

# MEDIADATEN

Die Online-Fachzeitung auf [www.versicherungsmonitor.de](http://www.versicherungsmonitor.de)



Sie möchten, dass die Versicherungsbranche Ihre Botschaft hört?  
 Wir erreichen die Entscheider, die Führungskräfte der Versicherungsbranche.

Wir sollten reden.

Führungskräfte deutscher und internationaler Versicherer lesen uns, ebenso Risikomanager, Manager großer Maklerunternehmen, Versicherungseinkäufer der Industrie, die Spitze der Versicherungsaufsichten BaFin und Eiopa, Fachanwälte für Versicherungsrecht und andere Branchen, die sich mit der Assekuranz befassen. Aktienanalysten lesen und zitieren uns.

Diese Unternehmen werben im Versicherungsmonitor:



## Unser Angebot:

- Online-Anzeigen auf der Website und im Newsletter
- Print-Anzeigen in den Dossiers und im Themenüberblick „Die Woche“

Wir entwickeln unser Angebot ständig weiter. Wenn Sie weitere Ideen oder Vorstellungen für eine Zusammenarbeit haben, freuen wir uns auf Ihren Anruf.

### Kontakt:

Anna Gentrup

Telefon +49 (0)221 512 007

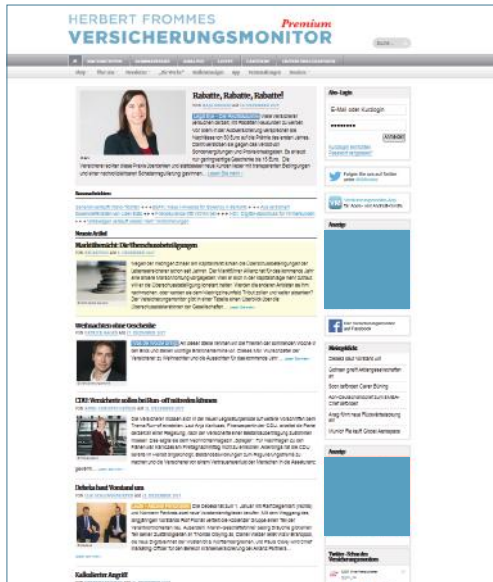
[anna.gentrup@versicherungsmonitor.de](mailto:anna.gentrup@versicherungsmonitor.de)

## Gründe für eine Anzeige im Versicherungsmonitor

1. Wir sprechen eine sehr spitze Zielgruppe von Führungskräften der Erst- und Rückversicherungsbranche an. Andere Fachmedien der Versicherungswirtschaft richten sich in erster Linie an Versicherungsvermittler.
2. Da wir nur wenige Werbeplätze auf der Website anbieten, erzielen Sie eine deutliche Wahrnehmung bei den Lesern.
3. Durch die Anzeigenrotation entsteht bei den Lesern kein Gewöhnungseffekt. Ihre Anzeige generiert deutlich mehr Aufmerksamkeit.
4. Werbeanzeigen sind für alle Website-Besucher sichtbar, nicht nur für Abonnenten.
5. Die Website ist für Google News optimiert und erzielt dadurch eine hohe Reichweite.
6. Eine Anzeige im Versicherungsmonitor ist günstiger als in vielen Printmedien.

Anzeigenplätze in den Online- und Printmedien des Versicherungsmonitors

Online-Anzeigen auf der Website und im Newsletter



1.300 Abonnenten  
Über 65.000 Page Impressions im Monat  
Knapp 33.000 Visits im Monat

Über 10.000 Empfänger

Print-Anzeigen in den Dossiers und im Themenüberblick „Die Woche“



Auflage 2.500 Stück  
Verkauf über Amazon und  
im Online-Shop



1.300 Empfänger



Online-Anzeigen auf der Website [www.versicherungsmonitor.de](http://www.versicherungsmonitor.de)

Anzeigen auf der Website sind für alle Besucher sichtbar.



