

MARKTFORSCHUNG

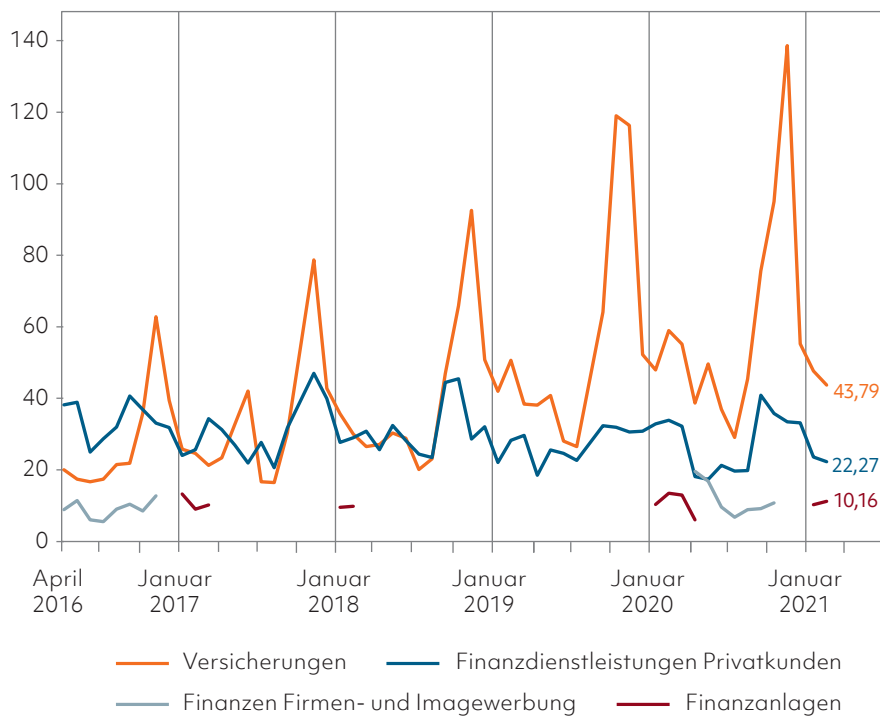
Werbebarometer Februar 2021:
Etats der Finanzwerbung deutlich unter Vorjahresniveau

Im Februar 2021 haben die 50 werbestärksten Branchen in Deutschland ihre Werbeausgaben gegenüber Januar wieder um 3,6 Prozent erhöht. Diesen Trend vollzogen die Kategorien der Finanzwerbung nicht nach – mit Ausnahme der Werbung für Finanzanlagen. Bei Letzterer wurden die Etats um 0,9 Millionen Euro auf 11,01 Millionen Euro erhöht. Im Vergleich zu Januar 2021 ist das zwar eine Steigerung um 9,1 Prozent. Gegenüber dem Februar letzten Jahres bleiben die Budgets jedoch um 17,4 Prozent zurück. Die Assekuranz hat ihre Werbeausgaben der Jahreszeit entsprechend weiter reduziert, und zwar um 3,9 Millionen Euro oder 8,3 Prozent auf 43,79 Millionen Euro. Im Vergleich zum Februar vergangenen Jahres entspricht das einem Rückgang um ein Viertel (25,9 Prozent). Auch die Budgets für die Privatkundenwerbung der Finanzdienstleister entwickelten sich im Februar rückläufig. Sie wurden um 1,3 Millionen Euro oder 5,4 Prozent auf 22,27 Millionen Euro gesenkt und fielen damit sogar um mehr als ein Drittel niedriger aus als im Februar des Vorjahres (minus 34,2 Prozent). Der Markt der 50 werbestärksten Branchen ist dagegen im Vorjahresvergleich um 9,5 Prozent im Plus.

In der kumulierten Betrachtung für die Monate Januar und Februar 2021 im Vergleich zu den beiden ersten Monaten des Vorjahrs liegen die Werbeausgaben der Top 50 werbenden Branchen um 16,3 Prozent unter dem Niveau von 2020. Bei der Versicherungswerbung sind es minus 17,7 Prozent, bei der Werbung für Finanzanlagen minus 13,9 Prozent und bei der Privatkundenwerbung minus 32,7 Prozent. Die drei Rubriken der Finanzwerbung kamen im Februar 2021 zusammen auf einen Anteil von 3,3 Prozent am Gesamtmarkt, nach 3,6 Prozent im Vormonat.

Im Ranking der Top 50 werbungstreibenden Branchen sind die Versicherer im Februar um zwei Stellen auf den 10. Platz abgestiegen. Die Privatkundenwerbung, die im Januar von Rang 31 auf Platz 14 aufgestiegen war, konnte diese Position nicht halten und rangiert jetzt auf Platz 19. Die Werbung für Finanzanlagen stieg um eine Stelle auf Rang 45.

Werbeausgaben der Finanzdienstleister und Versicherer in Millionen Euro



bank und markt-Grafik

Quelle: Nielsen