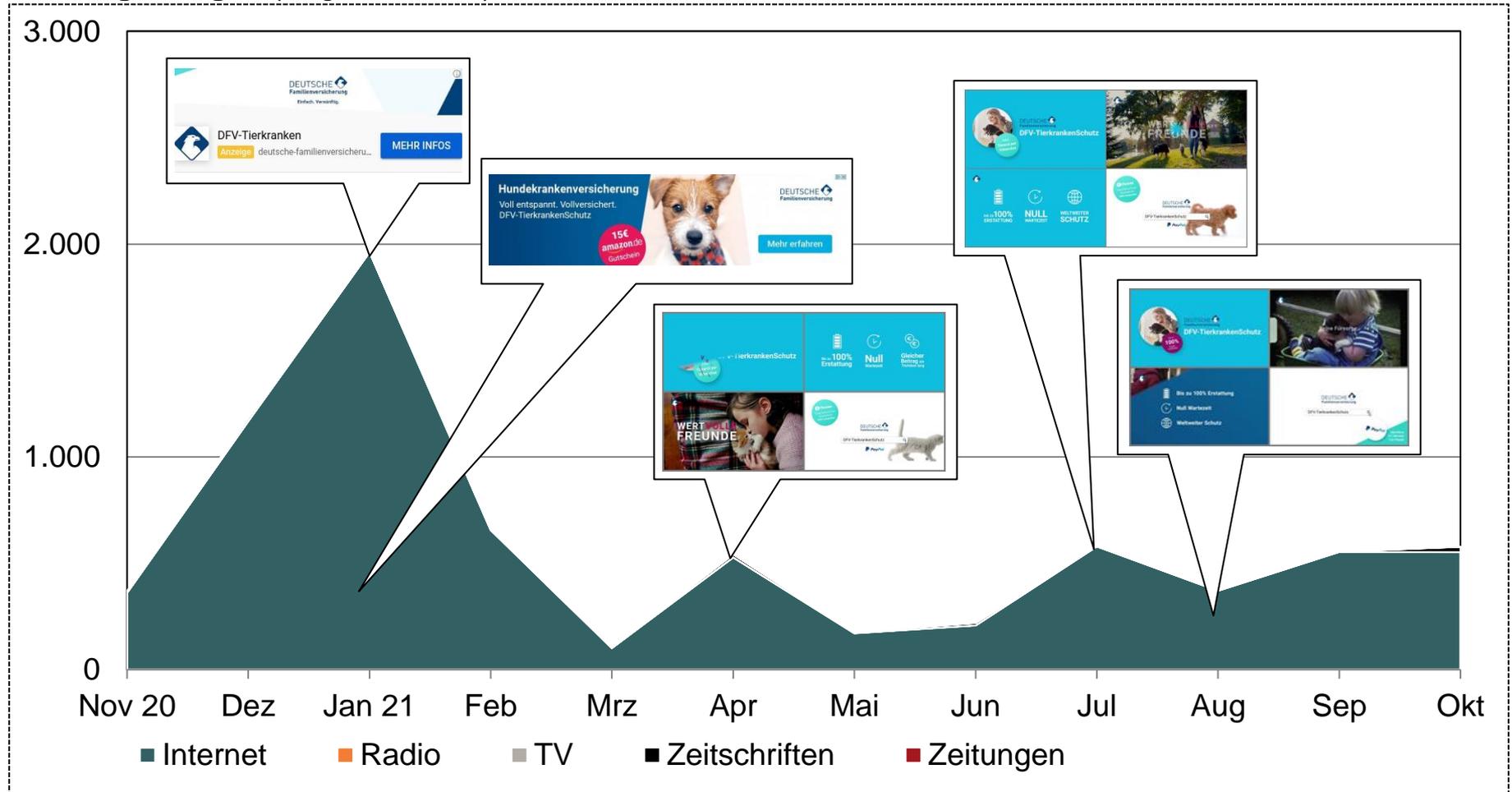
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

