

MARKTFORSCHUNG

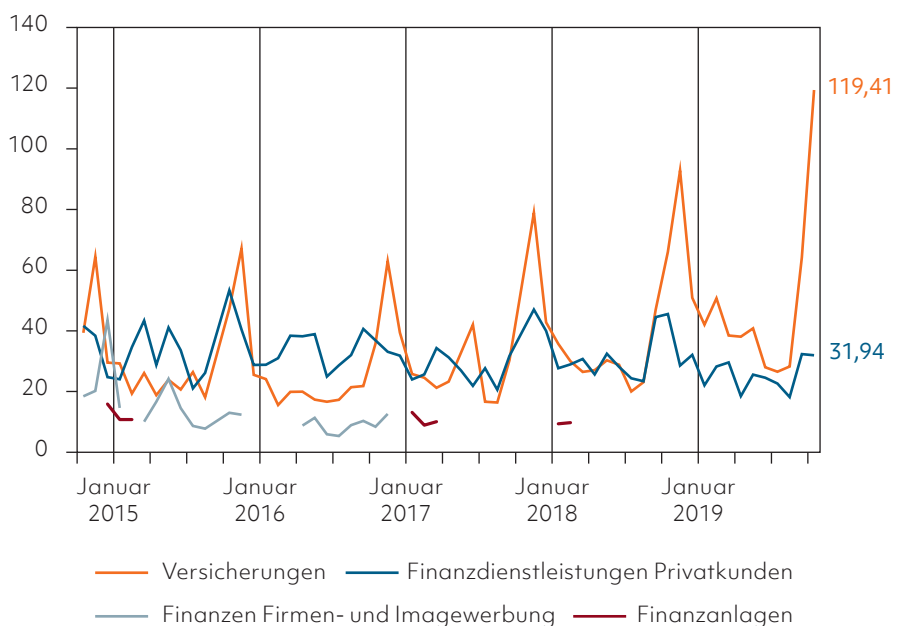
Werbebarometer Oktober 2019:
Neuer Rekord bei den Werbeausgaben der Assekuranz

Im Oktober 2019 haben die Top 50 werbungstreibenden Branchen ihre Werbeausgaben in den Above-the-Line-Medien gegenüber dem Vormonat um 13,6 Prozent aufgestockt. Bei der Assekuranz fällt das übliche Werbehoch im Herbst in diesem Jahr besonders kräftig aus. Die Versicherer stockten ihre Etats um 55,2 Millionen Euro oder 85,86 Prozent auf 119,4 Millionen Euro auf und liegen damit auch im Vergleich zum Vorjahresmonat um 80,8 Prozent im Plus. Bei der Privatkundenwerbung der Finanzdienstleister, deren Budgets im September ordentlich erhöht wurden, gab es im Oktober gegen den Markttrend im Vergleich zum September einen leichten Rückgang um 0,4 Millionen Euro oder 1,2 Prozent auf 31,94 Millionen Euro. Verglichen mit dem Oktober des Vorjahres fallen die Ausgaben für die Privatkundenwerbung der Finanzdienstleister um 29,9 Prozent geringer aus. Zum Vergleich: Der Markt der Top-50 werbenden Branchen ist mit 2,4 Prozent im Plus.

In der kumulierten Betrachtung für die Monate Januar bis Oktober 2019 liegen die Werbeausgaben der Top-50-Branchen insgesamt um 1,8 Prozent über dem Niveau des Vergleichszeitraums 2018. Für die Versicherungswerbung weist die Nielsen-Statistik ein Plus von 38,2 Prozent aus, für die Privatkundenwerbung dagegen ein Minus von 17,5 Prozent.

Im Ranking der 50 werbestärksten Branchen hat sich die Versicherungswerbung noch einmal verbessert und kommt jetzt auf Platz 5, den sie auch bezogen auf den Gesamtzeitraum Januar bis Oktober 2019 belegt. Die Privatkundenwerbung stieg dagegen im Oktober von Rang 21 auf die 25. Stelle ab. Im Zeitraum Januar bis Oktober insgesamt kommt sie auf Platz 20. Zusammen kommen die beiden Rubriken der Finanzwerbung im Oktober 2019 auf einen Anteil von 5,2 Prozent (im Vormonat 3,7 Prozent) am Gesamtmarkt der Top 50 werbenden Branchen.

Werbeausgaben der Finanzdienstleister und Versicherer in Millionen Euro



bank und markt-Grafik

Quelle: Nielsen