Anzeige in der rechten Menüsäule  
 279 Pixel Breite, 258 Pixel Höhe  
 Wochenweise Buchung  
 Preis: 865 Euro zuzüglich 19 Prozent Mehrwertsteuer

Option 1: „Motivrotation“  
 Schalten Sie auf einem Werbeplatz bis zu fünf Anzeigenmotive. Der Websitebesucher sieht nach jedem Klick auf der Seite ein anderes Motiv. Kein Gewöhnungseffekt.  
 Wochenweise Buchung.  
 Preis: 970 Euro zuzüglich 19 Prozent Mehrwertsteuer

Option 2: Geteilter Anzeigenplatz  
 Schalten Sie Ihre Anzeige im Wechsel mit einer Anzeige eines anderen Unternehmens oder des Versicherungsmonitors. Besonders günstig. Kein Gewöhnungseffekt.  
 Wochenweise Buchung.  
 Preis: 540 Euro zuzüglich 19 Prozent Mehrwertsteuer

## Online-Anzeigen im Newsletter

**HERBERT FROMMES  
 VERSICHERUNGSMONITOR**

Top Thema | Zahl des Tages | News | Making + Analyse | Schadenfall

Newsletter vom 13.12.2017

top Thema

**S&P: 2018 bleibt herausfordernd**



Auch das kommende Jahr wird für die Versicherer in Europa, dem Nahen Osten und Afrika nicht komfortabel. Top-Risiko bleibt das Niedrigzinsfeld, schließt die Ratingagentur S&P in einem aktuellen Bericht. Lebensversicherer müssen sich nach Kräften um das Management ihrer Rückstände und die Änderung des Produktmixes bemühen. Schaden- und Unfallversicherer müssen die Zahlungsprozesse in einem unruhigen Markt neu gestalten. Dazu kommen neue Risiken wie die Digitalisierung, Cyberkriminalität und der Klimawandel, erläutern die Versicherungsanalysten der S&P. [insightquarter.com](http://insightquarter.com)

**Zahl des Tages: 832 Mio. Euro**

Der hantovarianer Versicherer Allianz hat als Konzernaktiener eine Anleihe im Volumen von 832 Mio. Euro zur Finanzierung des Offshore-Windparks Borsum/Riffgrund geschlossen.

News

**Scor befördert Caren Bünning**



Der Risikopräsidentin Caren Bünning wird ab 1. Januar 2018 die deutsche Schaden- und Unfall-Versicherungsbereich übergeben. Bünning ist die derzeitige Hauptverantwortliche für den Bereich Schaden- und Unfallversicherung bei Scor. Bünning wird ab 1. Januar 2018 die deutsche Schaden- und Unfall-Versicherungsbereich übergeben. Bünning ist die derzeitige Hauptverantwortliche für den Bereich Schaden- und Unfallversicherung bei Scor.

Folgen Sie dem Versicherungsmonitor auf Facebook, Twitter und Xing



**Servicechaos bei der Allianz**

Die Allianz will unter Konzernchef Oliver Bletzinger an die Kunden. Dazu muss der Versicherer schneller reagieren und digitaler werden. Doch nach einer IT-Umstellung bei der Allianz Private Krankenversicherung (PKV) in München vorhin Kunden seit Monaten auf der Warteliste. Auslands gibt es keine. Offenbar hat das Team um APH-Chef Birgit König die Schwerepunkte der Umstellung unterschätzt. Kritischer Punkt der Kunden: Die Kapazitäten in den eigenen Fachabteilungen sind oft und externe Callcenter drückend, um zumindest die Haftzahlen zu verwalten, sagt ein Sprecher. Doch die Wut der Kunden, die sich im Internetforum beschwerten, bleibt groß. [weiterlesen auf sueddeutsche.de](http://weiterlesen.auf.sueddeutsche.de)

**China: Chubb kooperiert mit Industrieversicherer PICC**

Der Spezialversicherer Chubb hat sich mit dem chinesischen Hersteller PICC Property & Casualty auf eine zehnjährige strategische Partnerschaft geeinigt. Als Teil der Vereinbarung plant Chubb weltweit in seinen Büros Servicezentren für die Unternehmenskunden von PICC und andere chinesische Firmen ein. Geplant sind außerdem Weiterbildungen und Trainings für die Mitarbeiter von PICC, die an den Servicezentren im Einsatz sind. Die Zusammenarbeit ist Teil der Initiative „GMSU-Unit“ und „One Belt One Road“, mit dieser China indische Firmen ermutigen will, im

