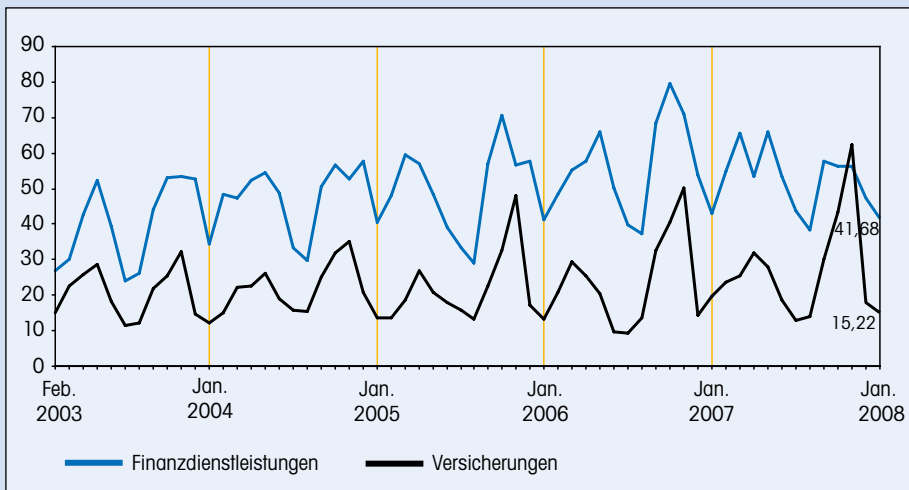


Marktforschung

# Werbebarometer

Werbeausgaben der Finanzdienstleister und Versicherer  
in Millionen Euro



Zum Jahresbeginn 2008 veränderte das Marktforschungsunternehmen Nielsen Media Research die Zusammensetzung des monatlichen Werbetrends. In die Kategorie der klassischen Medien, die zukünftig als Above-the-line-Medien ausgewiesen werden, wurde das Kino zusätzlich aufgenommen. Es steht hier neben Fernsehen, Zeitschriften, Zeitungen, Radio und Plakat.

Im Januar 2008 haben die Finanzdienstleister in Deutschland 41,68 Millionen Euro für klassische Werbung ausgegeben, das sind 5,63 Millionen Euro oder 11,9 Prozent weniger als im Dezember 2007. Im Vorjahresvergleich haben sich die Ausgaben um 1,27 Millionen Euro beziehungsweise 3,0 Prozent verringert. In der Rangliste der Werbung Treibenden rangieren die Finanzdienstleister zwei Plätze weiter hinten als im Vormonat auf Rang acht.

Die Versicherer haben im Januar ihre Werbeaufwendungen im Vergleich zum Vormonat um 2,64 Millionen Euro oder 14,8 Prozent auf 15,22 Millionen Euro verringert. Gegenüber dem Vorjahreswert haben sie etwa 22,3 Prozent weniger ausgegeben. Sie platzieren sich in der Branchen-Rangliste neun Plätze schlechter als im Vormonat auf Rang 25.

bank und markt-Grafik

Quelle: Nielsen Media Research