MARKTFORSCHUNG

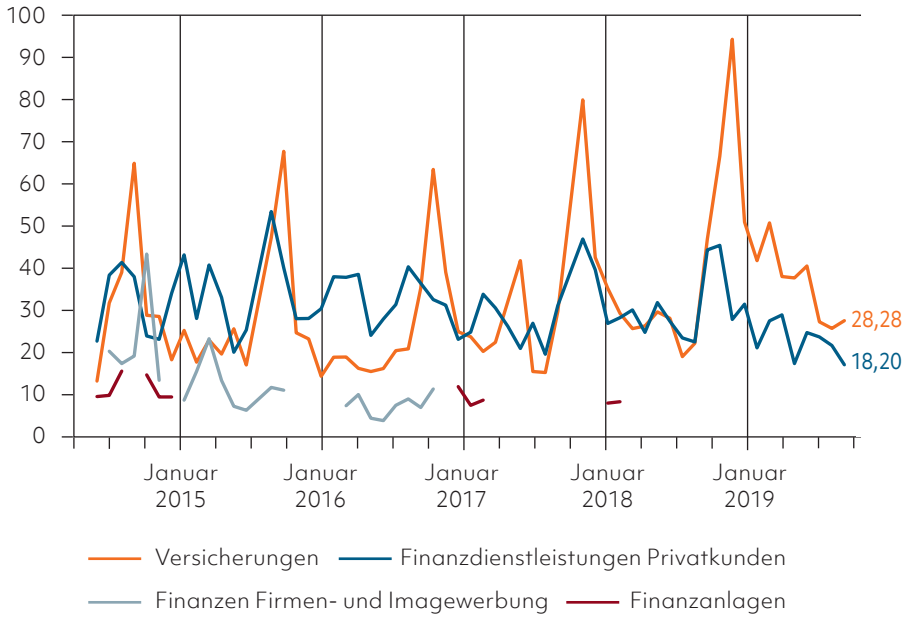
Werbebarometer August 2019: Assekuranz läutet den Werbeherbst ein

Im August 2019 haben die Top 50 werbungtreibenden Branchen ihre Werbeausgaben in den Above-the-Line-Medien gegenüber dem Vormonat um 0,25 Prozent reduziert. Die Etats der Privatkundenwerbung der Finanzdienstleister folgen diesem Markttrend. Die Kürzung der Budgets fällt jedoch mit fast einem Fünftel (minus 4,4 Millionen Euro beziehungsweise 19,5 Prozent auf 18,196 Millionen Euro) sehr viel deutlicher aus. Die Assekuranz hat gegen den Trend ihre Werbeausgaben schon wieder aufgestockt, und zwar um 1,8 Millionen Euro oder 6,6 Prozent gegenüber dem Vormonat auf 28,279 Millionen Euro. Damit bleiben die Werbeausgaben der Assekuranz nicht nur höher als die für die Privatkundenwerbung. Die Schere öffnet sich sogar wieder weiter.

In der kumulierten Betrachtung für das die ersten acht Monate 2019 ist der Markt der Top 50 Branchen gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 1,7 Prozent leicht im Plus, die Werbung der Assekuranz sogar um mehr als ein Fünftel (22,5 Prozent), wenngleich der Vorsprung gegenüber dem Vorjahreszeitraum weiter schrumpft. Die Ausgaben für die Privatkundenwerbung der Finanzdienstleister lagen dagegen um 22,3 Prozent unter denen des Vergleichszeitraums 2018.

Im Ranking der 50 werbestärksten Branchen hat die Versicherungswerbung im August wieder einen der beiden Plätze gutgemacht, um die sie im Juli abgestiegen war, und kommt jetzt auf Rang 16. Die Privatkundenwerbung werschlechtert sich erneut, diesmal um sieben Plätze auf Rang 28. Bezogen auf die Monate Januar bis August 2019 belegt die Assekuranz Rang 15, die Privatkundenwerbung rangiert auf Platz 17. Zusammen kommen die beiden Rubriken der Finanzwerbung im August 2019 auf einen Anteil von 2,6,Prozent (im Vormonat 2,8 Prozent) am Gesamtmarkt der Top 50 werbenden Branchen.

Werbeausgaben der Finanzdienstleister und Versicherer
in Millionen Euro



bank und markt-Grafik

Quelle: Nielsen

Dieser Artikel ist urheberrechtlich geschützt. Die rechtliche Freigabe ist für den Abonnenten oder Erwerber ausschließlich zur eigenen Verwendung.
Fritz Knapp Verlag GmbH