

# 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

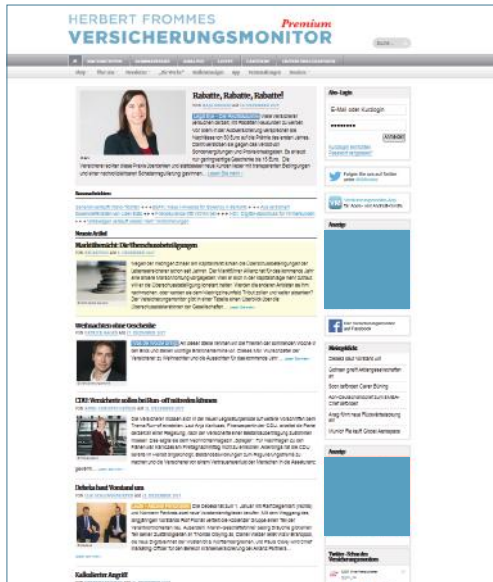
[anna.gentrup@versicherungsmonitor.de](mailto:anna.gentrup@versicherungsmonitor.de)

## 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 Aktivastrände und die Änderung des Produktmixes bemühen. Schaden- und Unfallversicherer müssen die Zuordnungsgesetze in einem umgekehrten Licht betrachten. Dazu kommen neue Risiken aus der Digitalisierung, Cyberkriminalität und der Klimawandel, erläutern die Versicherungsanalysten der OI, [kontakt@oierstat.com](mailto:kontakt@oierstat.com)

Wir empfehlen

**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 zugeliefert.

News

**Scor befördert Caren Bünning**



Der Risikopräsidentin Scarlett hat die Vorstandlerin der Spitze des deutschen Unternehmens ersetzt. Caren Bünning wird ab 1. Januar 2018 die deutsche Schaden- und Unfall-Versicherung verantworten. Bünning ist die Tochter des Hauptberaters der Allianz, Manfred Schuler. Ihre Hauptverantwortung liegt nicht in der Schaden- und Unfallversicherung, sondern in der Geschäftsleitung des Versicherungsmarktes. Sie ist die

Folgen Sie dem Versicherungsmonitor auf Facebook, Twitter und Xing



**Servicechaos bei der Allianz**

Die Allianz will unter Konzernchef Oliver Eibl einher 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, ausserdem gibt es keine Offenbar hat das Team um CFO/Chief Financial Officer die Schwerepunkte der Umstellung identifiziert. Kritischer Punkt der Kunden die Kapazitäten in den eigenen Fachabteilungen sind nicht und externe Callcenter dazu geschaltet, um zumindest die Haftzahlen zu verwalten, sagt ein Sprecher. Doch die Wut der Kunden, die sich im Internetforum beschwerten, bleibt groß, weiterhin auf [suendeutsche.de](http://suendeutsche.de)

Anzeige

**Der Kampf um die Bürgerversicherung**

Die SPD macht sich für eine Bürgerversicherung stark und will sie zur Kernforderung für Koalitionsgespräche machen. Die Union lehnt das vehement ab. „Ist die Gesundheitsreform zum nächsten Zankapfel der GroKo?“, fragt der Spiegel. Die Bürgerversicherung sei eine von mehreren SPD-Forderungen für mehr Gerechtigkeit, sagt SPD-Gesundheitspolitikerin Kathi Lindemann. „Bedrohungen für die Bürgerversicherung sind nicht zu übersehen“, schreibt sie. Eine Jarmila-Kalkulation auch daran geschickter, dass man öffentlich über Kompromisslösungen diskutiert hat, weiterlesen auf [spiegel.de](http://spiegel.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 „GEMS Out“ und „One Belt One Road“, mit denen China indische Firmen ermutigen will, im

Anzeige

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

Die Versicherer werden ihre nächsten Solvency II-Berichte, auch SFOR 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 SFOR und zu den ORSA-Berichten (Own Risk and Solvency Assessment), bezuglich ein BaFin-Sprecher, weiterlesen auf [versicherungsmonitor.de/4/](http://versicherungsmonitor.de/4/)

