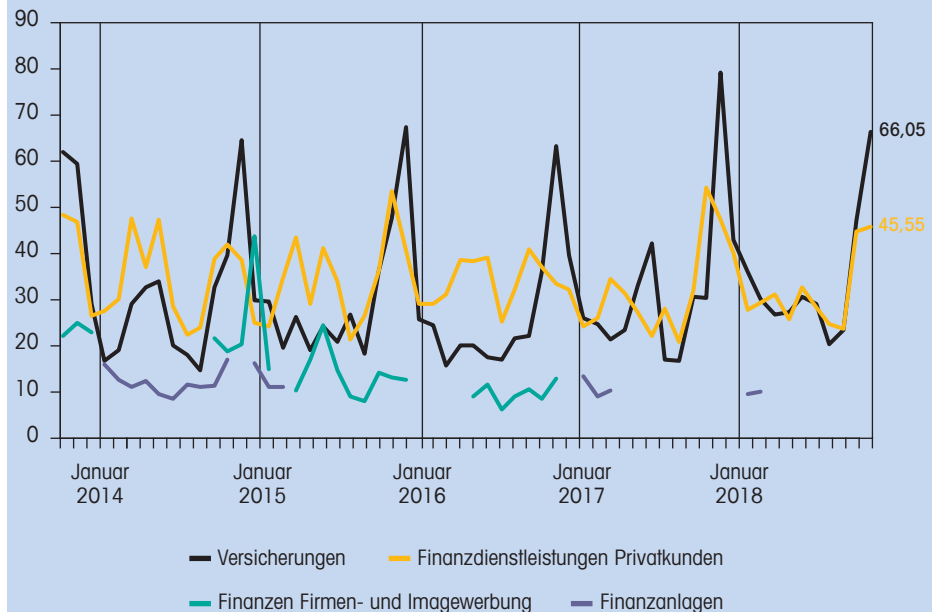


## Marktforschung

# Werbebarometer

Werbeausgaben der Finanzdienstleister und Versicherer  
in Millionen Euro



## Oktober 2018: Assekuranz verdoppelt Etats gegenüber Vorjahreswert

Im Oktober 2018 haben die Top 50 werbungstreibenden Branchen ihre Werbeausgaben in den Above-the-Line-Medien gegenüber dem Vormonat um 14,4 Prozent erhöht. Die Assekuranz befindet sich im üblichen Hoch im Herbst. Die Etats stiegen zwar nicht mehr ganz so stark wie im September, jedoch immer noch um 19,1 Millionen Euro oder 40,6 Prozent auf 66,05 Millionen Euro. Bei der Privatkundenwerbung der Finanzdienstleister, deren Werbeausgaben im September nach der Sommerpause mehr als verdoppelt worden waren, ist hingegen nur ein unterdurchschnittliches Plus um 1,0 Millionen Euro beziehungsweise 2,3 Prozent auf 45,55 Millionen Euro zu verzeichnen. Im Vergleich zum Vorjahresmonat sind die Werbebudgets der Assekuranz um 118,9 Prozent im Plus. Die Ausgaben für die Privatkundenwerbung der Finanzdienstleister liegen hingegen gegen den positiven Markttrend der Top-50 Branchen (plus 1,9 Prozent) um 15,6 Prozent unter denen des Oktober 2017.

In der kumulierten Betrachtung für die Monate Januar bis Oktober 2018 liegt der Gesamtmarkt um 0,9 Prozent über dem Vergleichswert des Vorjahres, die Privatkundenwerbung um 2,5 Prozent und die Versicherungswerbung sogar um 28,5 Prozent darüber.

Im Ranking der 50 werbestärksten Branchen ist die Versicherungswerbung mit der dritten kräftigen Aufstockung ihrer Budgets erneut aufgestiegen und platziert sich eine Stelle höher als im Vormonat auf Rang 11. Die Privatkundenwerbung rangiert unverändert auf Platz 13. Zusammen kommen die beiden Rubriken der Finanzwerbung im Oktober 2018 auf einen Anteil von 3,9 (im Vormonat 3,7) Prozent am Gesamtmarkt der 50 werbestärksten Branchen.

bank und markt-Grafik

Quelle: Nielsen