**Bafin: Neue Hinweise für Solvency II-Berichte**

Die Versicherer werden ihre nächsten Solvency II-Berichte, auch SFCR genannt, Solvency and Financial Condition Report, detaillierter gestalten müssen. Die Finanzaufsicht BaFin hat am Donnerstag ihre Hinweise zum Solvency II-Berichtswesen aktualisiert – und einige wichtige wirtschaftliche Bausteine werden in erster Linie die Passagen zum SFCR, also zu den ORSA-Berichten (Own Risk and Solvency Assessment), betreffen. Ein BaFin-Sprecher, weiterlesen auf [versicherungsmonitor.de/4/](http://versicherungsmonitor.de/4/)

**Axa versichert Essenslieferanten von Uber Eats**

Der Lebensmittellieferer Uber Eats, der zum Fahrtenkammerliefen gehört, will seine Kunden in Europa künftig versichern. Dazu kooperiert Uber Eats mit dem Axa-Konzern. Die Lieferanten, die in der Regel selbstständig sind, sollen ab 1. Januar 2018 einen Versicherungsschutz erhalten, der Unfälle, Haftungsansprüche, Sachschäden und Verletzungen Dritter umfasst. Weiterlesen auf [versicherungsmonitor.de/4/](http://versicherungsmonitor.de/4/), Reuters.com

**Versicherer lassen bei Riester kräftig Federn**

Das Bundesministerium für Arbeit und Soziales hat Zahlen zum aktuellen Bestand an Riestern.

**Zitat des Tages**

„Smartphone wird auch im Rahmen der Digitalisierung immer weiter entwickelt. Daher müssen sich Versicherer schon jetzt überlegen, wie die künftig ihr Stück vom Kuchen abstecken.“

**Stefan Wozniak**, Vizepräsident Consulting und Financial Engineering bei Process IT, im IT-Fachmagazin

**Gestern meistgeklickt**

**Warnung von der Bürgerversicherung**

Der Versuch der SPD, die Bürgerversicherung zur Bedingung für eine große Koalition zu machen, hat zu heftigen Reaktionen bei den privaten Krankenversicherern (PKV) und Schwerkraftern geführt. PKV-Verbands- und Debita-Chef Uwe Lasse warnt vor dem Verlust tausender Arbeitsplätze in der Branche. Debita-Chef hat große Probleme als „eine wirkliche Regelreform an unserem gut funktionierenden Gesundheitssystem“, so Lasse. Der Präsident der Bundeskammer Franz Ulrich Hergemeyer beschwört die Bürgerversicherung als „Turboleiter in die Zwei-Klassen-Medix“, weiterlesen auf [faz.net](http://faz.net)

**Meinung + Analyse**

**Begrenzte Kapazitäten – oder falsche Priorisierung?**



Leidet die Versicherungsbranche unter einem Mangel an Kapazitäten und Talent? Viele Versicherungsunternehmen beklagen, dass es aufgrund immer denselben Personals sind, mit denen die wichtigsten Projekte angingen und insbesondere auch die Innovationen in den vergangenen Jahren seien. Dies schränkt die Reaktivität dieser Mitarbeiter an anderen wichtigen Stellen. Wegen dieser Argumentation stellen viele Digitalisierungsstrategien auf der Strecke, schreibt Christian Myken, Partner und Managing Director bei der Unternehmensberatung EY Innovate, auf [versicherungsmonitor.de](http://versicherungsmonitor.de). Aber was sind die wirklich wichtigen Themen und gibt es tatsächlich nur so wenig Talent in der Branche? Weiterlesen auf [versicherungsmonitor.de/4/](http://versicherungsmonitor.de/4/)

