



erwicon

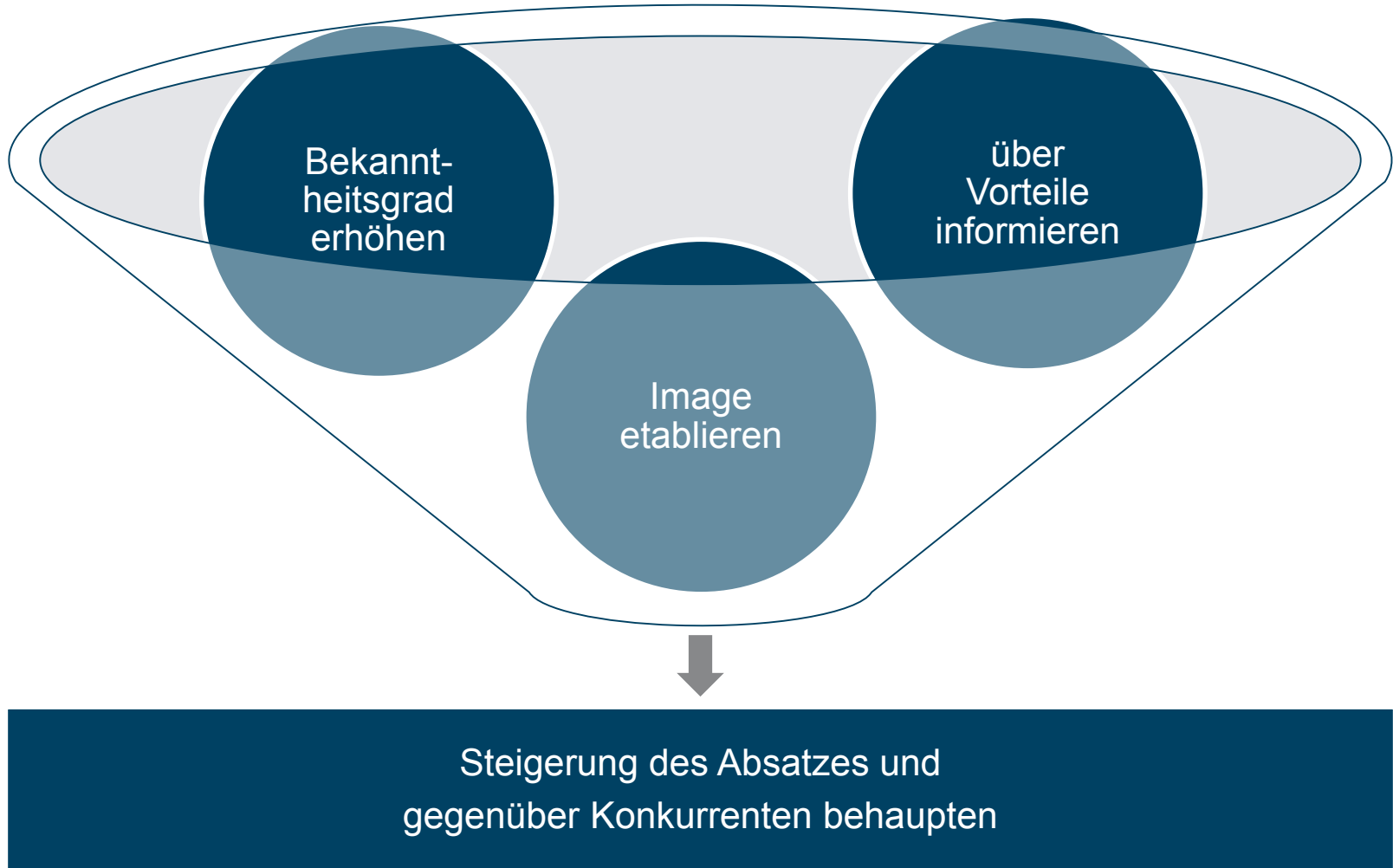
Kommunikation in Thüringen:
Wer etwas haben will,
muss auch etwas geben

Dr. Gertrud R. Traud
Chefvolkswirtin / Leitung Research

Erfurt, 11.06.2014

Kommunikation in Thüringen – „Wer etwas haben will, muss auch etwas geben.“ (Martin Luther)