**Axa versichert Essenslieferanten von Uber Eats**

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

Anzeige

**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-CEO Uwe Lasse warnt vor dem Verlust tausender Arbeitsplätze in der Branche. Debita hat große Probleme als „eine wirkliche Kapitalform an unserem gut funktionierenden Gesundheitssystem“, so Lasse. Der Präsident der Bundeskammer Franz Ulrich Hergemeyer beschwört die Bürgerversicherung als „Turboleuten 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 schreibe die Beibehaltung dieser Mitarbeiter zu anderen wichtigen Initiativen. Wegen dieser Argumentation denken viele Digitalisierungsinitiativen auf der Strecke, schreibt Christian Myken, Partner und Managing Director bei der Unternehmensberatung EY Innovativ, 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 erneut die Überschussbeteiligung klarer weiterlesen [4/](http://4/)

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

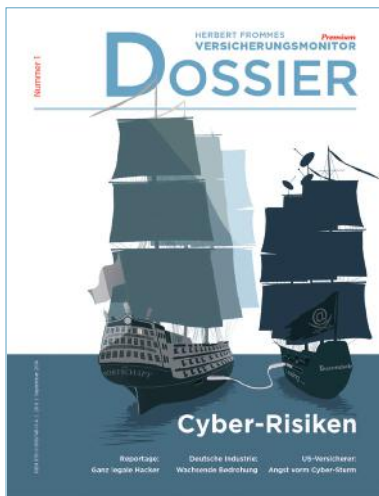
Den kostenlosen Newsletter versenden wir montags bis freitags an über 10.000 Empfänger aus der Versicherungswirtschaft. Er enthält eine Übersicht aktueller Branchennachrichten auf [versicherungsmonitor.de](http://versicherungsmonitor.de) und in anderen Online-Medien. Der Newsletter hat konstant hohe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

