



Studiensteckbrief
Studie Communication
Kfz-Versicherungen 2011

- nur Haftpflicht
- Haftpflicht und Teilkasko
- Haftpflicht und Vollkasko

(c) Thoben Wengert / pixelio.de



research tools
Marktforschung
für Innovation und Handlungssicherheit

Studie Communication Kfz-Versicherungen 2011



THOMSON MEDIA CONTROL

Informationen zur Studie (1)

2

Key Facts:

- Im Werbedynamik-Ranking finden sich immer mehr Anbieter, die nicht aus der klassischen Versicherungsbranche stammen. Den ersten Rang belegte ein Automobilhersteller bzw. dessen Finanzsparte.
- Mit einem Werbeinsatz von über 10 Mio. Euro hat eine große Versicherung ihren Werbeetat für Kfz-Versicherungen drastisch gesteigert und sich im Ranking der werbestärksten Unternehmen damit auf Rang drei katapultiert.
- Das Gesamtwervolumen ist im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 3,3 Mio. Euro gestiegen. Die Zahl der werbetreibenden Unternehmen hingegen ist zurückgegangen.
- Fast Dreiviertel der Werbegelder fließen in Fernseh- und Onlinewerbung. Die Bedeutung des Internet hat aber stark abgenommen (-13%).
- Drei Unternehmen vereinigen fast die Hälfte der gesamten Werbeausgaben für Kfz-Versicherungen auf sich.

Fazit: Bei der Sparte Kfz-Versicherungen handelt es sich für die Anbieter um einen extrem schwierigen Markt. Neben einem enormem Preisdruck steigt auch die Wechselbereitschaft der Kunden zunehmend an. Umso wichtiger ist es für die Versicherer, sich, ihr Angebot und die eigenen Stärken mittels geeigneter Marketing- und Werbemaßnahmen sowie Kommunikationssausagen hervorzuheben.



Marktforschung
für Innovation und Handlungssicherheit

research tools

Studie Communication Kfz-Versicherungen 2011



THOMSON MEDIA CONTROL

Informationen zur Studie (2)

3

Sie möchten wissen, wie viele Anbieter im Segment der Kfz-Versicherungen in den klassischen Medien TV, Zeitung, Zeitschrift, Internet, Outdoor und Radio werben und wie viel sie dafür aufwenden? Wer auf der einen Seite die werbedynamischsten und auf der anderen die werbestärksten Unternehmen im Markt sind? Wie sich der Mediensplit einzelner Wettbewerber zusammensetzt und sich dieser im Vergleich zum Vorjahr verändert hat? Welche Mediastراتيجien der Wettbewerb einsetzt? Mit welchen Argumenten Ihre Wettbewerber arbeiten und wie die Motive dazu aussehen?

Forschungsdesign: Die Studie basiert auf Daten zu Werbespendings und Werbemotiven von **Thomson Media Control (TMC)**. Neben aktuellen Zahlen zum Gesamtmarkt enthält die Studie Rankings der werbedynamischsten und werbestärksten Unternehmen sowie eine eingehende Analyse von **zehn Unternehmen**, die aufgrund ihrer besonderen Werbedynamik, Werbestärke oder Positionierung ausgewählt wurden. Dabei handelt es sich um folgende Anbieter: Axa, Concordia, direkt, Deutsche Internet Versicherung, DEVK, Direct Line, HUK-Coburg, LVM, Vereinte Spezialversicherung und Zurich. Die Studie betrachtet dabei den Zeitraum Dezember 2009 bis November 2010. Below-the-line Aktivitäten werden in der Studie nicht analysiert.



Maßstäbe / **neu definiert**



CONCORDIA
Versicherungen



Deutsche Allgemeine Versicherungen



deutsche internet
versicherung ag

DEVK
VERSICHERUNGEN



research tools

Marktforschung
für Innovation und Handlungssicherheit

Studie Communication Kfz-Versicherungen 2011



THOMSON MEDIA CONTROL

Informationen zur Studie (3)

4

Alle Ergebnisse werden immer differenziert für die zehn betrachteten Unternehmen dargestellt. Um eine unmittelbare Nutzung zu ermöglichen, beispielsweise für interne Präsentationen, wird die Studie als PDF- und ppt.-Datei geliefert.

Die über 150 Seiten umfassende Studie kostet **4.800 EUR** zuzüglich Mehrwertsteuer

Die Herausgeber:

Thomson Media Control (TMC) ist Spezialist im Bereich der Werbebeobachtung und –analyse in Echtzeit mit Sitz in Baden-Baden. Permanent werden über 642 Printtitel, davon 166 Tageszeitungen (inklusive aller überregionalen Tageszeitungen), 320 Publikumszeitschriften, 146 Fachzeitschriften und 10 Wochenblätter, über 85 Fernseh- und Radiosender sowie über 675 der bekanntesten und weitverbreiteten Internetseiten beobachtet und analysiert.