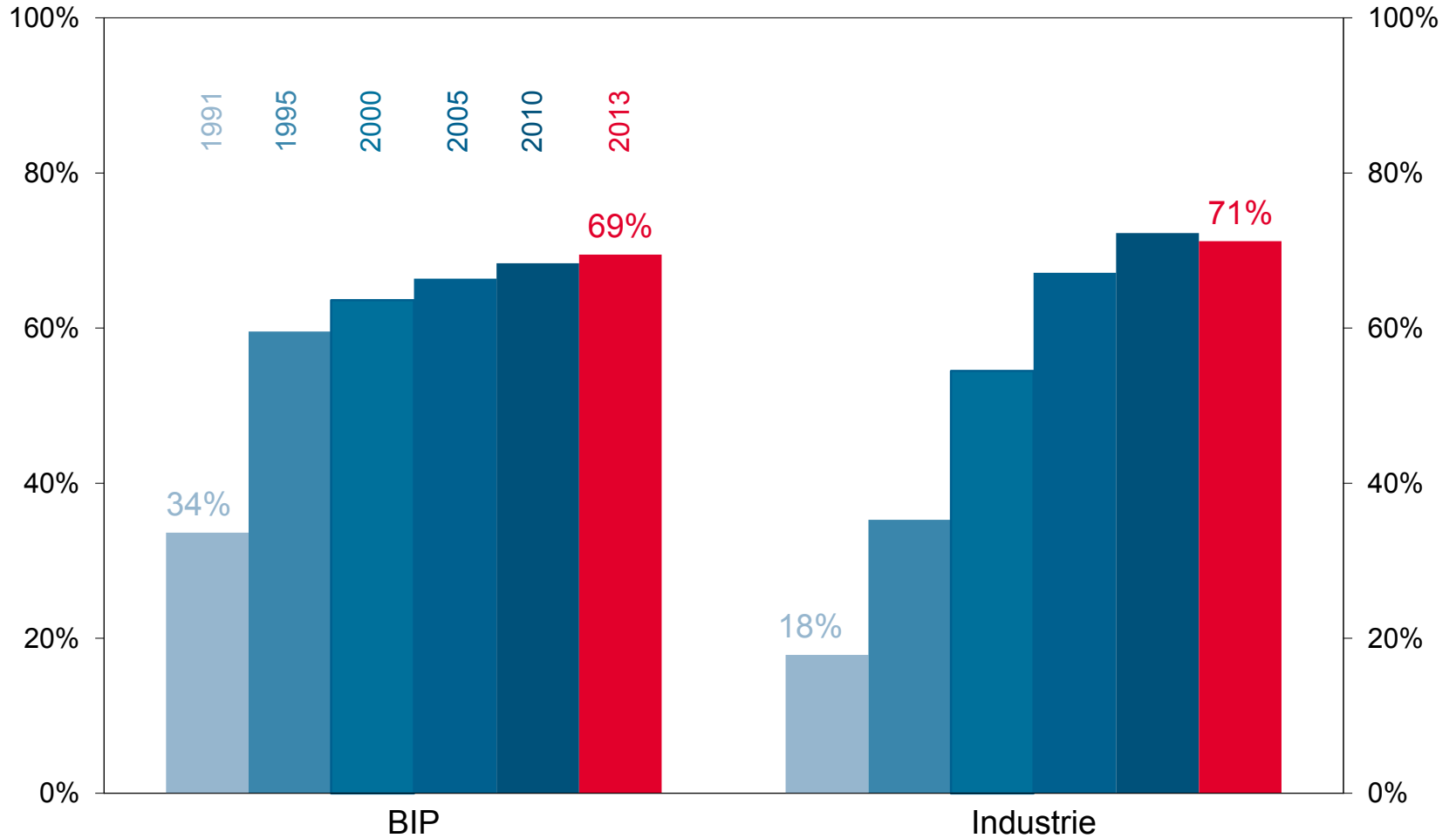


Quelle: Helaba Volkswirtschaft/Research



Wirtschaftsleistung in Thüringen enorm gestiegen

BIP bzw. Bruttowertschöpfung