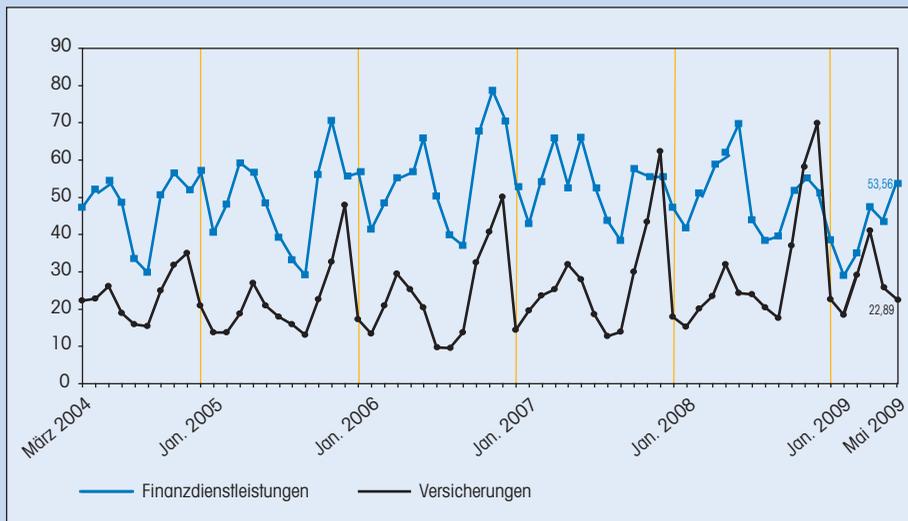


Marktforschung

Werbearometer

Werbeausgaben der Finanzdienstleister und Versicherer
in Millionen Euro



Im Mai 2009 haben die Finanzdienstleister in Deutschland ihre Ausgaben für Above-the-line-Medien (Fernsehen, Zeitschriften, Zeitungen, Radio, Plakat und Kino) gegenüber dem Vormonat um 9,87 Millionen Euro oder 22,6 Prozent auf 53,56 Millionen Euro erhöht. Im Vorjahresvergleich sind die Ausgaben aber deutlich zurückgegangen: um 16,13 Millionen Euro beziehungsweise 23,1 Prozent. In der Rangliste der Werbung Treibenden rangieren die Finanzdienstleister seit Jahresbeginn unverändert auf Platz acht.

Die Versicherer hingegen haben im Mai ihre Werbeaufwendungen im Vergleich zum Vormonat um 3,07 Millionen Euro oder 11,8 Prozent auf 22,89 Millionen Euro gesenkt. Gegenüber dem Vorjahreswert ergibt sich ein etwas geringerer Rückgang um 1,34 Millionen Euro oder 5,5 Prozent. In der Branchen-Rangliste liegt die Assekuranz damit auf Rang 13.

Branchenübergreifend haben die Ausgaben für klassische Werbung von Januar bis Mai 2009 gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 3,8 Prozent abgenommen. Bei den Finanzdienstleistern waren es minus 21,1 Prozent, während die Versicherer ihre Spendings um insgesamt 20,8 Prozent steigerten.