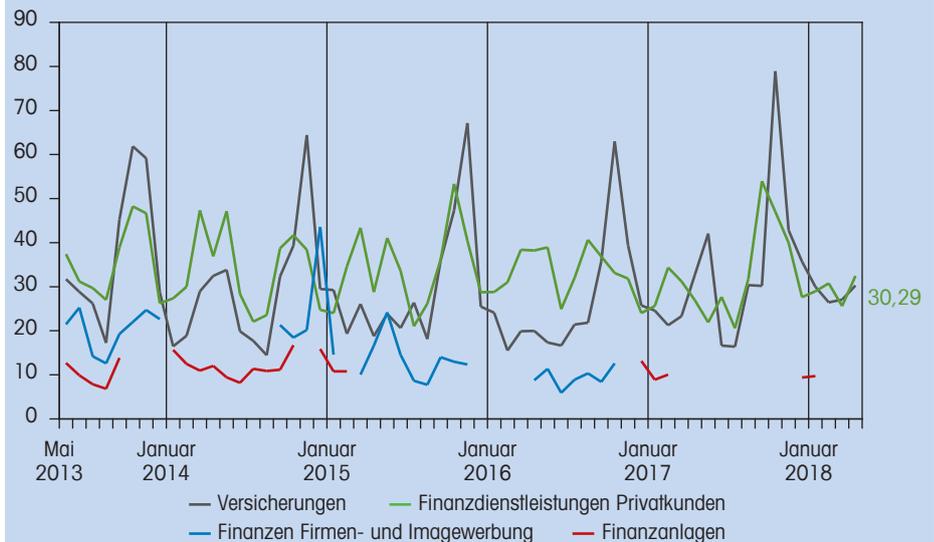


## Marktforschung

# Werbebarometer

Werbeausgaben der Finanzdienstleister und Versicherer  
in Millionen Euro



## Mai 2018: Etats für Privatkundenwerbung um ein Viertel gestiegen

Im Mai 2018 haben die Top 50 werbungstreibenden Branchen ihre Werbeausgaben in den Above-the-Line-Medien gegenüber dem Vormonat um 9,2 Prozent aufgestockt. Diesem Wachstumstrend folgt auch die Finanzwerbung. Die Versicherungswerbung liegt mit Etats von 30,3 Millionen Euro (plus 3,2 Millionen oder 11,9 Prozent) in etwa im Markttrend. Bei der Privatkundenwerbung fällt das prozentuale Wachstum fast dreimal so stark aus. Hier stiegen die Budgets um 6,8 Millionen Euro oder 26,7 Prozent auf 32,5 Millionen Euro. Im Vergleich mit dem Mai des vergangenen Jahres sind die Werbeausgaben der Assekuranz entgegen dem Trend der Top 50 Werbung treibenden Branchen um 7,4 Prozent rückläufig. Bei der Privatkundenwerbung hingegen liegen sie im Mai um 20,4 Prozent über dem Vorjahreswert. Die werbestärksten Branchen insgesamt haben im Mai 2018 um 5,9 Prozent mehr Geld in Werbung investiert als im Vergleichsmonat 2017.

In der Gesamtbetrachtung für die ersten fünf Monate 2018 haben die Top 50 Branchen im Vergleich 2018/2017 ihre Werbeausgaben um 1,6 Prozent erhöht. In dieser kumulierten Betrachtung liegen die Versicherungen wie auch die Privatkundenwerbung der Finanzdienstleister über dem Markt. Bei der Werbung der Assekuranz betrug das Budgetwachstum 16,9 Prozent, die Investitionen in die Privatkundenwerbung stiegen um 3,1 Prozent.

Im Ranking der 50 werbestärksten Branchen hat die Versicherungswerbung, die im März vom 11. auf den 27. Rang abgerutscht war, wie schon im Vormonat auch im Mai wieder Boden gutgemacht und stieg vom 22. auf den 19. Platz auf. Die Privatkundenwerbung, die in den letzten beiden Monaten ebenfalls kräftig abgestiegen war, verbesserte sich durch den kräftigen Budgetanstieg vom 24. Platz auf Rang 16. Zusammen kommen die beiden Rubriken der Finanzwerbung im Mai auf einen Anteil von 4,0 Prozent (im Vormonat 3,6 Prozent) am Gesamtmarkt der 50.

bank und markt-Grafik

Quelle: Nielsen