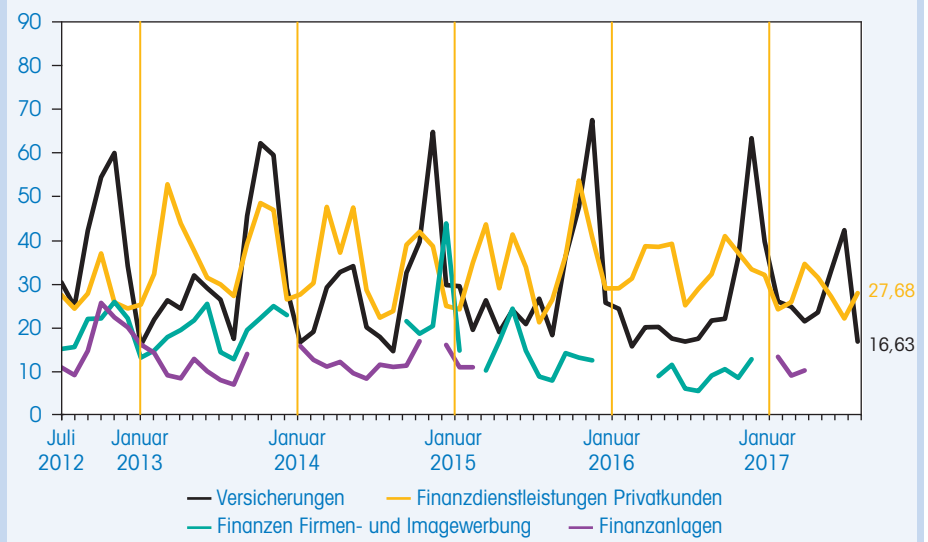


## Marktforschung

# Werbebarometer

Werbeausgaben der Finanzdienstleister und Versicherer  
in Millionen Euro



## Juli 2017: Etats für Privatkundenwerbung um ein Viertel gestiegen

Im Juli 2017 haben die Top 50 werbungstreibenden Branchen ihre Werbeausgaben in den Above-the-Line-Medien gegenüber dem Vormonat um 12,4 Prozent reduziert. Bei den Rubriken der Finanzwerbung hat sich der Trend der letzten drei Monate umgekehrt: Die Versicherungswerbung entwickelte sich rückläufig, während die Investitionen in die Privatkundenwerbung wieder anzogen. Konkret reduzierte die Assekuranz ihre Werbeaufwendungen im Vergleich zum Vormonat um 25,4 Millionen Euro oder 60,44 Prozent auf 16,63 Millionen Euro. Die Etats für die Privatkundenwerbung der Finanzdienstleister wurden dagegen um 5,8 Millionen Euro oder 26,42 Prozent auf 27,684 Millionen Euro aufgestockt.

Im Vergleich zum Vorjahresmonat sind die Werbeausgaben der Assekuranz um 3,9 Prozent gesunken. Die Privatkundenwerbung ist im Vergleich mit dem Juli 2016 um 3,4 Prozent im Minus, während bei den Top-50 Branchen insgesamt ein moderates Plus von 2,0 Prozent zu verzeichnen ist.

Die beiden Rubriken der Finanzwerbung kommen im Juni zusammen wie bereits im Mai auf einen Anteil von 2,6 Prozent (im Vormonat 3,3 Prozent) am Gesamtmarkt der 50 werbestärksten Branchen.

In der kumulierten Betrachtung für die Monate Januar bis Juli 2017 ist der Markt der Top-50-Branchen im Vergleich zum gleichen Zeitraum 2016 um 1,4 Prozent im Plus, das bei der Versicherungswerbung mit 18,8 Prozent deutlich kräftiger ausfällt. Die Privatkundenwerbung der Finanzdienstleister ist dagegen im Vergleich zum entsprechenden Zeitraum des Vorjahres um 9,9 Prozent zurückgefahren worden. Im Ranking der 50 werbestärksten Branchen kommt die Privatkundenwerbung in diesem Zeitraum wie bereits im Ranking des Vormonats auf Rang 14 und verschlechtert sich damit um eine Stelle. Die Versicherungen verschlechtern sich gegenüber dem Ranking vom Vormonat von der 18. auf die 21. Stelle.

bank und markt-Grafik

Quelle: Nielsen