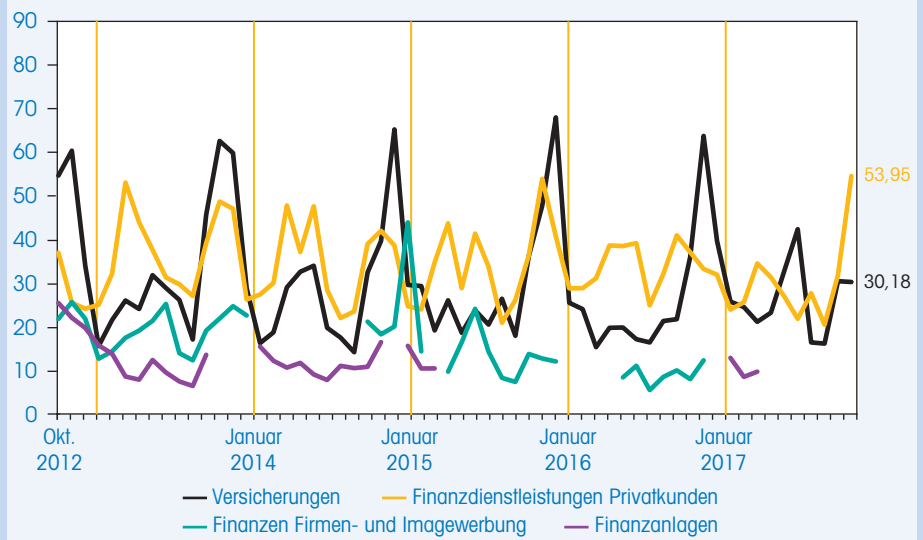


Marktforschung

Werbebarometer

Werbeausgaben der Finanzdienstleister und Versicherer
in Millionen Euro



Oktober 2017: Privatkundenwerbung deutlich über den Markt gewachsen

Im Oktober 2017 haben die Top 50 werbungstreibenden Branchen ihre Werbeausgaben in den Above-the-Line-Medien gegenüber dem Vormonat um 13,2 Prozent erhöht. Bei den Finanzdienstleistern gibt es ein unterschiedliches Bild: Die Werbung der Assekuranz ist mit Etats von 30,178 Millionen Euro um 0,2 Millionen Euro oder 0,6 Prozent rückläufig. Die Privatkundenwerbung der Finanzdienstleister wurde hingegen um 22,2 Millionen Euro oder 70,0 Prozent auf 53,954 Millionen aufgestockt.

Im Vergleich zum Vorjahresmonat sind die Werbeausgaben der Assekuranz um 15,7 Prozent gesunken, während die Etats der Privatkundenwerbung um 46,4 Prozent über denen des Oktobers 2016 liegen. Bei den Top-50-Branchen insgesamt ist im Vorjahresvergleich ein Plus von 4,5 Prozent zu verzeichnen.

Die beiden Rubriken der Finanzwerbung kommen im September zusammen auf einen Anteil von 3,0 Prozent (im Vormonat 2,5 Prozent) am Gesamtmarkt der 50 werbestärksten Branchen.

In der kumulierten Betrachtung für die Monate Januar bis Oktober 2017 ist der Markt der Top-50-Branchen im Vergleich zum gleichen Zeitraum 2016 um 1,7 Prozent im Plus, das bei der Versicherungswerbung mit 19,1 Prozent deutlich kräftiger ausfällt. Die Privatkundenwerbung der Finanzdienstleister ist dagegen im Vergleich zum entsprechenden Zeitraum des Vorjahres um 15,1 Prozent zurückgefahren worden. Im Ranking der 50 werbestärksten Branchen verschlechtert sich die Privatkundenwerbung nach drei Monaten auf Rang 14 um eine Stelle auf den 15. Platz. Die Versicherungen rutschen um eine Stelle ab und landen nach drei Monaten auf dem 21. Rang nun an 22. Stelle.

bank und markt-Grafik

Quelle: Nielsen