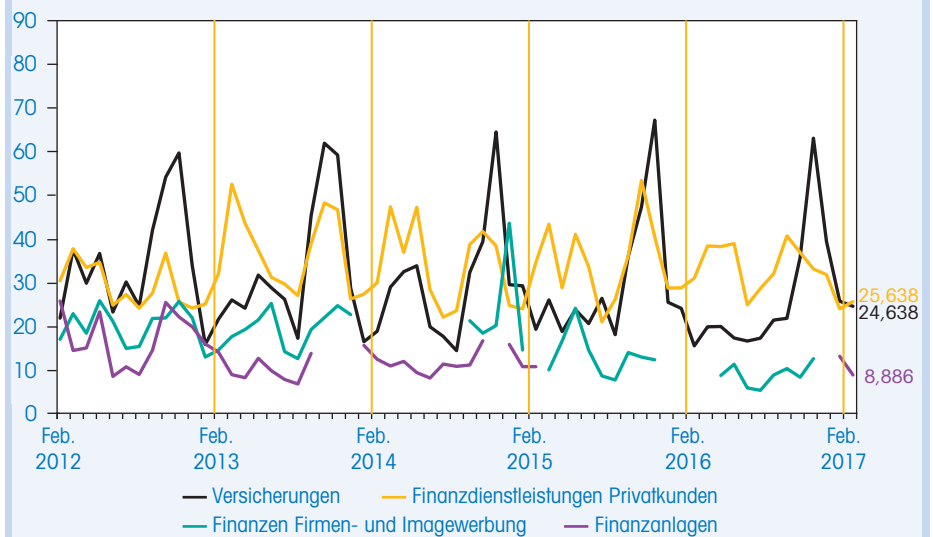


Marktforschung

Werbebarometer

Werbeausgaben der Finanzdienstleister und Versicherer
in Millionen Euro

Februar 2017: Privatkundenwerbung wächst mit dem Markt

Im Februar 2017 haben die Top 50 werbungstreibenden Branchen ihre Werbeausgaben in den Above-the-Line-Medien gegenüber dem Vormonat um 6,5 Prozent erhöht. Diesem Markttrend folgt auch die Privatkundenwerbung der Finanzdienstleister mit einem Budget von 25,64 Millionen Euro, was einem Anstieg um 1,6 Millionen Euro oder 6,8 Prozent entspricht. Im Vergleich mit dem Vorjahresmonat weist die Nielsen-Statistik einen Rückgang um 5,4 Millionen Euro oder 17,3 Prozent aus. Gegenläufig sieht es bei den Werbeinvestitionen der Versicherer aus. Im Vergleich zum Vormonat hat die Assekuranz ihre Werbeausgaben der Jahreszeit entsprechend erneut reduziert, wenn auch nicht so stark wie im Januar. Die Etats sanken um 1,2 Millionen Euro oder 4,6 Prozent auf 24,64 Millionen Euro. Im Vergleich zum Februar des Vorjahresmonats liegt die Versicherungswerbung dagegen um 9,0 Millionen Euro oder 58,2 Prozent höher. Die Werbeausgaben für Finanzanlagen waren gegenüber dem Vormonat mit 8,89 Millionen Euro – ebenfalls entgegen dem Markttrend – um 4,3 Millionen Euro oder 32,4 Prozent rückläufig. Im Februar 2016 hatte diese Kategorie es nicht unter die Top 50 werbungstreibenden Branchen geschafft. Zusammengenommen kommen die drei Rubriken der Finanzmarktbranche auf einen Anteil von 3,0 Prozent (im Vormonat 3,5 Prozent) am Gesamtmarkt.

In der kumulierten Betrachtung für die ersten beiden Monate war der Markt gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 5,0 Prozent im Plus. Die Versicherungswerbung sowie die Werbung für Finanzanlagen liegen um 13,2 beziehungsweise 11,0 Prozent über dem Vorjahresmonat, die Privatkundenwerbung der Finanzdienstleister um 18,0 Prozent darunter.

Im Ranking der Top 50 werbungstreibenden Branchen ist die Privatkundenwerbung im Vergleich zum Januar um drei Stellen aufgestiegen und rangiert wieder wie im Dezember auf Platz 12. Auch die Versicherungswerbung konnte einen Rang gut machen und kommt im Februar auf Platz 14. Dem gegenüber rutschte die Werbung für Finanzanlagen von der 33. auf die 44. Stelle im Ranking ab.

bank und markt-Grafik

Quelle: Nielsen