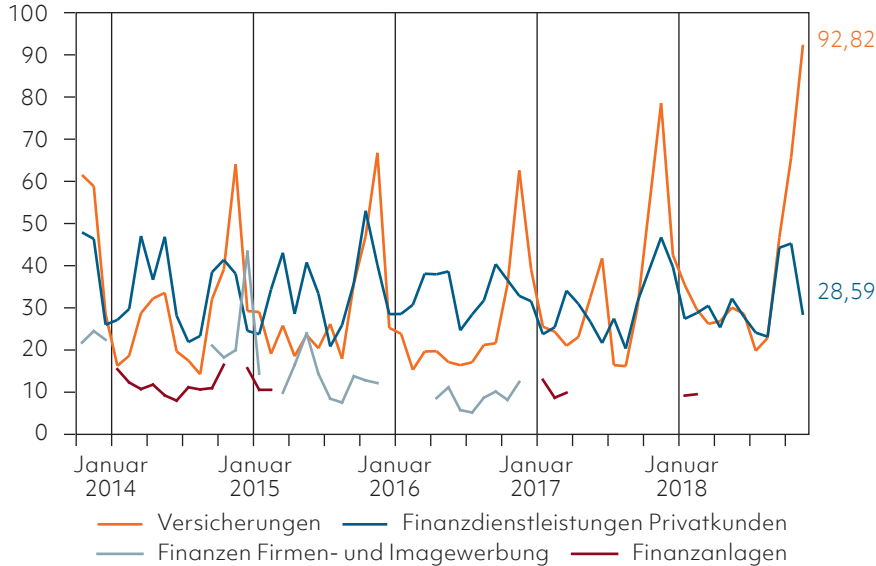


Werbebarometer

Werbeausgaben der Finanzdienstleister und Versicherer in Mill. Euro



November 2018: Budgets der Versicherungswerbung auf Rekordhoch

Im November 2018 haben die Top 50 werbungstreibenden Branchen ihre Werbeausgaben in den Above-the-Line-Medien gegenüber dem Vormonat um 7,1 Prozent erhöht. Die Assekuranz setzte das übliche herbstliche Werbehoch fort. Die Etats stiegen zum dritten Mal in Folge, und zwar um 26,8 Millionen Euro oder 40,5 Prozent auf den neuen Rekordwert von 92,82 Millionen Euro. Bei der Privatkundenwerbung der Finanzdienstleister hingegen sind die Budgets nach zwei Monaten der Aufstockung gegen den Markttrend wieder deutlich auf 28,59 Millionen Euro gesunken.

Das Minus belief sich auf 17,0 Millionen Euro oder 37,2 Prozent. Im Vergleich zum Vorjahresmonat sind die Werbebudgets der Assekuranz um 17,6 Prozent im Plus. Die Ausgaben für die Privatkundenwerbung der Finanzdienstleister liegen hingegen um 39,2 Prozent unter denen des November 2017. Insgesamt haben die Top 50 werbetreibenden Branchen ihre Werbeausgaben im Vergleich zum Vorjahresmonat um 2,3 Prozent reduziert.

In der kumulierten Betrachtung für die Monate Januar bis November 2018 liegt der Gesamtmarkt um 0,55 Prozent über dem Vergleichswert des Vorjahres, die Versicherungswerbung sogar um ein gutes Viertel (25,3 Prozent), während die Ausgaben für die Privatkundenwerbung um 4,1 Prozent hinter denen des Vorjahreszeitraums zurückbleiben.

Im Ranking der 50 werbestärksten Branchen ist die Versicherungswerbung mit der erneuten kräftigen Aufstockung ihrer Budgets nochmals um drei Stellen aufgestiegen und platziert sich jetzt auf Rang 8. Die Privatkundenwerbung – in den beiden Vormonaten noch auf Platz 13 – rutscht dagegen deutlich nach unten ab und rangiert mit Platz 30 in der unteren Hälfte unter den Top-50-Branchen. Zusammen kommen die beiden Rubriken der Finanzwerbung im November 2018 auf einen Anteil von 4,0 (im Vormonat 3,9) Prozent am Gesamtmarkt der 50 werbestärksten Branchen.

bank und markt-Grafik

Quelle: Nielsen