

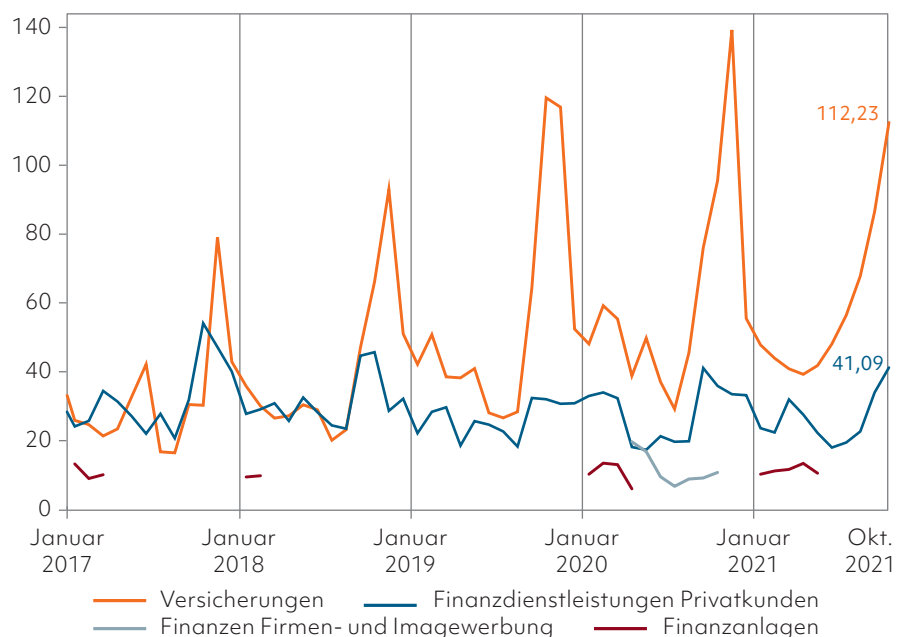
MARKTFORSCHUNG

Werbebarometer Oktober 2021: Etats der Finanzwerbung wachsen überdurchschnittlich

Im Oktober 2021 haben die 50 werbestärksten Branchen in Deutschland ihre Ausgaben für die Above-the-Line-Werbung gegenüber September um 11,7 Prozent erhöht. Diesem positiven Markttrend folgte auch die Finanzwerbung. Dabei stiegen die Werbeausgaben der Versicherer jahreszeitgemäß kräftig, nämlich um 25,9 Millionen Euro oder 30,0 Prozent im Vergleich zum Vormonat auf 112,23 Millionen Euro. Die Budgets für die Privatkundenwerbung wuchsen nicht ganz so kräftig, aber gleichwohl überdurchschnittlich um 7,2 Millionen Euro oder 21,3 Prozent auf 421,09 Millionen Euro. Im Vergleich zum Oktober letzten Jahres liegt das Plus bei beiden Kategorien der Finanzwerbung nahe am Niveau der Top-50-Branchen. Während der Markt im Vorjahresvergleich um 16,9 Prozent im Plus ist, liegen die Etats um 17,7 Prozent höher als im Vorjahresmonat, die der Privatkundenwerbung um 14,8 Prozent. In der kumulierten Betrachtung für die Monate Januar bis Oktober haben die 50 werbestärksten Branchen 2021 um 7,5 Prozent mehr in die Werbung investiert als 2020, die Assekuranz 1,4 Prozent weniger. Die Ausgaben für die Privatkundenwerbung der Finanzdienstleister blieben um 5,0 Prozent hinter dem Corona-Jahr 2020 zurück.

Im Ranking der Top-50-Branchen belegte die Assekuranz im Oktober wie in den beiden Vormonaten Rang neun. Die Privatkundenwerbung kletterte um zwei Stellen auf Platz 25. Zusammen kamen die Rubriken der Finanzwerbung im Oktober 2021 auf einen Anteil von 3,7 Prozent (Vormonat 3,2 Prozent) am Gesamtmarkt der 50 werbestärksten Branchen. Im Vorjahresmonat waren es 4,0 Prozent. Allerdings war im Oktober 2020 die Kategorie Finanzen Firmen- und Imagewerbung mit Werbeausgaben in Höhe von 10,702 Millionen Euro unter den werbestärksten Branchen vertreten. Rechnet man sie heraus, ergibt sich für Oktober 2020 ein Marktanteil der Finanzwerbung von 3,7 Prozent – genau wie im Oktober 2021.

Werbeausgaben der Finanzdienstleister und Versicherer in Millionen Euro



bank und markt-Grafik

Quelle: Nielsen