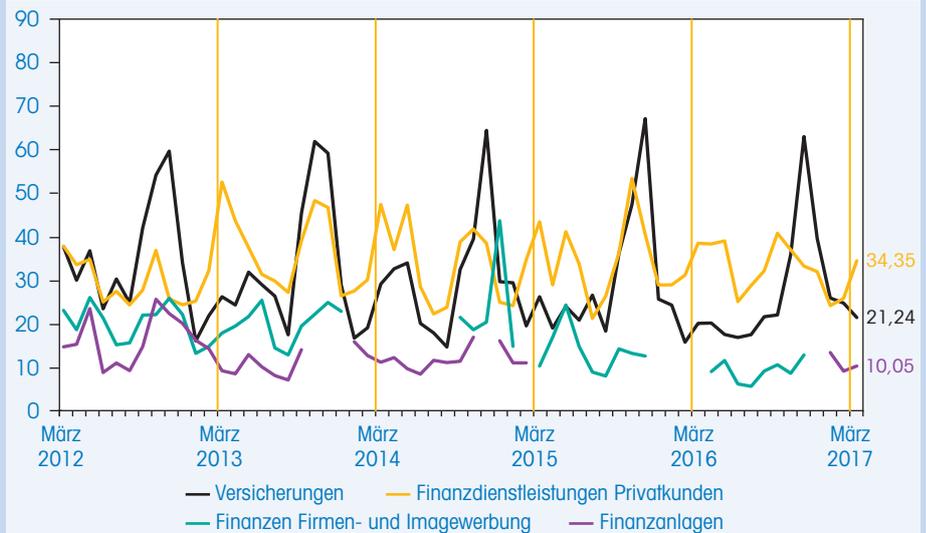


Marktforschung

Werbebarometer

Werbeausgaben der Finanzdienstleister und Versicherer
in Millionen Euro



März 2017: Etats für Privatkundenwerbung um ein Drittel gestiegen

Im März 2017 haben die Top 50 werbungtreibenden Branchen ihre Werbeausgaben in den Above-the-Line-Medien gegenüber dem Vormonat um 23,2 Prozent erhöht. Diesem Markttrend folgt mit einem noch deutlicheren Anstieg die Privatkundenwerbung der Finanzdienstleister mit Budgets von 34,35 Millionen Euro, was einem Plus um 8,7 Millionen Euro oder 34,0 Prozent entspricht. Im Vergleich mit dem Vorjahresmonat weist die Nielsen-Statistik jedoch einen Rückgang um 4,0 Millionen Euro oder 10,52 Prozent aus. Die Werbeausgaben für Finanzanlagen waren nach einem deutlichen Minus im Vormonat mit insgesamt 10,05 Millionen Euro um 1,2 Millionen Euro oder 13,1 Prozent im Plus und folgen damit (anders als noch im März) wieder dem Aufwärtstrend des Gesamtmarkts. Im Februar 2016 hatte diese Kategorie es nicht unter die Top 50 werbungtreibenden Branchen geschafft. Gegenläufig zum Markt sieht es erneut bei den Werbeinvestitionen der Versicherer aus. Im Vergleich zum Vormonat hat die Assekuranz ihre Werbeausgaben zum dritten Mal in Folge reduziert. Die Etats sanken um 3,3 Millionen Euro oder 13,6 Prozent auf 21,24 Millionen Euro. Im Vergleich zum Februar des Vorjahresmonats liegt die Versicherungswerbung damit um 1,3 Millionen Euro oder 6,8 Prozent höher.

Zusammengenommen kommen die drei Rubriken der Finanzwerbung auf einen Anteil von 2,8 Prozent (im Vormonat 3,0 Prozent) am Gesamtmarkt.

In der kumulierten Betrachtung für das erste Quartal 2017 war der Markt gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 2,2 Prozent im Plus. Die Versicherungswerbung sowie die Werbung für Finanzanlagen liegen um 7,4 beziehungsweise 25,3 Prozent über dem Vorjahreszeitraum, die Privatkundenwerbung der Finanzdienstleister um 16,0 Prozent darunter.

Im Ranking der Top 50 werbungtreibenden Branchen ist die Privatkundenwerbung erneut um eine Stelle aufgestiegen und rangiert damit auf Platz 11. Auch die Versicherungswerbung stieg um vier Stellen ab und kommt im März auf Platz 18. Die Werbung für Finanzanlagen rutschte im Ranking von der 44. Stelle auf den vorletzten Platz 49 ab.

bank und markt-Grafik

Quelle: Nielsen