pro Kopf in % des gesamtdeutschen Durchschnitts

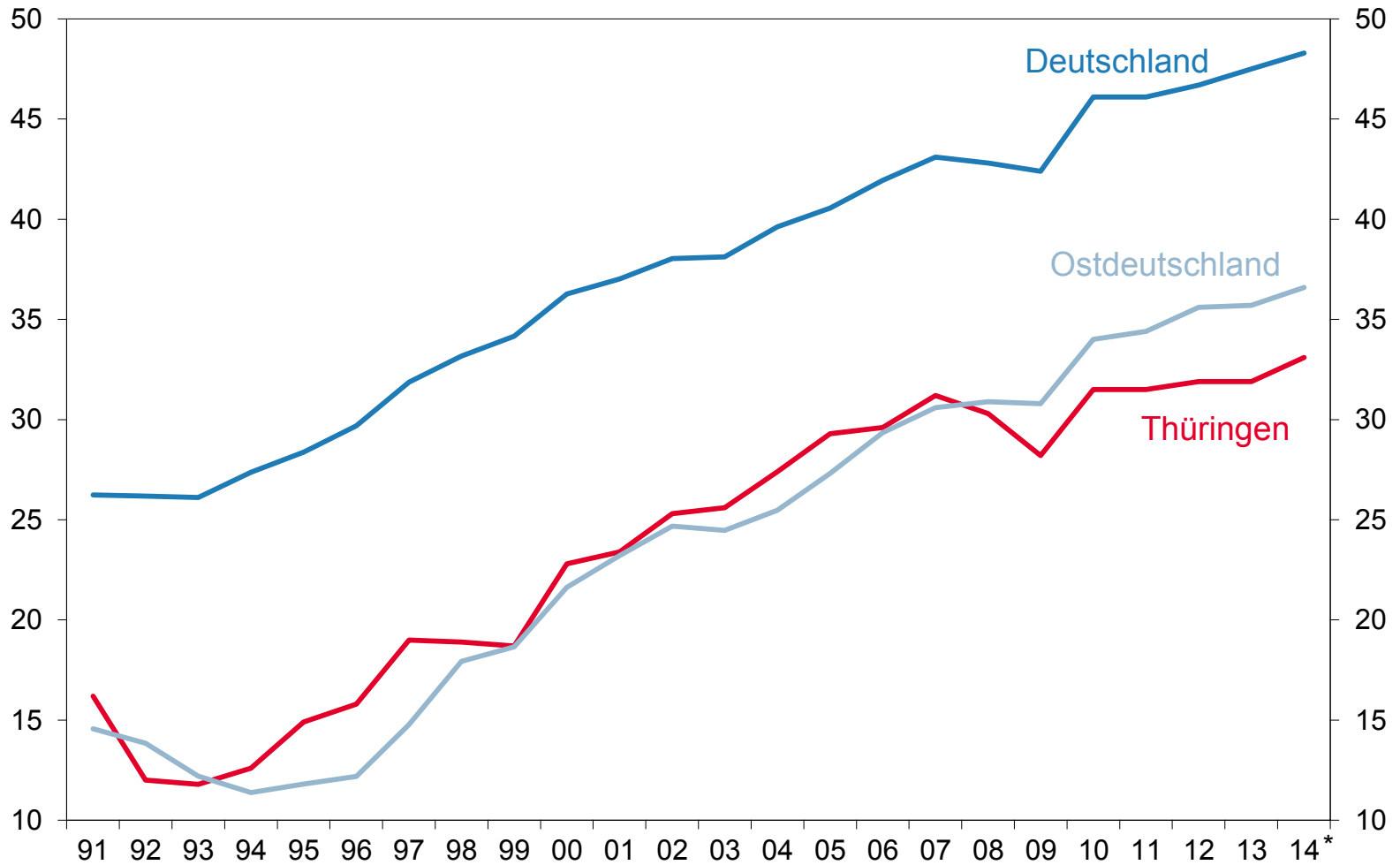


Quellen: Thüringer Landesamt für Statistik, Helaba Volkswirtschaft/Research