Die Marktforschungsberatung **research tools** hat sich auf die Konzeption innovativer Marktforschungsinstrumente spezialisiert. Das Unternehmen mit Sitz in Esslingen am Neckar hilft Unternehmen dabei, die Erkenntnisse aus neuen Marktforschungsmethoden mit den Unternehmensprozessen zu verzahnen und umsetzungsstarke Werkzeuge zu entwickeln.



direct line



HUK-COBURG
Aus Tradition günstig

LVM
VERSICHERUNG



ZURICH



research tools

Marktforschung
für Innovation und Handlungssicherheit

Studie Communication Kfz-Versicherungen 2011



THOMSON MEDIA CONTROL

Inhaltsverzeichnis (1)

5

• Vorwort	5
• Management Summary	7
• Forschungsdesign	11
• Gesamtmarkt	14
• Entwicklung der Werbespendings im Gesamtmarkt	17
• Verteilung der Werbespendings im Gesamtmarkt	22
• Anzahl der werbenden Unternehmen pro Monat	26
• Ranking Werbedynamik (Top 20 - Unternehmen)	27
• Ranking Werbedynamik (Bottom 10 - Unternehmen)	29
• Ranking Werbevolumen (Top 20 - Unternehmen)	30
• Entwicklung der Spendings der werbestärksten Unternehmen	32
• Werbespendings zehn ausgewählter Unternehmen	35
• Verteilung auf die Medien	38
• Kennzahlen (SoA, SoV Internet)	50
• Verteilungen und Entwicklungen nach Unternehmen	56
• Mediastراتيجien	96



Inhaltsverzeichnis (2)

6

- Werbemotive 99
- Rankings nach Werbedruck 100
- Nutzenargumente 104
- Motive der Unternehmen 106
- Motiv-Highlights 149
- Kontakt 153



research tools | ls
Marktforschung
für Innovation und Handlungssicherheit erhebt

Studie Communication Kfz-Versicherungen 2011



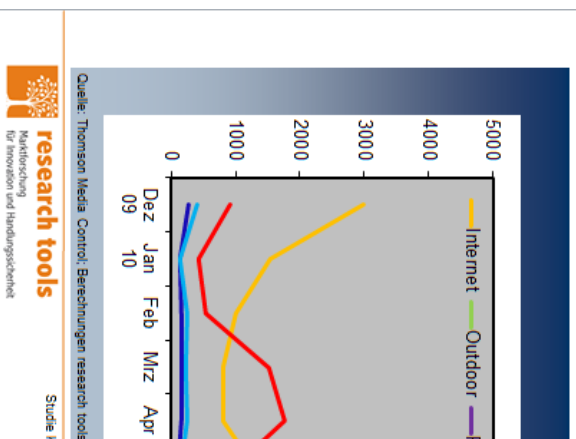
THOMSON MEDIA CONTROL

Beispielseiten (1)

7

Gesamtmarkt

20 Entwicklung Werbeausgaben nach Medien in TEUR



Gesamtmarkt

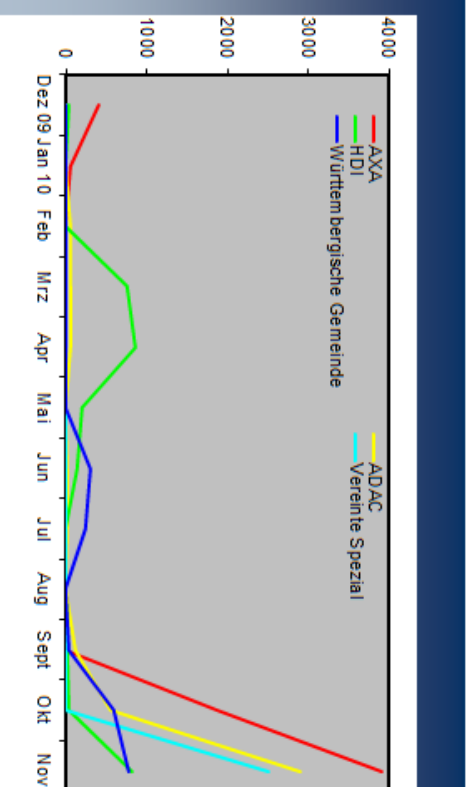
27 Top 20 der werbedynamischsten Unternehmen

Rang	Unternehmen	Wert
11	DEVK	Dez 2
12	ÖSA Versicherungen	
13	Admiral Direkt.de	
14	Concordia Versicherungen	
15	Lippsische Landes-Brandversicherung	
16	BGV Badische Vers.	
17	LVM Versicherungen	
18	Deutsche Allgemeine Versicherung	
19	Multipart Garantie	
20	Provinzial Brandkasse Versicherungsanstalt	