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



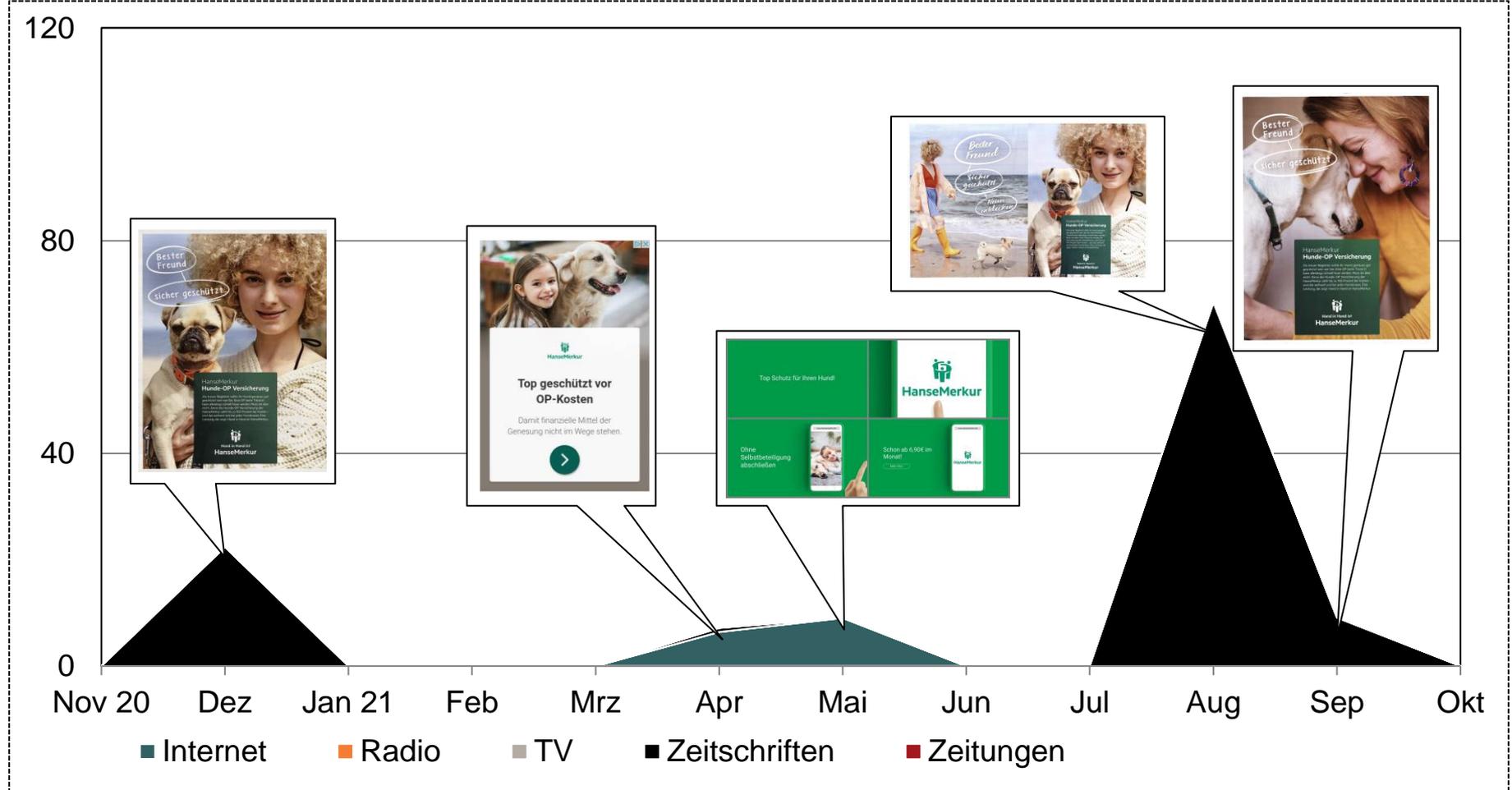
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

DFV Deutsche Familienversicherung | Zeitliche Werbedruckverteilung in den letzten 12 Monaten nach Mediengattungen (Angaben in T€)