Thüringen auf den Weltmärkten erfolgreich

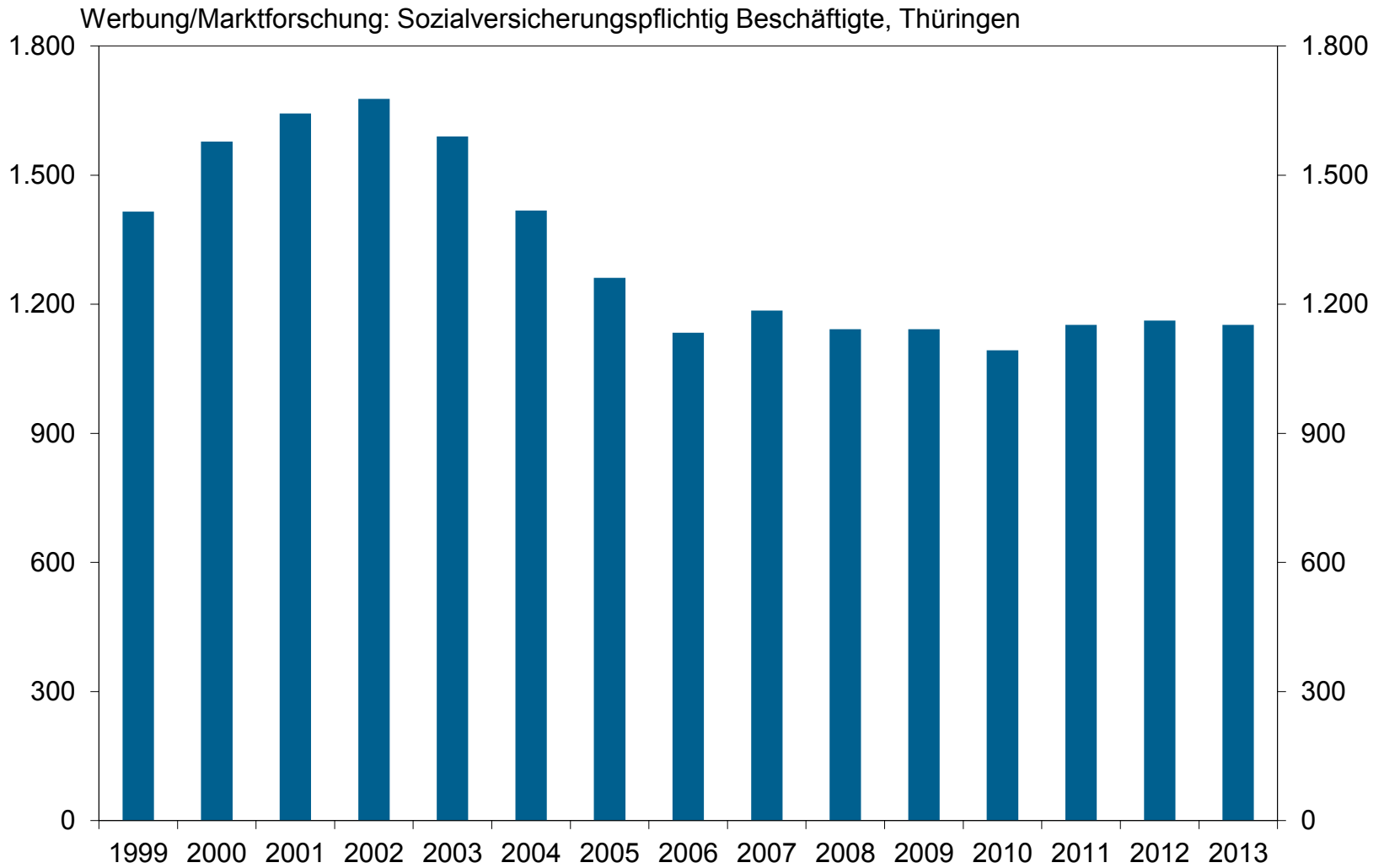
Industrie: Anteil des Auslandsumsatzes am Gesamtumsatz in %



