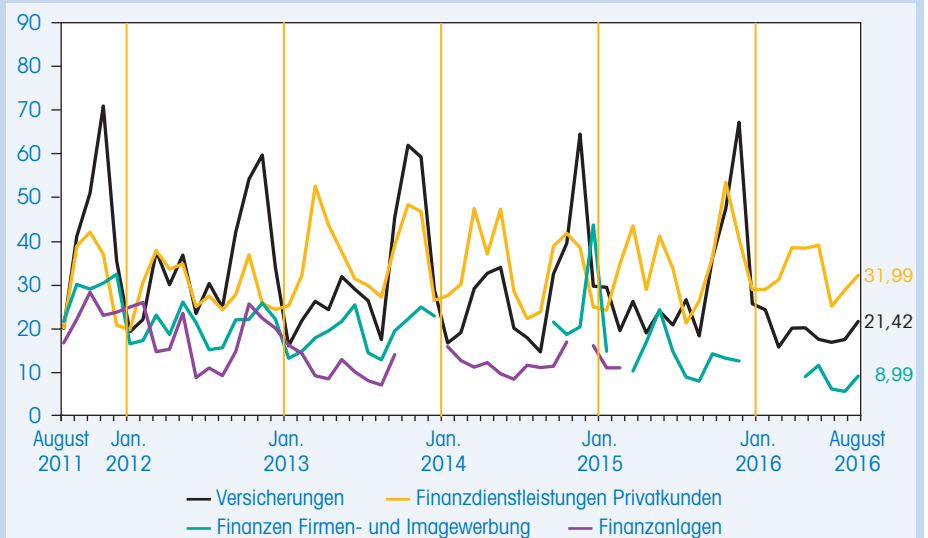


Marktforschung

Werbebarometer

Werbeausgaben der Finanzdienstleister und Versicherer
in Millionen Euro



August 2016: Finanzwerbung entgegen dem Markttrend gewachsen

Im August 2016 haben die Top-50 Werbung treibenden Branchen ihre Etats für die Above-the-Line-Werbung im Vergleich zum Juli 2016 um 14,6 Prozent reduziert. Die Finanzwerbung folgt diesem Abwärtstrend des Marktes nicht. Vielmehr sind alle untersuchten Rubriken deutlich im Plus. So wuchsen die Etats für die Imagewerbung, die im Vormonat noch um zehn Prozent reduziert worden waren, im August um rund zwei Drittel auf 8,89 Millionen Euro. Die Ausgaben für Versicherungswerbung sind mit einem Zuwachs um 4,1 Millionen Euro auf 21,42 Millionen Euro um 23,8 Prozent im Plus. Und bei der Privatkundenwerbung stiegen die Etats um 3,3 Millionen Euro oder 11,7 Prozent auf 31,99 Millionen Euro.

Im Ranking der Top-50-Branchen landet die Privatkundenwerbung damit auf Platz 13 (im Vormonat Rang 11), die Assekuranz (Rang 21) und die Imagewerbung (Platz 45) behaupten jeweils die Position des Vormonats. Zusammen kommen die Rubriken der Finanzwerbung im Juli 2016 auf Werbeausgaben von 62,3 Millionen Euro und damit auf einen Anteil von 3,8 Prozent am Gesamtmarkt (im Vormonat 3,1 Prozent).

Im Vergleich zum Vorjahresmonat haben die 50 werbestärksten Branchen insgesamt ihre Werbeausgaben um 13,9 Prozent reduziert. Abweichend von diesem Markttrend sind die Rubriken der Finanzwerbung auch im Vorjahresvergleich im Plus. Es beträgt bei der Privatkundenwerbung 22,3 Prozent, bei der Versicherungswerbung 18,3 Prozent und bei der Imagewerbung 14,8 Prozent.

In der kumulierten Betrachtung für die ersten acht Monate des Jahres 2016 ist der Markt im Vergleich zum Vorjahreszeitraum insgesamt um 4,7 Prozent gewachsen. Diesen Trend vollzieht die Finanzbranche nicht nach. Die Etats für die Privatkundenwerbung sind um lediglich 0,7 Prozent gewachsen, die der Assekuranz und die für die Imagewerbung sind sogar um 16,4 beziehungsweise 19,4 Prozent rückläufig.

bank und markt-Grafik

Quelle: Nielsen