

MARKTFORSCHUNG

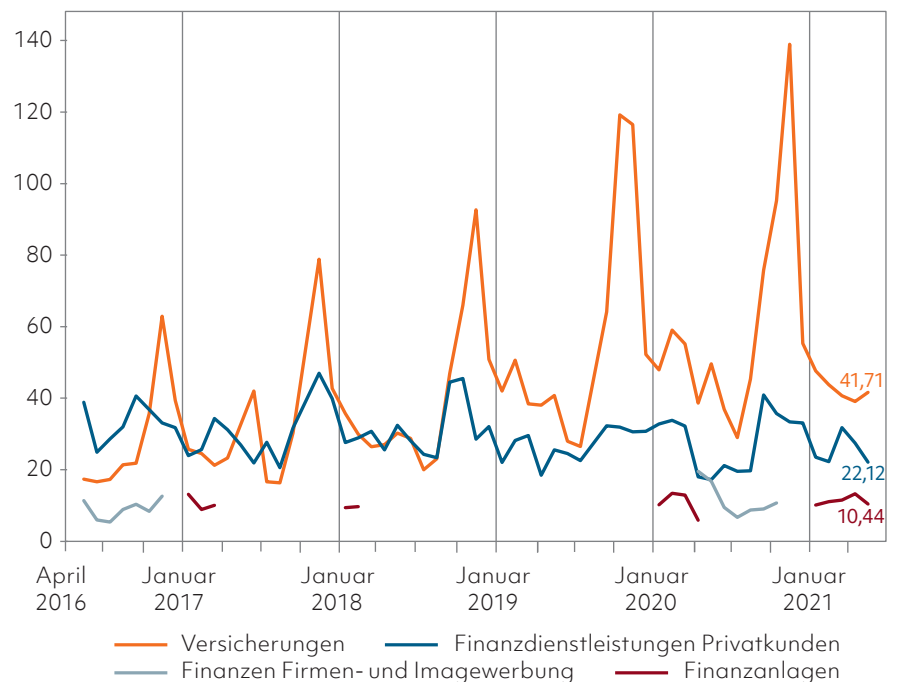
Werbebarometer Mai 2021:
Anteil der Finanzwerbung am Werbemarkt sinkt weiter

Im Mai 2021 haben die 50 werbestärksten Branchen in Deutschland ihre Werbeausgaben nach einem Rückgang im April wieder um 10,0 Prozent erhöht. Von diesem positiven Markttrend koppelt sich die Finanzwerbung teilweise ab. Lediglich die Etats der Versicherungswerbung stiegen um 2,6 Millionen Euro oder 6,5 Prozent, bleiben jedoch mit 41,708 Millionen Euro um 16,0 Prozent hinter dem Niveau des Vorjahresmonats zurück. Bei der Privatkundenwerbung der Finanzdienstleister ist es genau umgekehrt. Hier sanken die Budgets um 5,3 Millionen Euro oder fast ein Fünftel (minus 19,4 Prozent) auf 22,118 Millionen Euro. Im Vergleich zum Mai letzten Jahres entspricht das einem Anstieg um 28,1 Prozent. Auch die Investitionen in die Werbung für Finanzanlagen waren im Mai gegenüber dem Vormonat rückläufig und sanken um 2,9 Millionen Euro oder 21,5 Prozent auf 10,437 Millionen Euro. Ein Vergleich zum Vorjahresmonat liegt nicht vor, denn im Mai 2020 rangierte die Werbung für Finanzanlagen nicht unter den Top-50-Branchen.

In der kumulierten Betrachtung für die Monate Januar bis Mai 2021 gegenüber dem gleichen Zeitraum 2020 sind die Werbeausgaben der Top 50 werbenden Branchen um 0,2 Prozent zurückgegangen. Bei der Privatkundenwerbung sind es minus 6,0 Prozent, bei der Versicherungswerbung minus 21,3 Prozent. Lediglich bei der Werbung für Finanzanlagen wurden die Etats im Vergleich zum Vorjahreszeitraum aufgestockt (plus 16,5 Prozent).

Die drei Rubriken der Finanzwerbung kamen im Mai 2021 zusammen auf einen Anteil von 2,4 Prozent am Gesamtmarkt, nach 2,9 Prozent im Vormonat und 3,3 Prozent im Vorjahresmonat. Im Ranking der Top 50 werbungstreibenden Branchen haben die Versicherer im Mai nach einem Abstieg in den beiden Vormonaten wieder eine Stelle gut gemacht und platzieren sich auf Rang 13. Die Privatkundenwerbung rutschte um zehn Plätze ab und belegt nun Rang 32. Und die Werbung für Finanzanlagen verschlechterte sich von Platz 43 auf den vorletzten Rang 49.

Werbeausgaben der Finanzdienstleister und Versicherer in Millionen Euro



bank und markt-Grafik

Quelle: Nielsen