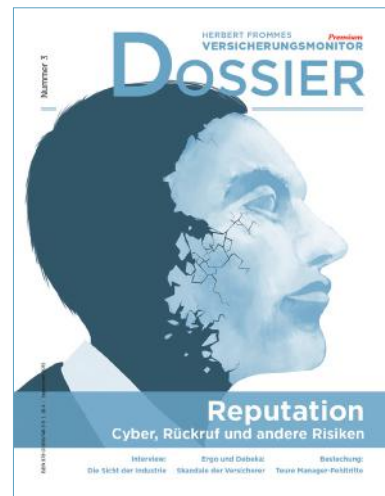
September 2014



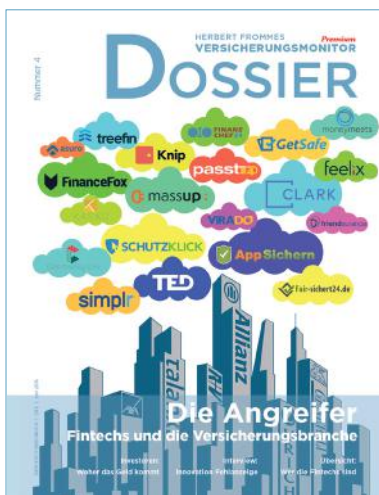
Mai 2015



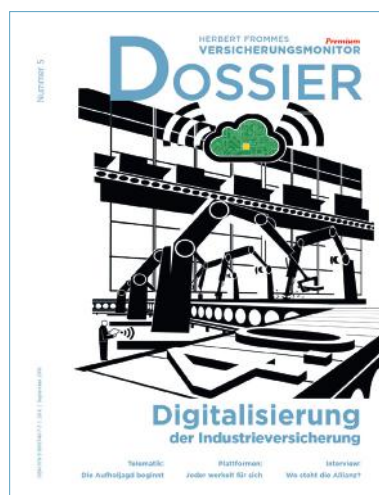
September 2015



Juni 2016



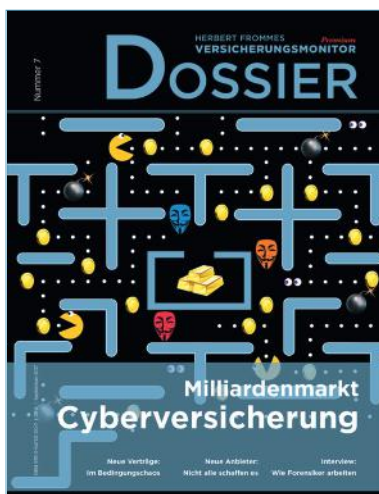
September 2016



Mai 2017



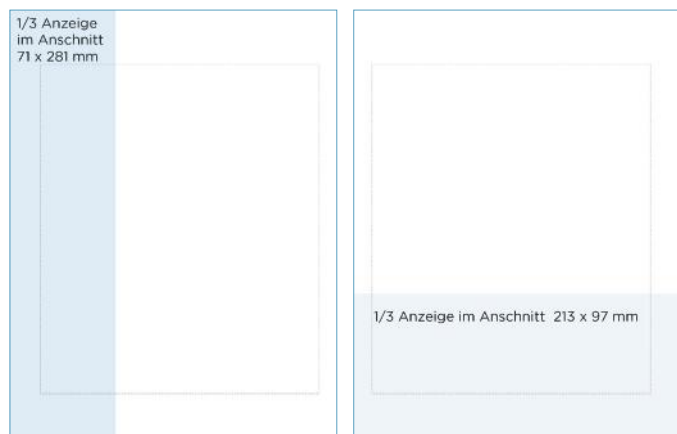
September 2017



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

## Anzeigen im gedruckten Dossier

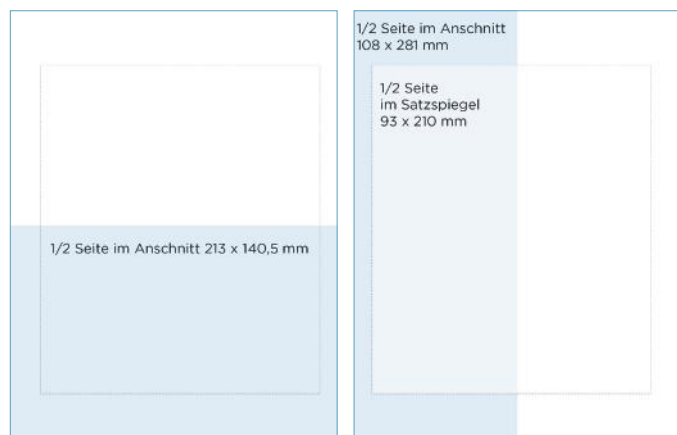
### Anzeigenformate:



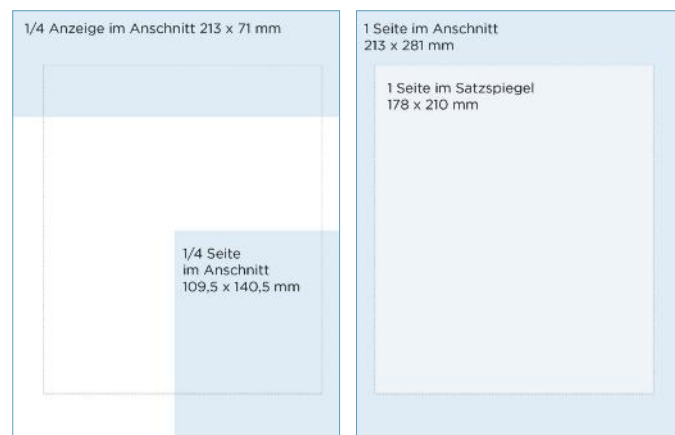
**Anzeigenformat 1/3-Seite**  
 vertikal oder horizontal  
 Anschnitt: 71 x 281 mm oder 213 x 97 mm  
 Preis: 2.300 Euro zzgl. 19 Prozent Mehrwertsteuer



**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.

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