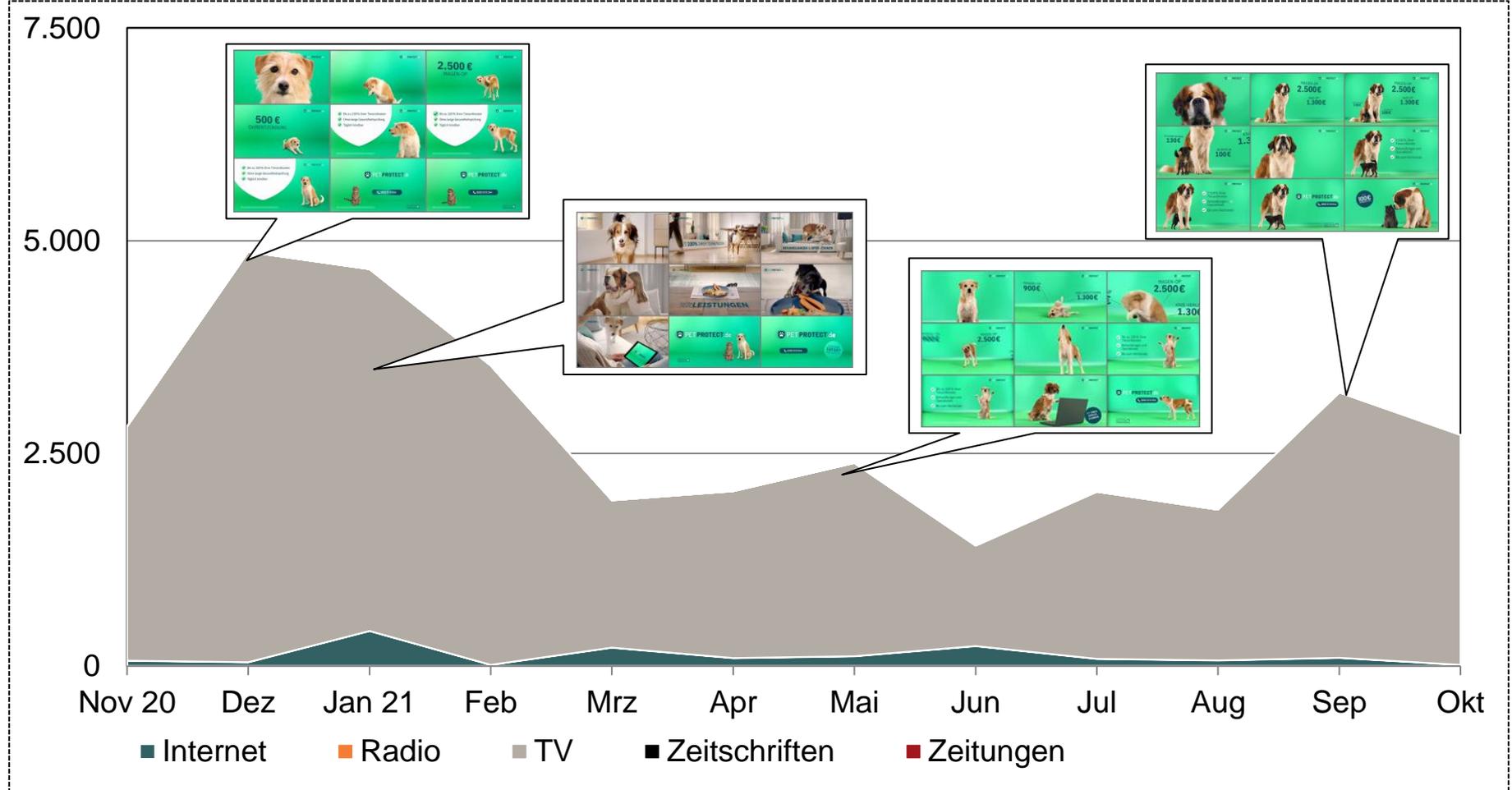
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

