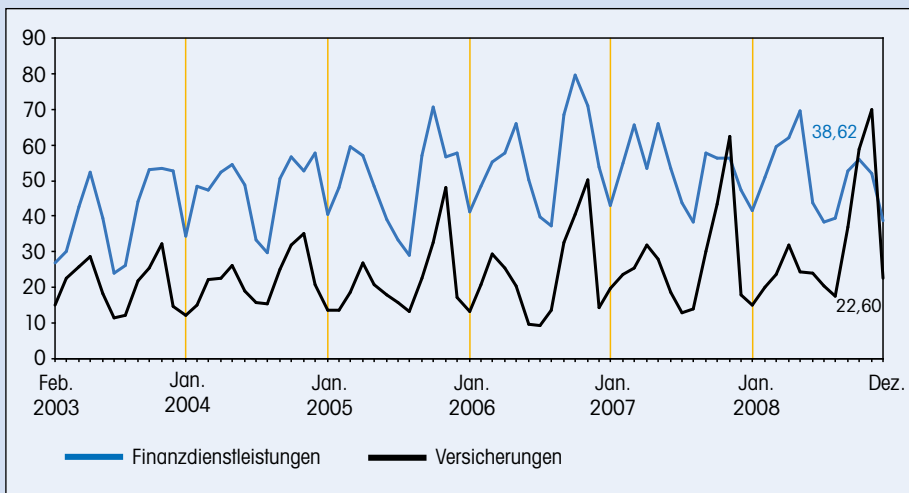


Marktforschung

# Werbebarometer

Werbeausgaben der Finanzdienstleister und Versicherer  
in Millionen Euro



Im Dezember 2008 haben die Finanzdienstleister in Deutschland 38,62 Millionen Euro für Above-the-line-Medien (Fernsehen, Zeitschriften, Zeitungen, Radio, Plakat und Kino) ausgegeben, das sind 13,38 Millionen Euro oder 25,7 Prozent weniger als im Vormonat. Im Vorjahresvergleich haben sich die Ausgaben um 8,69 Millionen Euro beziehungsweise 18,4 Prozent verringert. In der Rangliste der Werbung Treibenden sind die Finanzdienstleister wie schon in den beiden Vormonaten um jeweils einen Rang auf Platz acht abgerutscht.

Die Versicherer haben im Dezember ihre Werbeaufwendungen im Vergleich zum Vormonat um 47,36 Millionen Euro oder 67,7 Prozent deutlich auf 22,60 Millionen Euro verringert. Gegenüber dem Vorjahreswert stiegen die Spendings um etwa 4,74 Millionen Euro oder 26,5 Prozent. In der Branchen-Rangliste platziert sich die Assekuranz auf Rang 13.

Branchenübergreifend haben die Ausgaben für klassische Werbung im Gesamtjahr 2008 gegenüber dem Vorjahr um 0,7 Prozent zugenommen. Die Finanzdienstleister reduzierten ihre Ausgaben im kumulierten Vergleich zum Vorjahr um 1,8 Prozent, die Versicherer hingegen steigerten ihre Werbeinvestitionen um 11,4 Prozent.

bank und markt-Grafik

Quelle: Nielsen Media Research