

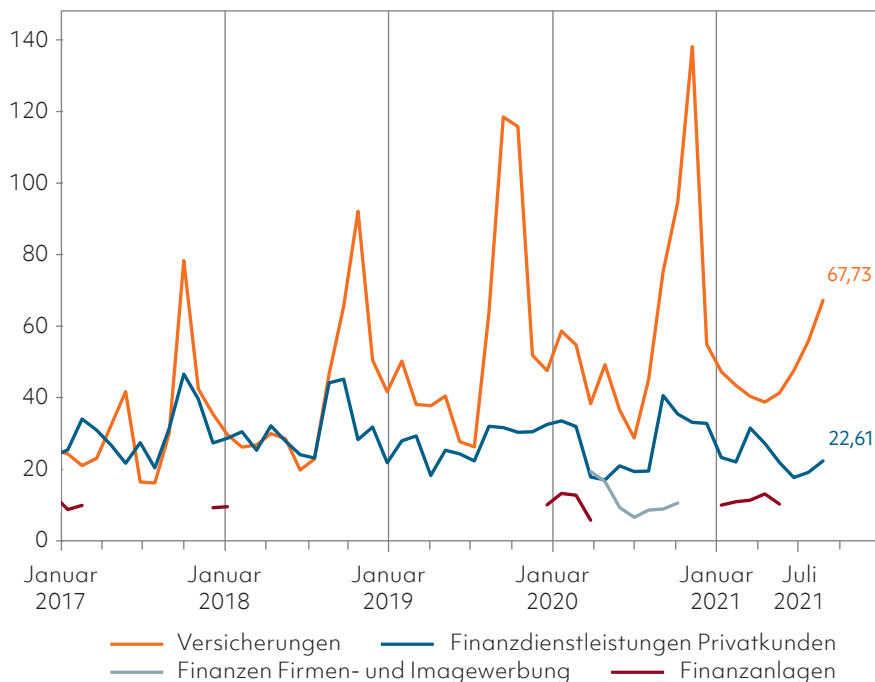
MARKTFORSCHUNG

Werbebarometer August 2021: Etats der Finanzwerbung gegen den Markttrend im Plus

Im August 2021 haben die 50 werbestärksten Branchen in Deutschland ihre Ausgaben für die Above-the-Line-Werbung nach einem Rückgang im Vormonat wieder um 3,6 Prozent aufgestockt. Diesem positiven Markttrend folgte auch die Finanzwerbung, wobei das Plus deutlich stärker ausfiel. Die Etats für die Privatkundenwerbung der Finanzdienstleister erhöhten sich im Vergleich zum Vormonat um 3,2 Millionen Euro oder 16,7 Prozent auf 22,61 Millionen Euro. Gegenüber dem August 2020 entspricht das einem Anstieg um 14,6 Prozent. Die Versicherer haben ihre Werbeausgaben wie schon im Vormonat noch deutlicher aufgestockt. Hier stiegen die Etats im Vergleich zum Juli um 11,4 Millionen Euro oder 20,3 Prozent auf 67,73 Millionen Euro. Damit lagen die Werbeausgaben der Assekuranz im August 2021 um 49,1 Prozent über denen des Vorjahresmonats. In der kumulierten Betrachtung für die ersten acht Monate 2021 verglichen mit dem gleichen Zeitraum 2020 ist der Markt der Top 50 Branchen um 5,6 Prozent im Plus, während die Werbeausgaben der Finanzbranche fast im gleichen Ausmaß hinter denen des Vorjahreszeitraums zurückbleiben (Versicherungswerbung minus 5,1 Prozent, Privatkundenwerbung minus 5,3 Prozent).

Zusammen kamen die Rubriken der Finanzwerbung im August 2021 auf einen Anteil von 3,3 Prozent (im Vormonat 2,8 Prozent) am Gesamtmarkt der 50 werbestärksten Branchen. Im Vorjahresmonat waren es 2,5 Prozent. Im Ranking der 50 werbestärksten Branchen verbesserte sich die Assekuranz im August im Vergleich zum Vorjahr um zwei Stellen auf Platz neun, während die Privatkundenwerbung um einen Rang auf Platz 24 abstieg.

Werbeausgaben der Finanzdienstleister und Versicherer in Millionen Euro



bank und markt-Grafik

Quelle: Nielsen