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



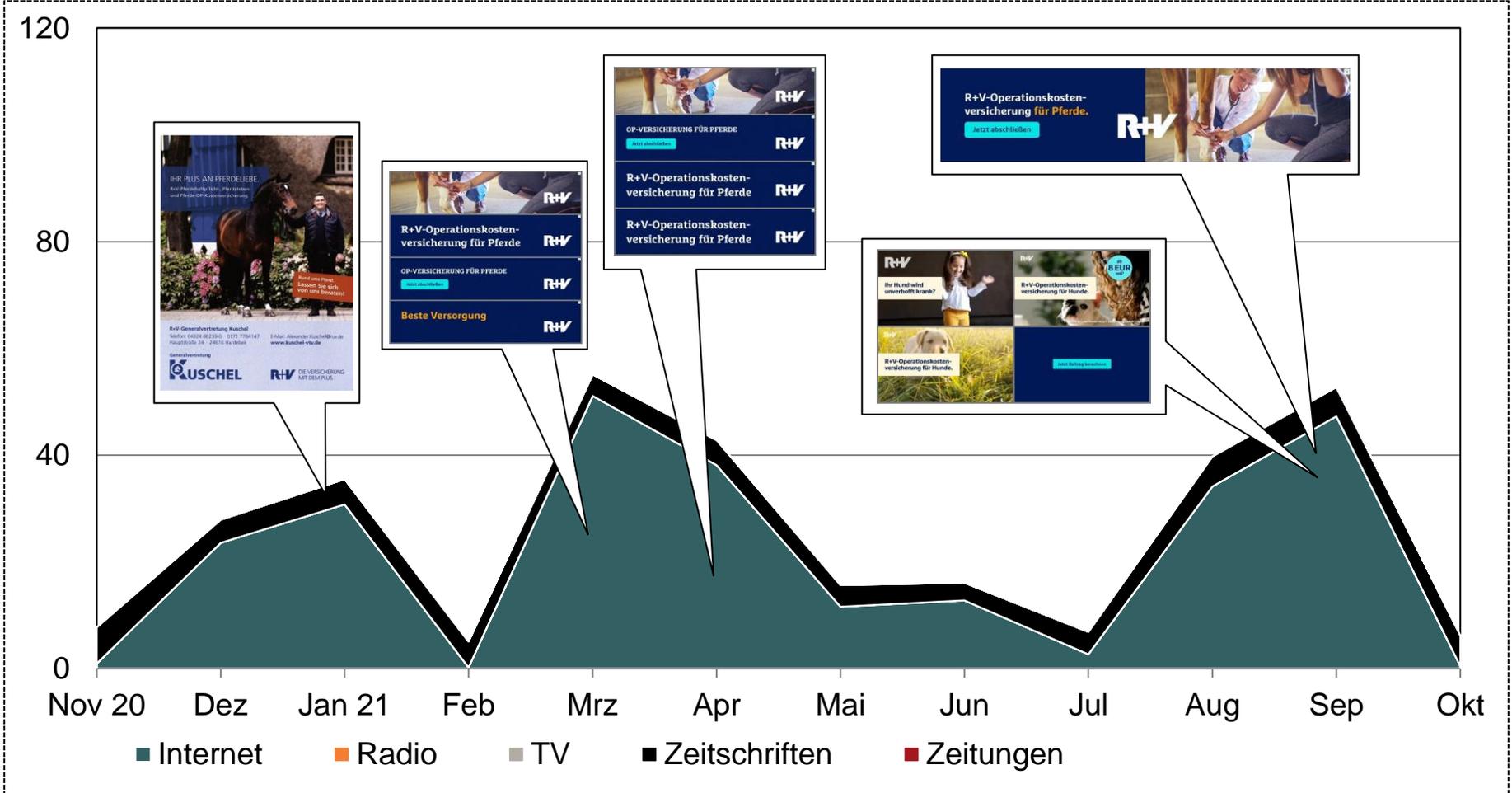
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

