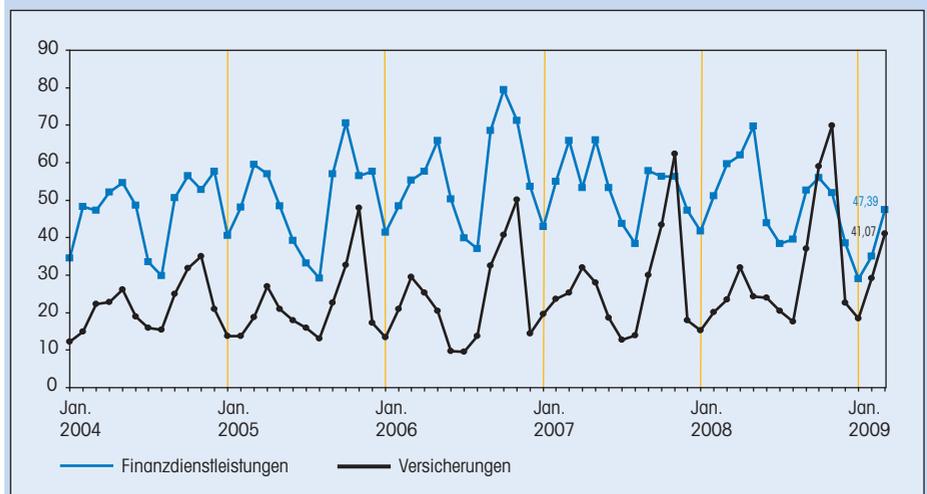


Marktforschung

Werbebarometer

Werbeausgaben der Finanzdienstleister und Versicherer
in Millionen Euro



Im März 2009 haben die Finanzdienstleister in Deutschland ihre Ausgaben für Above-the-line-Medien (Fernsehen, Zeitschriften, Zeitungen, Radio, Plakat und Kino) gegenüber dem Vormonat um 12,35 Millionen Euro oder 35,25 Prozent auf 47,39 Millionen Euro gesteigert. Im Vorjahresvergleich haben sich die Ausgaben aber deutlich verringert: um 12,29 Millionen Euro beziehungsweise 20,59 Prozent. In der Rangliste der Werbung Treibenden rangieren die Finanzdienstleister wie in den drei Vormonaten auf Platz acht.

Die Versicherer haben im März ihre Werbeaufwendungen im Vergleich zum Vormonat nochmals um 11,86 Millionen Euro oder 40,60 Prozent auf 41,07 Millionen Euro gesteigert. Gegenüber dem Vorjahreswert betrug die Steigerung 17,53 Millionen Euro oder 74,47 Prozent. In der Branchen-Rangliste ist die Assekuranz damit von Rang 13 auf Rang 9 aufgerückt.

Branchenübergreifend haben die Ausgaben für klassische Werbung in den ersten drei Monaten 2009 gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 2,5 Prozent abgenommen. Bei den Finanzdienstleistern waren es minus 21,8 Prozent, während die Versicherer ihre Spendings um insgesamt 51,7 Prozent steigerten.

bank und markt-Grafik

Quelle: Nielsen Media Research