Quelle: Thomson Media Control; Berechnungen: research tools

Gesamtmarkt

32 Entwicklung der Ausgaben der werbestärksten Unternehmen in TEUR (Rang 6-10)



teilweise fiktive Daten



research tools
Marktforschung
für Innovation und Handlungssicherheit

Studie Communication Kfz-Versicherungen 2011



Studie Kfz-Versicherungen 2011



THOMSON MEDIA CONTROL

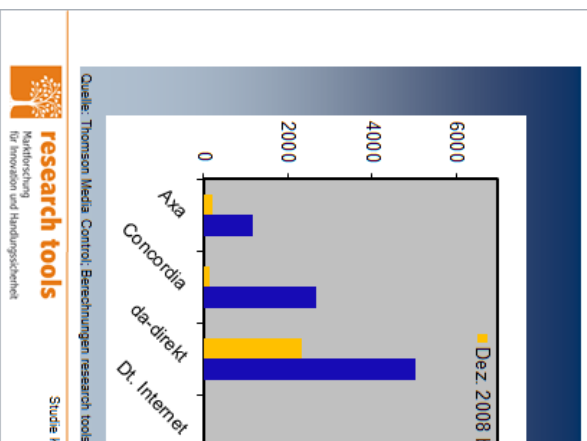
Beispielseiten (2)

8

Werbespendings

Verteilung der Werbeausgaben auf das Medium Presse

46



Quelle: Thomson Media Control; Berechnungen research tools
research tools
 Marktforschung für Innovation und Handlungssicherheit

Studie K

Werbespendings

Concordia: Verteilung der Werbeausgaben auf die Medien absolut in EUR

59

Medium	Dez. 2009 – Nov.
Internet	
Outdoor	
Radio	1.16
TV	1.16
Zeitschriften	
Gesamt	2.34

Quelle: Thomson Media Control; Berechnungen research tools

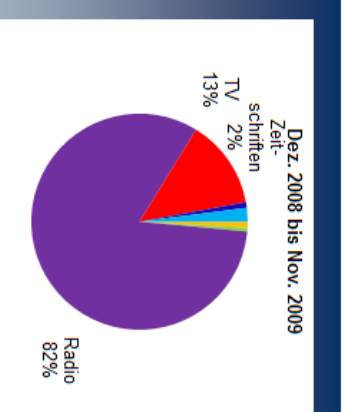
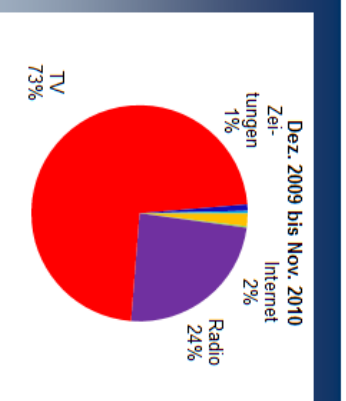
research tools
 Marktforschung für Innovation und Handlungssicherheit

Studie KITZ

Werbespendings

DEVK: Verteilung der Werbeausgaben auf die Medien

73



Quelle: Thomson Media Control; Berechnungen research tools

research tools
 Marktforschung für Innovation und Handlungssicherheit

Studie KITZ-Versicherungen 2011

TMC
 THOMSON MEDIA CONTROL

teilweise fiktive Daten



research tools

Marktforschung für Innovation und Handlungssicherheit

Studie Communication Kfz-Versicherungen 2011



THOMSON MEDIA CONTROL

Beispielseiten (3)

9

Werbemotive

110

AXA - Zeitschriften

research tools
Marktforschung
für Innovation und Handlungssicherheit

Studie Kfz-

Werbemotive

107

Concordia - Outdoor

research tools
Marktforschung
für Innovation und Handlungssicherheit

Studie Kfz-

Werbemotive

122

DEVK - Internet

DEVK	Kfz-Versicherung	4€ / Monat	DEVK	Motorradversicherung	100€	DEVK	Motorradversicherung	100€
DEVK	Kfz-Versicherung schon ab geringen Kfz-Preisen	4€ / Monat	DEVK	Motorradversicherung	100€	DEVK	Motorradversicherung	100€
DEVK	Kfz-Versicherung schon ab geringen Kfz-Preisen	4€ / Monat	DEVK	Motorradversicherung	100€	DEVK	Motorradversicherung	100€
DEVK	Kfz-Versicherung schon ab geringen Kfz-Preisen	4€ / Monat	DEVK	Motorradversicherung	100€	DEVK	Motorradversicherung	100€

bestgarantie-AUTO
DEVK

Zweitesbestes Schutz vor unerwarteten Reparaturkosten!

research tools
Marktforschung
für Innovation und Handlungssicherheit

Studie Kfz-Versicherungen 2011

TMC
THOMSON MEDIA CONTROL

teilweise fiktive Daten



research tools

Marktforschung
für Innovation und Handlungssicherheit

Studie Communication Kfz-Versicherungen 2011



THOMSON MEDIA CONTROL