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



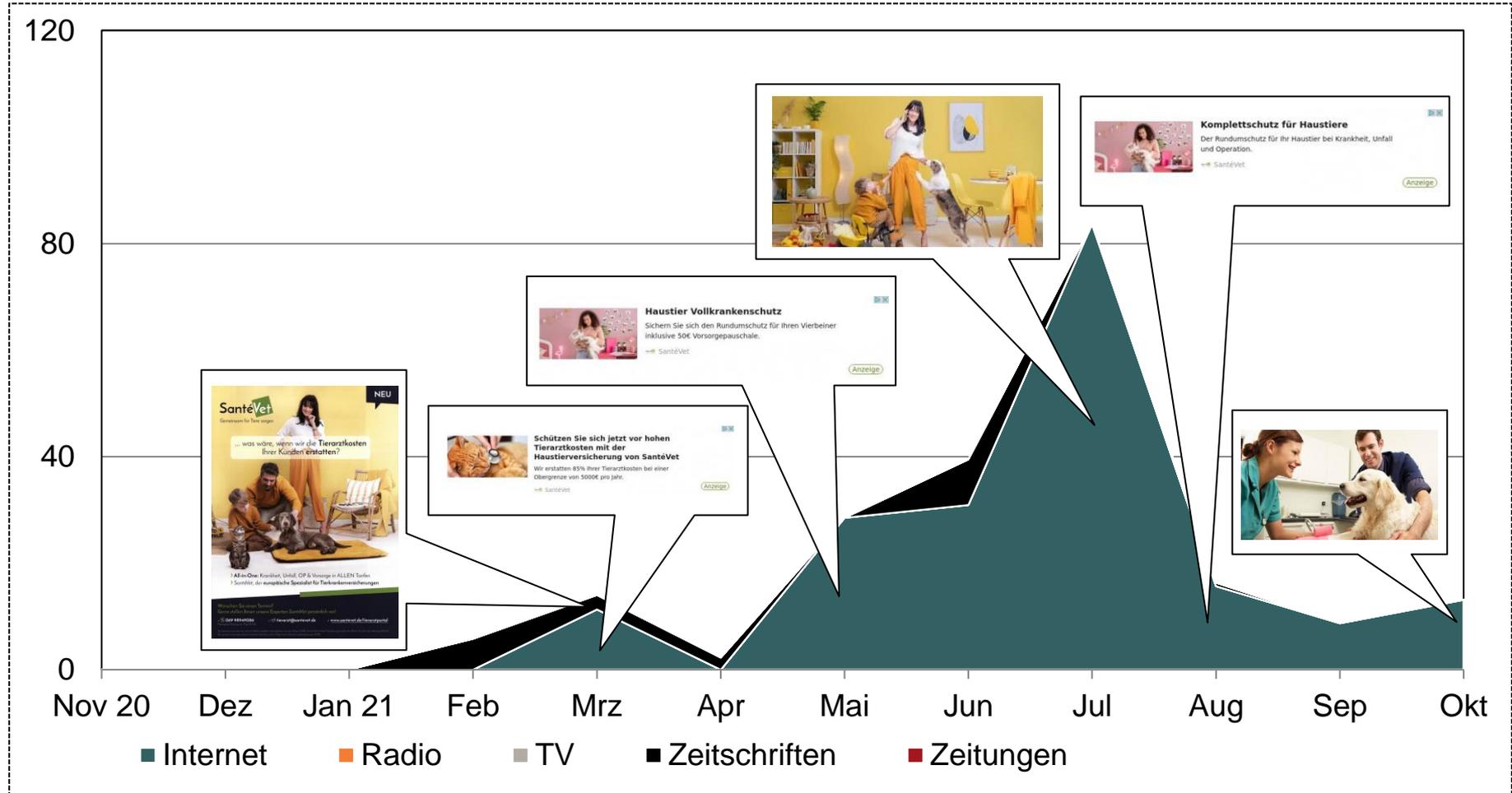
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

R+V Versicherung | Zeitliche Werbedruckverteilung in den letzten 12 Monaten nach Mediengattungen (Angaben in T€)