**Auf Versicherungsmonitor Premium**

Der Lebensversicherer Axa Leipzig rückt jetzt erneut die Überschussbeteiligung klar. Weiterlesen [4/](http://4/)

Debita-aktive Versicherer sind aus rechtlichen Gründen nicht in jeder Sparte möglich, vor allem Teilhaber des Fachbereichs des Konzerns zur Förderung der

Den kostenlosen Newsletter versenden wir montags bis freitags an über 10.000 Empfänger aus der Versicherungswirtschaft. Er enthält eine Übersicht aktueller Branchennachrichten auf [versicherungsmonitor.de](http://versicherungsmonitor.de) und in anderen Online-Medien. Der Newsletter hat konstant hohe Öffnungsraten über 30 Prozent.

### Newsletter-Banner

Format 560 x 200 Pixel

Bild-oder Textanzeigen möglich (Animierte Anzeigen sowie Ton- und Videoelemente sind nicht möglich)

Schaltung über 1 Woche, also in 5 Newsletter-Ausgaben (Mo-Fr)

Preise zuzüglich 19% Mehrwertsteuer

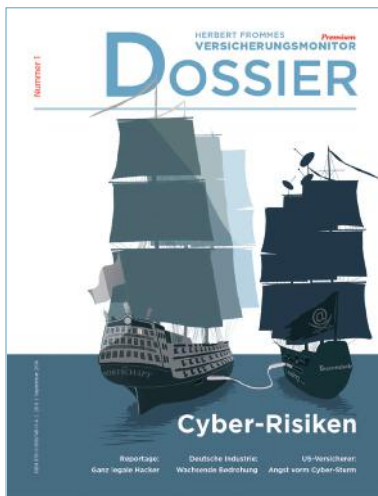
Oberste Platzierung 1.350 Euro

2. Platz 1.300 Euro

3. Platz 1.200 Euro

Anzeigen im gedruckten Dossier

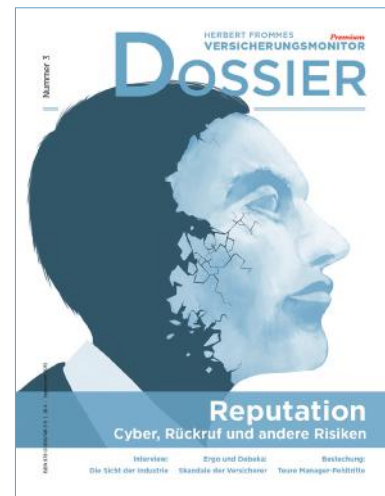
September 2014



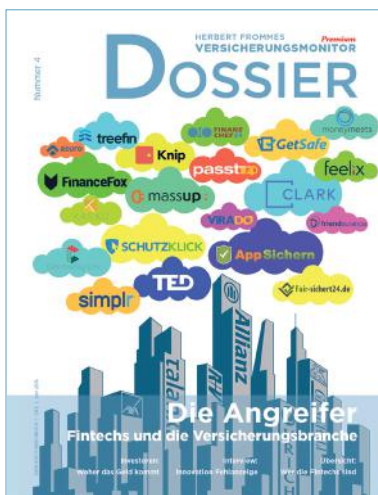
Mai 2015



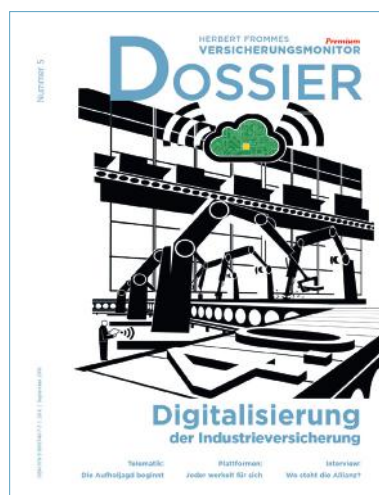
September 2015



Juni 2016



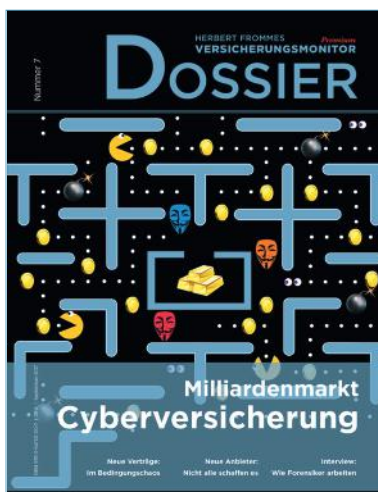
September 2016



Mai 2017



