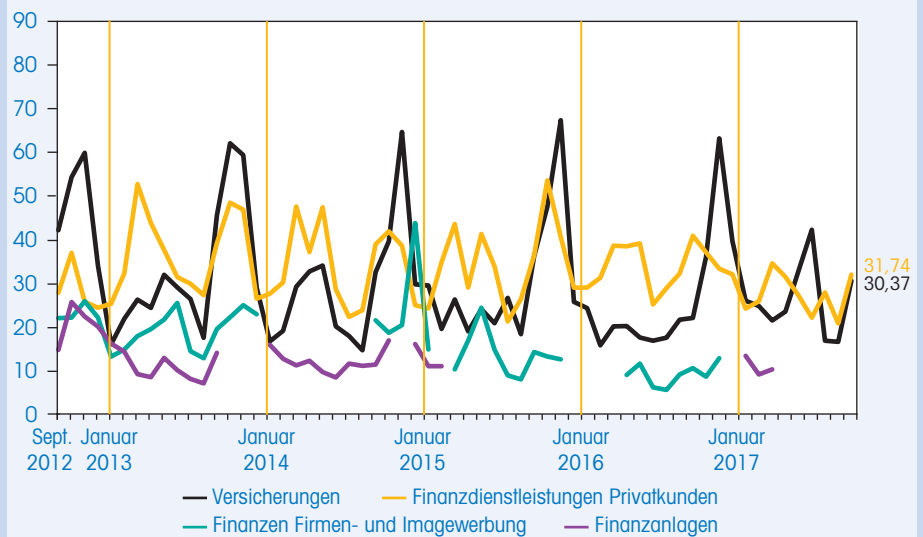


## Marktforschung

## Werbebarometer

Werbeausgaben der Finanzdienstleister und Versicherer  
in Millionen Euro



## September 2017: Finanzwerbung über Markt gewachsen

Im September 2017 haben die Top 50 werbungstreibenden Branchen ihre Werbeausgaben in den Above-the-Line-Medien gegenüber dem Vormonat um 45,1 Prozent erhöht. Selbst dieses beachtliche Plus hat die Werbung der Finanzdienstleister nach dem „Sommerloch“ noch übertroffen. Das gilt vor allem für die Versicherungswirtschaft, die ihre Werbeinvestitionen um 14,0 Millionen Euro beziehungsweise 85,4 Prozent auf 30,37 Millionen Euro erhöhte. Die Privatkundenwerbung der Finanzdienstleister ist mit insgesamt 31,74 Millionen Euro gegenüber dem Vormonat um 11,2 Millionen Euro oder 54,2 Prozent im Plus.

Im Vergleich zum Vorjahresmonat sind die Werbeausgaben der Assekuranz um 39,1 Prozent gestiegen, während die Privatkundenwerbung der Finanzdienstleister im Vergleich mit September 2016 um 21,9 Prozent im Minus ist. Bei den Top-50-Branchen insgesamt ist im Vorjahresvergleich ein moderates Plus von 2,7 Prozent zu verzeichnen.

Die beiden Rubriken der Finanzwerbung kommen im September zusammen auf einen Anteil von 2,5 Prozent (im Vormonat 2,2 Prozent) am Gesamtmarkt der 50 werbestärksten Branchen.

In der kumulierten Betrachtung für die Monate Januar bis September 2017 ist der Markt der Top-50-Branchen im Vergleich zum gleichen Zeitraum 2016 um 1,51 Prozent im Plus, das bei der Versicherungswerbung mit 13,7 Prozent deutlich kräftiger ausfällt. Die Privatkundenwerbung der Finanzdienstleister ist dagegen im Vergleich zum entsprechenden Zeitraum des Vorjahres um 14,6 Prozent zurückgefahren worden. Im Ranking der 50 werbestärksten Branchen kommt die Privatkundenwerbung in diesem Zeitraum wie bereits im Ranking der beiden Vormonate zum dritten Mal auf Rang 14. Die Versicherungen behaupten ebenfalls den Platz, den sie schon im Juli und August innehatten, und bleiben an 21. Stelle.

bank und markt-Grafik

Quelle: Nielsen