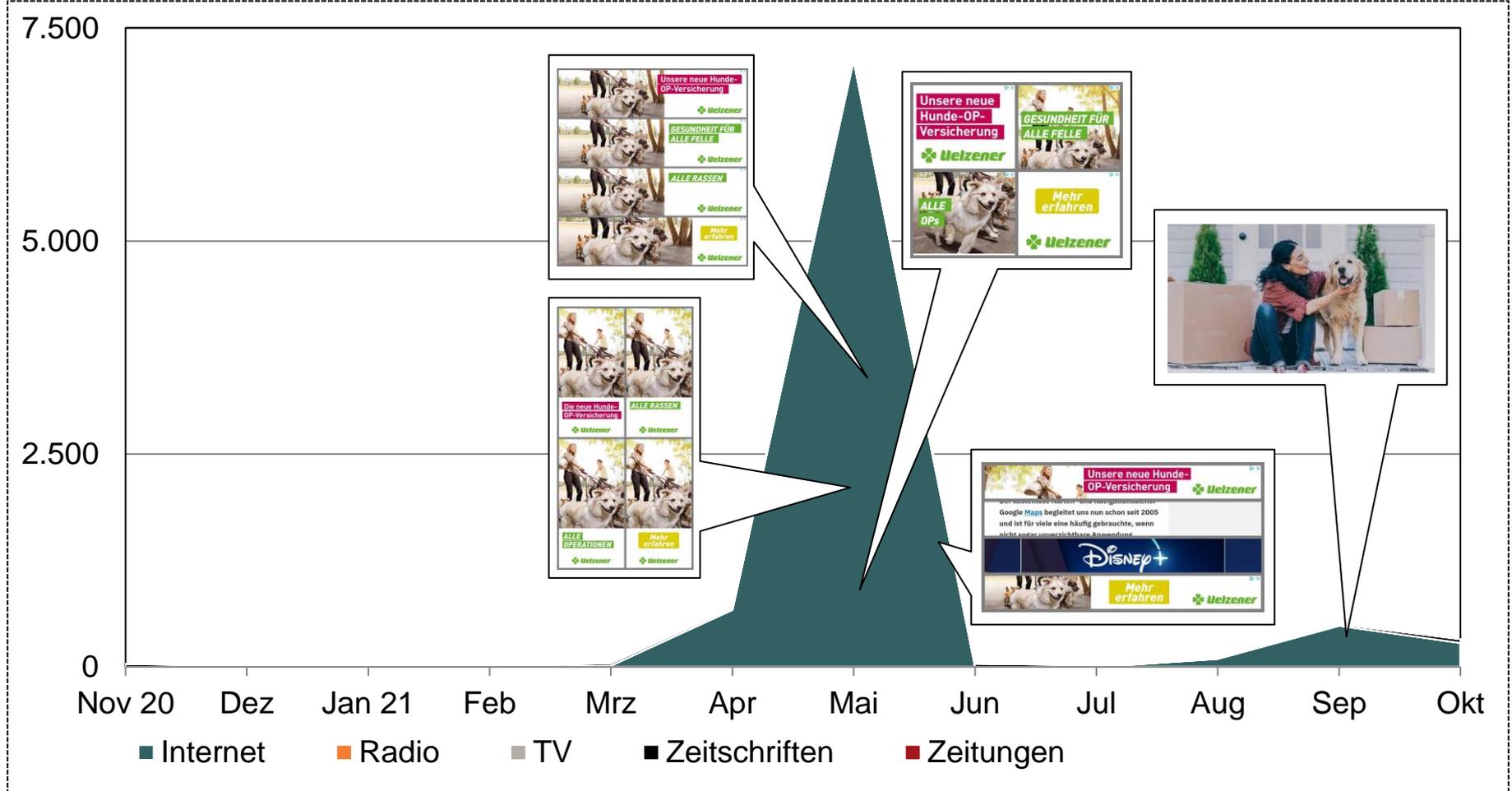
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

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



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

Uelzener Versicherung | 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	Nov. 2020	Dez. 2020	Jan. 2021	Feb. 2021	Mrz. 2021	Apr. 2021	Mai 2021	Jun. 2021	Jul. 2021	Aug. 2021	Sep. 2021	Okt. 2021
Adam Riese	0,0	0,0	0,0	11,9	12,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2
AGILA Haustiervers.	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1	0,6	0,2	0,6
Allianz	0,8	0,3	1,3	0,1	0,0	0,1	0,1	2,4	0,3	2,5	0,9	0,6
Barmenia	0,0	0,1	0,0	0,2	0,3	0,3	0,3	5,9	7,5	5,1	1,2	1,1
DFV Dt. Familienv.	11,2	19,1	28,9	13,8	4,2	16,1	1,8	11,4	19,4	14,0	12,4	15,3
HanseMercur	0,0	0,4	0,0	0,0	0,0	0,2	0,1	0,0	0,0	2,5	0,2	0,0
PetProtect	85,2	78,4	68,8	73,4	77,1	61,1	24,3	73,5	68,3	67,9	72,2	72,2
R+V Versicherung	0,2	0,4	0,5	0,1	2,2	1,3	0,2	0,8	0,2	1,5	1,2	0,2
SantéVet	0,0	0,0	0,0	0,1	0,6	0,1	0,3	2,1	2,8	0,6	0,2	0,3
Uelzener Versicher.	1,1	0,2	0,2	0,2	1,7	20,6	73,0	1,9	0,7	4,1	11,3	8,6