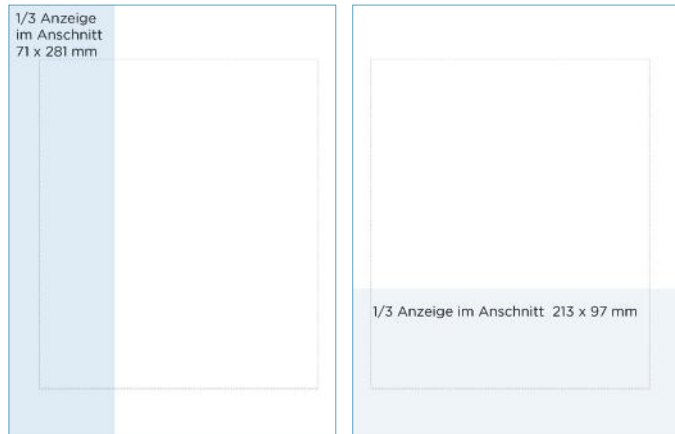
September 2017



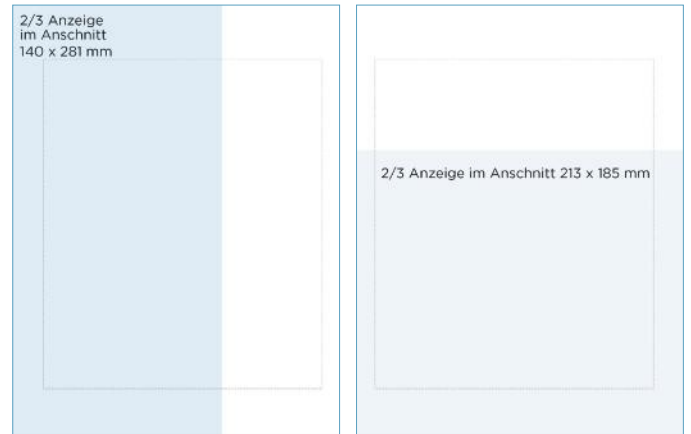
Für 2018 sind Ausgaben zu den Themen „Kreditversicherung“ und „Insurtechs und Digitalisierung“ geplant.

## Anzeigen im gedruckten Dossier

### Anzeigenformate:



**Anzeigenformat 1/3-Seite**  
 vertikal oder horizontal  
 Anschnitt: 71 x 281 mm oder 213 x 97 mm  
 Preis: 2.300 Euro zzgl. 19 Prozent Mehrwertsteuer



**Anzeigenformat 2/3-Seite**  
 vertikal oder horizontal  
 Anschnitt: 140 x 281 mm oder 213 x 185 mm  
 Preis: 3.850 Euro zzgl. 19 Prozent Mehrwertsteuer



**Anzeigenformat 1/2-Seite**  
 vertikal oder horizontal  
 Satzspiegel: 93 x 281 mm  
 Anschnitt: 213 x 140,5 mm oder 108 x 281 mm  
 Preis: 3.300 Euro zzgl. 19 Prozent Mehrwertsteuer



**Anzeigenformat 1/4 Seite**  
 vertikal oder horizontal  
 Anschnitt: 213 x 71 mm oder 109,5 x 140,5 mm  
 Preis: 1.300 Euro zzgl. 19 Prozent Mehrwertsteuer

**Anzeigenformat 1 Seite**  
 Satzspiegel: 178 x 210 mm  
 Anschnitt: 213 x 280 mm  
 Preis: 6.050 Euro zzgl. 19 Prozent Mehrwertsteuer

**Anzeigenformat 1 Seite auf dem Magazinrücken**  
 Anschnitt: 213 x 280 mm  
 Preis: 7.500 Euro zzgl. 19 Prozent Mehrwertsteuer



# Print-Anzeigen im Themenüberblick „Die Woche“

Erscheint jeden Freitag. Exklusiv für Abonnenten des Premiumdienstes.

