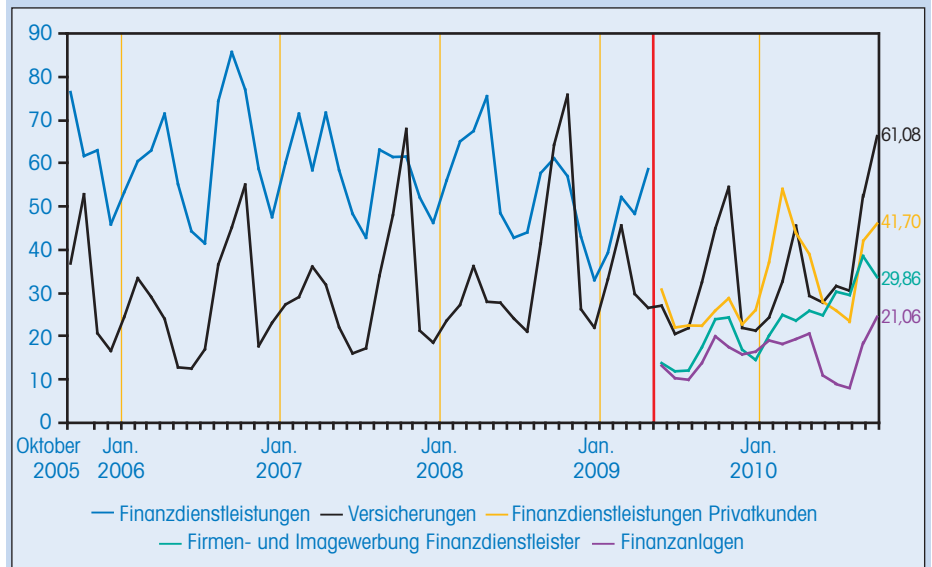


Marktforschung

Werbebarometer

Werbeausgaben der Finanzdienstleister und Versicherer
in Millionen Euro



Im Oktober 2010 haben die Finanzdienstleister ihre Bruttowerbeinvestitionen für das Privatkundengeschäft laut Nielsen Media Research um 3,75 Millionen Euro oder 9,9 Prozent auf 41,70 Millionen Euro erhöht. Im Vergleich zum Oktober des Vorjahres lagen die Ausgaben um 87,1 Prozent höher. Im Bereich der Firmen- und Imagewerbung gingen die Ausgaben gegenüber September um 4,6 Millionen Euro oder 13,2 Prozent auf 29,26 Millionen Euro zurück. Gegenüber dem Vorjahresmonat entspricht das jedoch einem Plus von 46,7 Prozent. In der Rubrik Werbung für Finanzanlagen stiegen die Ausgaben im Vergleich zum September um 5,9 Millionen oder 38,8 Prozent auf 29,86 Millionen Euro. Gegenüber dem Wert des Vorjahresmonats entspricht dies einer Steigerung um 26,9 Prozent. Die Versicherer haben im Oktober ihre Werbeausgaben im Vergleich zum Vormonat um 13,3 Millionen Euro oder 27,8 Prozent auf 61,09 Millionen Euro erhöht. Das ist für die Branche der dritthöchste Wert der letzten sechs Jahre. Im Vergleich zum Oktober 2009 beträgt das Plus 51,1 Prozent.

Im kumulierten Vorjahresvergleich haben sich die Werbeausgaben für Finanzdienstleistungen für Privatkunden von Januar bis Oktober 2010 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 28,6 Prozent erhöht, die für Firmen- und Imagewerbung ebenfalls überdurchschnittlich um 25,5 Prozent. Branchenübergreifend haben die Ausgaben für klassische Werbung in den ersten neun Monaten 2010 um 11,1 Prozent zugenommen. Die Investitionen in die Werbung für Finanzanlagen liegt mit einem Plus von 9,9 Prozent knapp, die Ausgaben für Versicherungswerbung angesichts des hohen Niveaus mit plus 5,6 Prozent deutlich unter dem Durchschnittswachstum. In der Rangliste der Produktgruppen nach Werbeausgaben im Gesamtjahr rangierten die Finanzdienstleistungen für Privatkunden im Oktober zum dritten Mal auf Rang 17, die Versicherungen behaupten Platz 19 und die Firmen- und Imagewerbung wiederum unverändert auf Platz 24. Schlusslicht bleibt die Werbung für Finanzanlagen, zum zweiten Mal um zwei Plätze aufgerückt, auf Rang 39.

bank und markt-Grafik

Quelle: Nielsen Media Research