Kommunikationspositionierung

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



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Werbemarktanalyse
Tierversicherung 2021

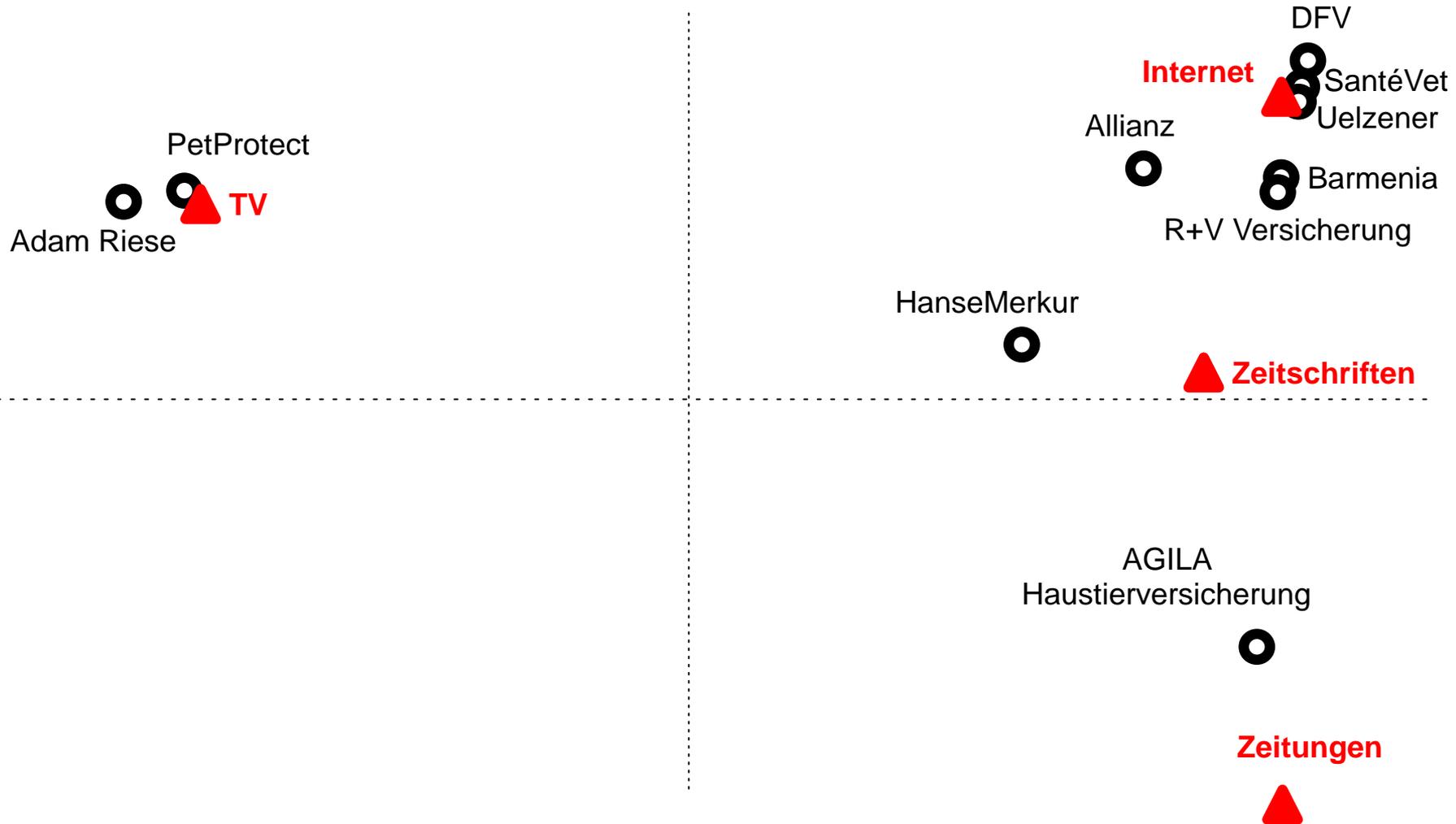
Kommunikationspositionierung

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.