Print-Anzeige: Cover des 'Die Woche' Magazins, Ausgabe 15 vom 15. Dezember 2017. Der Hauptartikel lautet: 'Der digitale Krankenversicherer: Ottovona plant Beihilfetaff'. Weitere Artikelüberschriften sind: 'WAS DIE WOCHE BRINGT: Weihnachten ohne Geschenke', 'RECHTSFACHBEREICH: München Re: Streit um Grenfell-Feuer', 'KOMMEN: Debeke baut Vorstand um', 'KULISSEN: Die gestressten Alleskönner', 'STREBBER: Elopas Milliardenerlöse bei den Betriebsrenten'. Das Cover zeigt eine Gruppe von Personen in einem geschäftlichen Umfeld.

Print-Anzeige: Artikelüberschrift 'München Re: Streit um Grenfell-Feuer'. Der Text bespricht die rechtliche Auseinandersetzung zwischen der Versicherung München Re und Grenfell im Zusammenhang mit der Grenfell-Katastrophe in London. Ein Foto zeigt zwei Männer in Anzügen, die offenbar die Beteiligten sind.

Print-Anzeige: Artikelüberschrift 'Elopas Milliardenerlöse bei den Betriebsrenten'. Der Text berichtet über die hohen Gewinne von Elopas aus dem Bereich der betrieblichen Altersvorsorge. Ein Foto zeigt eine Person, die an einem Computer arbeitet.

Print-Anzeige: Artikelüberschrift 'Nachtwunder'. Der Text behandelt die Auswirkungen von Nachtarbeit auf die Gesundheit und das Wohlbefinden der Betroffenen. Ein Foto zeigt eine Person, die an einem Computer arbeitet.

Den Themenüberblick „Die Woche“ versenden wir immer freitags als druckoptimiertes PDF per E-Mail an die Abonnenten des kostenpflichtigen Premiumdienstes. Perfekt zum Ausdrucken. Perfekt als Lektüre für den Feierabend.

## Anzeigen in „Die Woche“

Vollseite 4-farbig, 180 mm x 250 mm (BxH) Preis: 1.200 Euro zzgl. 19 Prozent Mehrwertsteuer

Doppelseite 4-farbig, 390 mm x 250 mm (BxH) Preis: 2.200 Euro zzgl. 19 Prozent Mehrwertsteuer

Halbseite 4-farbig, 180 mm x 125 mm (BxH) Preis: 600 Euro zzgl. 19 Prozent Mehrwertsteuer

Banner 4-farbig, Breite 57,5 mm x 250 mm (BxH) Preis: 600 Euro zzgl. 19 Prozent Mehrwertsteuer

**Kontakt für Anzeigenbuchungen:**

Anna Gentrup  
Telefon +49 (0)221 512 007  
E-Mail [anna.gentrup@versicherungsmonitor.de](mailto:anna.gentrup@versicherungsmonitor.de)  
Fax +49(0)221 52 97 93

Es gelten unsere Allgemeine Geschäftsbedingungen für Werbeanzeigen.

## Impressum

Herbert Frommes Versicherungsmonitor Premium

Herausgeber und verantwortlich für den Inhalt im Sinne des Telemediengesetzes  
Herbert Fromme

Anbieter  
Frommes Versicherungsmonitor GmbH  
Genter Str. 3-5  
50672 Köln

E-Mail, Telefon und Fax  
[redaktion@versicherungsmonitor.de](mailto:redaktion@versicherungsmonitor.de)  
Telefon +49 221 512007  
Telefax +49 221 529793

Registergericht  
Amtsgericht Köln  
HRB 78541

Umsatzsteueridentifikationsnummer  
DE815436991

Geschäftsführer  
Herbert Fromme

Erfüllungsort  
Köln