

MARKTFORSCHUNG

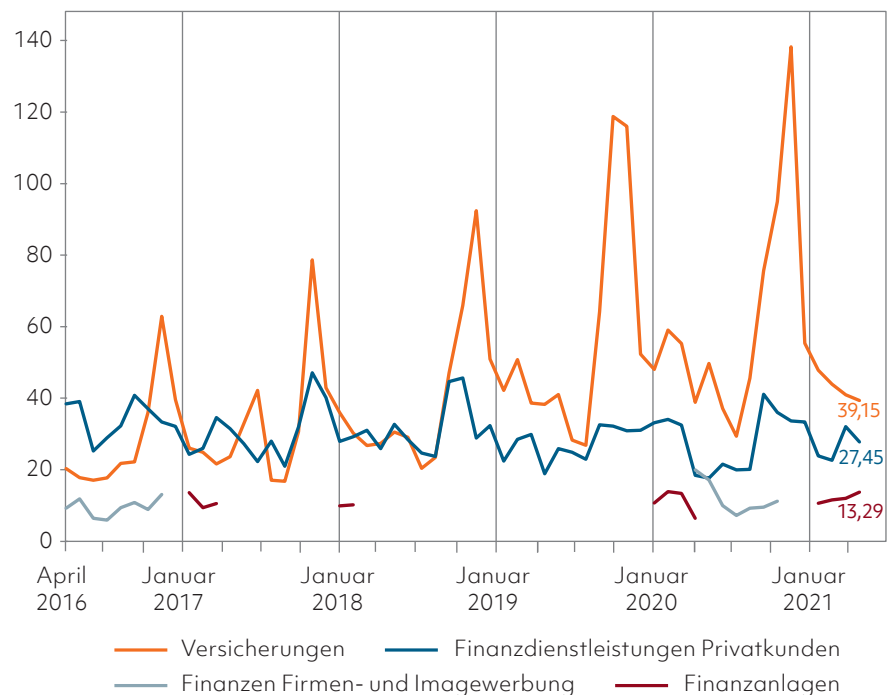
Werbebarometer April 2021:
Etats der Privatkundenwerbung sinken wieder

Im April 2021 haben die 50 werbestärksten Branchen in Deutschland ihre Werbeausgaben gegenüber März um 7,2 Prozent gesenkt. Die Etats der Privatkundenwerbung der Finanzdienstleister wurden sogar um 4,4 Millionen Euro oder 13,7 Prozent auf 27,464 Millionen Euro reduziert, liegen damit allerdings dennoch deutlich über dem Niveau des April 2020, nämlich um 9,4 Millionen Euro oder 52,21 Prozent. Bei der Versicherungswerbung fällt das Minus gegenüber dem Vormonat mit 1,6 Millionen Euro oder 4,0 Prozent unterdurchschnittlich aus. Mit 39,15 Millionen Euro bewegen sich die Werbebudgets der Assekuranz leicht über dem Vorjahresniveau (plus 0,5 Millionen Euro oder 1,21 Prozent). Zum zweiten Mal in Folge entgegen dem Markttrend aufgestockt wurden die Werbeinvestitionen für Finanzanlagen, und das sogar noch deutlicher im März. Im Vergleich zum Vormonat betrug das Plus hier 1,8 Millionen Euro oder 15,4 Prozent. Etats von insgesamt 13,293 Millionen Euro für Finanzanlagen entsprechen im Vergleich zum April letzten Jahres einem Plus von 7,4 beziehungsweise 125,4 Prozent.

In der kumulierten Betrachtung für die Monate Januar bis April 2021 im Vergleich zu den ersten vier Monaten 2020 sind die Werbeausgaben der Top 50 werbenden Branchen um 4,4 Prozent zurückgegangen. Bei der Privatkundenwerbung sind es minus 10,8 Prozent, bei der Versicherungswerbung minus 19,7 Prozent. Lediglich bei der Werbung für Finanzanlagen wurden die Etats im Vergleich zum Vorjahreszeitraum aufgestockt (plus 6,4 Prozent).

Die drei Rubriken der Finanzwerbung kamen im April 2021 zusammen auf einen Anteil von 2,9 Prozent am Gesamtmarkt, nach jeweils 2,8 Prozent im Vormonat und auch im Vorjahresmonat. Im Ranking der Top 50 werbungstreibenden Branchen sind die Versicherer um vier weitere Stellen auf den 14. Platz abgestiegen. Die Privatkundenwerbung, die sich im März noch auf Rang 15 verbessern konnte, rutschte wieder ab und platziert sich nun an 22. Stelle. Dagegen kletterte die Werbung für Finanzanlagen um drei Ränge nach oben und steht im April auf Rang 43.

Werbeausgaben der Finanzdienstleister und Versicherer in Millionen Euro



bank und markt-Grafik

Quelle: Nielsen