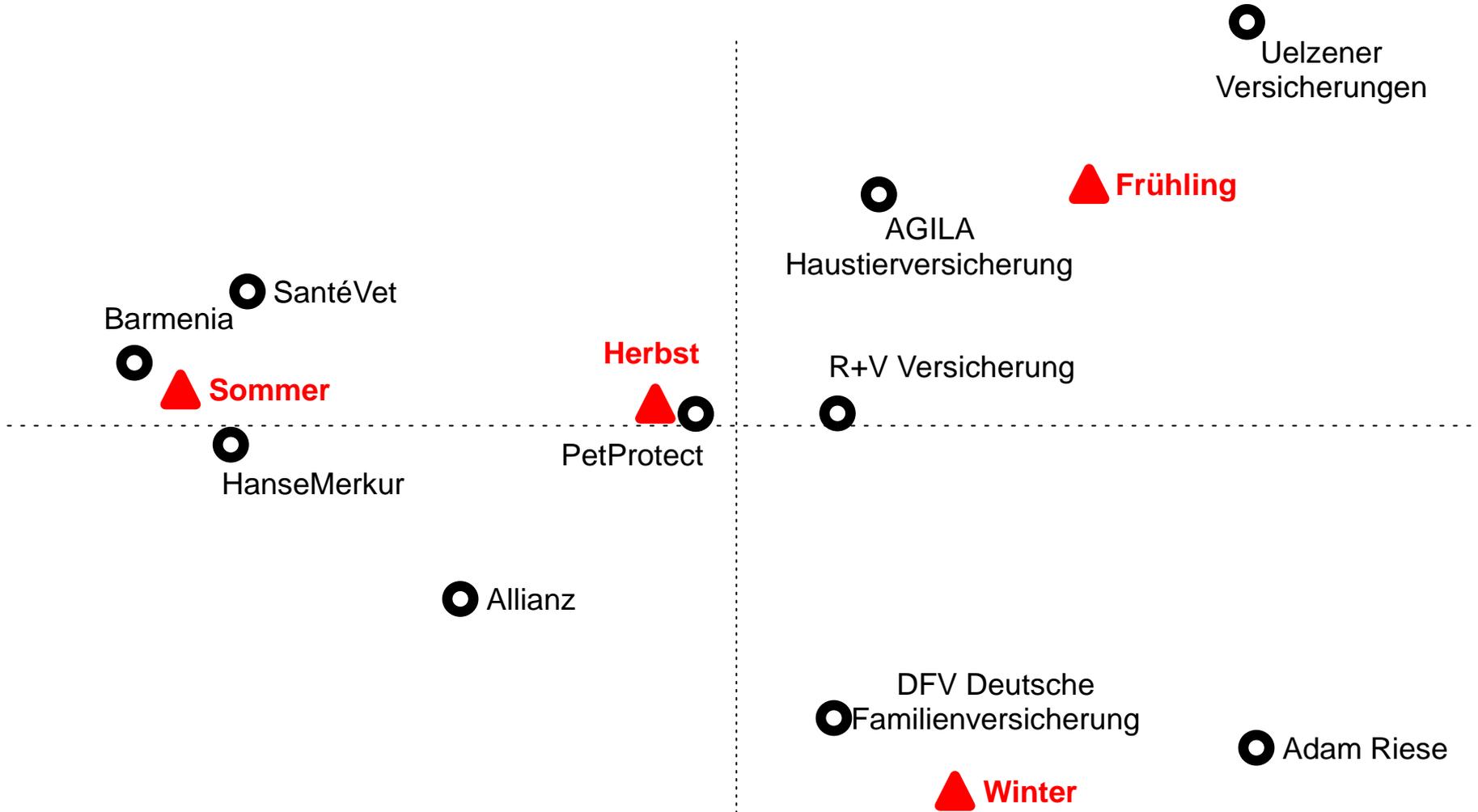
Kommunikationspositionierung

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



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

research tools
Kesselwasen 10
73728 Esslingen am Neckar
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