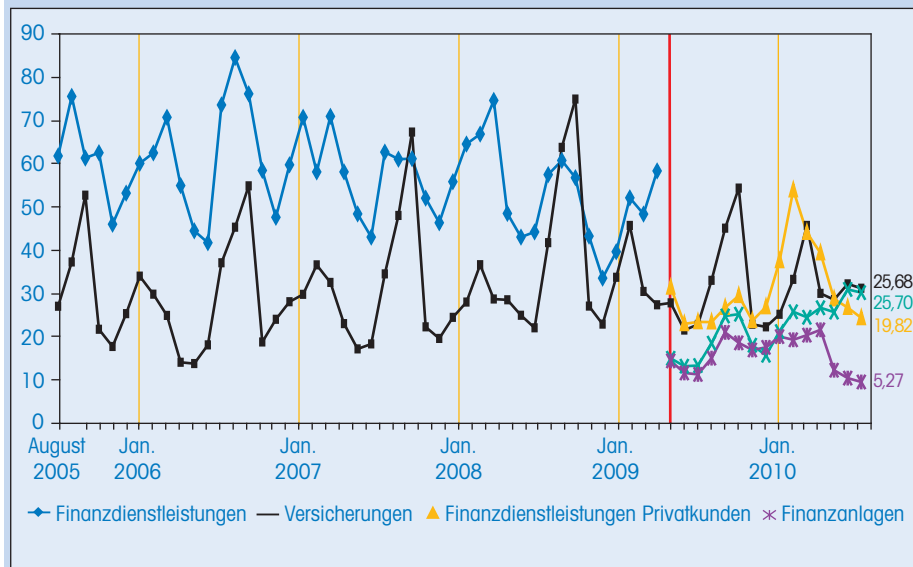


## Marktforschung

# Werbebarometer

Werbeausgaben der Finanzdienstleister und Versicherer  
in Millionen Euro



Im August 2010 haben die Finanzdienstleister ihre Bruttowerbeinvestitionen für das Privatkundengeschäft laut Nielsen Media Research nach einem Anstieg im Juli wieder um 2,36 Millionen Euro oder 10,57 Prozent auf 19,82 Millionen Euro reduziert. Im Vergleich zum Vorjahresmonat lagen die Ausgaben 4,3 Prozent höher. Im Bereich der Firmen- und Imagewerbung gingen die Ausgaben gegenüber Juli moderater zurück und sanken um 0,75 Millionen Euro oder 2,8 Prozent auf 25,68 Millionen Euro. Gegenüber dem August 2010 entspricht das einem Plus von 184,3 Prozent. Auch in die Werbung für Finanzanlagen fließen mit 5,26 Millionen Euro zum dritten Mal in Folge weniger Mittel als im Vormonat, nämlich 0,88 Millionen Euro oder 14,3 Prozent weniger. Damit fielen die Ausgaben um fast ein Viertel niedriger aus als im August letzten Jahres. Die Versicherer haben im August ihre Werbeausgaben im Vergleich zum Vormonat um 1,018 Millionen Euro oder 3,7 Prozent auf 25,68 Millionen Euro reduziert. Im Vergleich zum August 2010 haben sie dagegen um 39,3 Prozent mehr ausgegeben.

Im kumulierten Vorjahresvergleich haben sich damit die Werbeausgaben für Finanzdienstleistungen für Privatkunden von Januar bis August 2010 um 20,0 Prozent erhöht, die für Firmen- und Imagewerbung um 21,3 Prozent und die für Finanzanlagen um 3,8 Prozent. Die Ausgaben für Versicherungswerbung dagegen sanken gegen den Trend um 8,3 Prozent. Branchenübergreifend haben die Ausgaben für klassische Werbung von Januar bis August 2010 um 10,3 Prozent zugenommen. In der Rangliste der Produktgruppen nach Werbeausgaben im Gesamtjahr rangierten die Finanzdienstleistungen für Privatkunden im August auf Rang 17 (im Juli Rang 15), die Versicherungen auf Rang 20 (19), die Firmen- und Imagewerbung unverändert auf Platz 24 und die Werbung für Finanzanlagen, um drei Plätze abgerutscht, auf Rang 43.

bank und markt-Grafik

Quelle: Nielsen Media Research