Quellen: Thüringer Landesamt für Statistik, Helaba Volkswirtschaft/Research



Stabilisierung der Beschäftigung in der Werbebranche

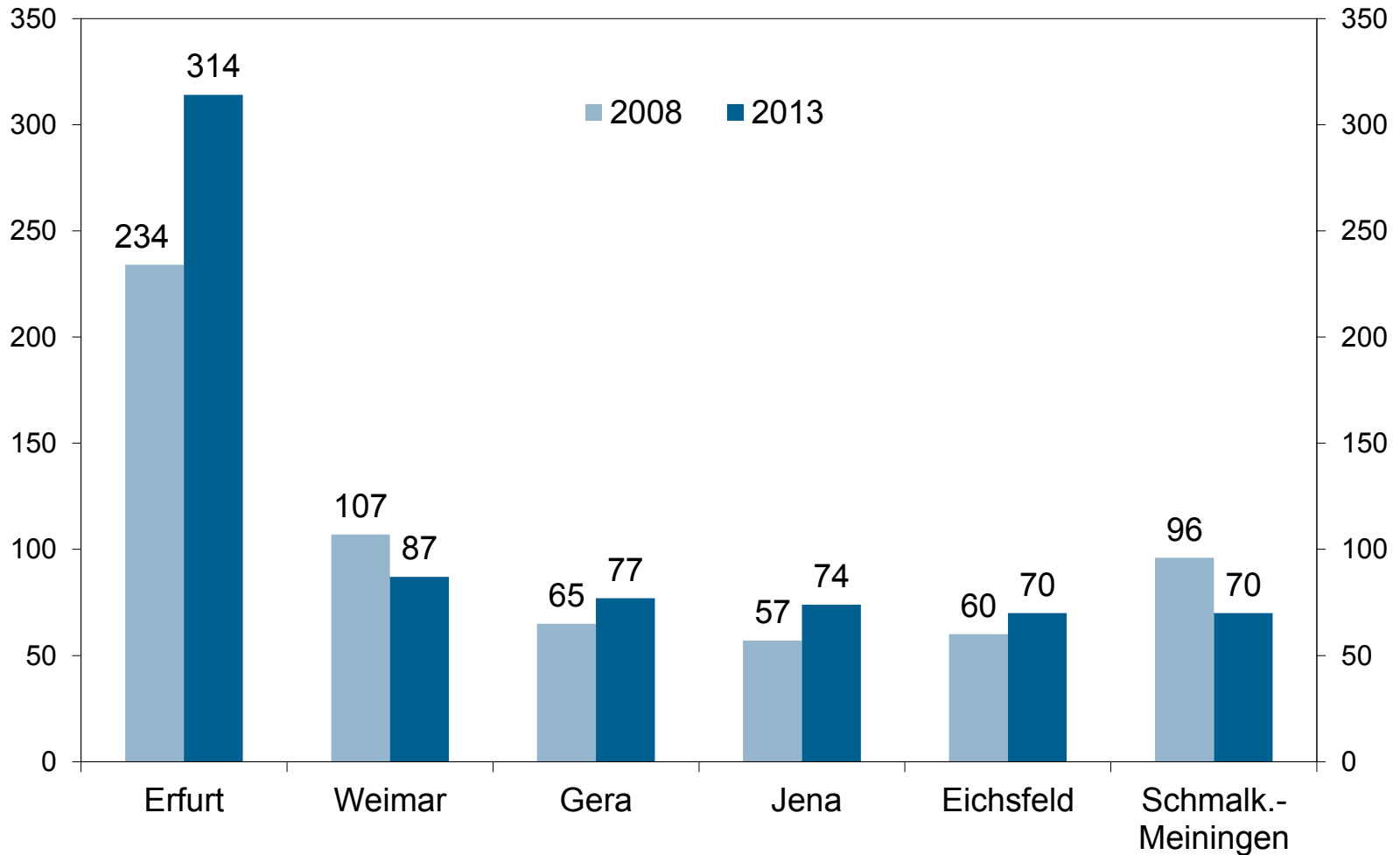


Quellen: Bundesagentur für Arbeit , Helaba Volkswirtschaft/Research



Werbung: Erfurt als Hauptstandort

Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in Werbung/Marktforschung

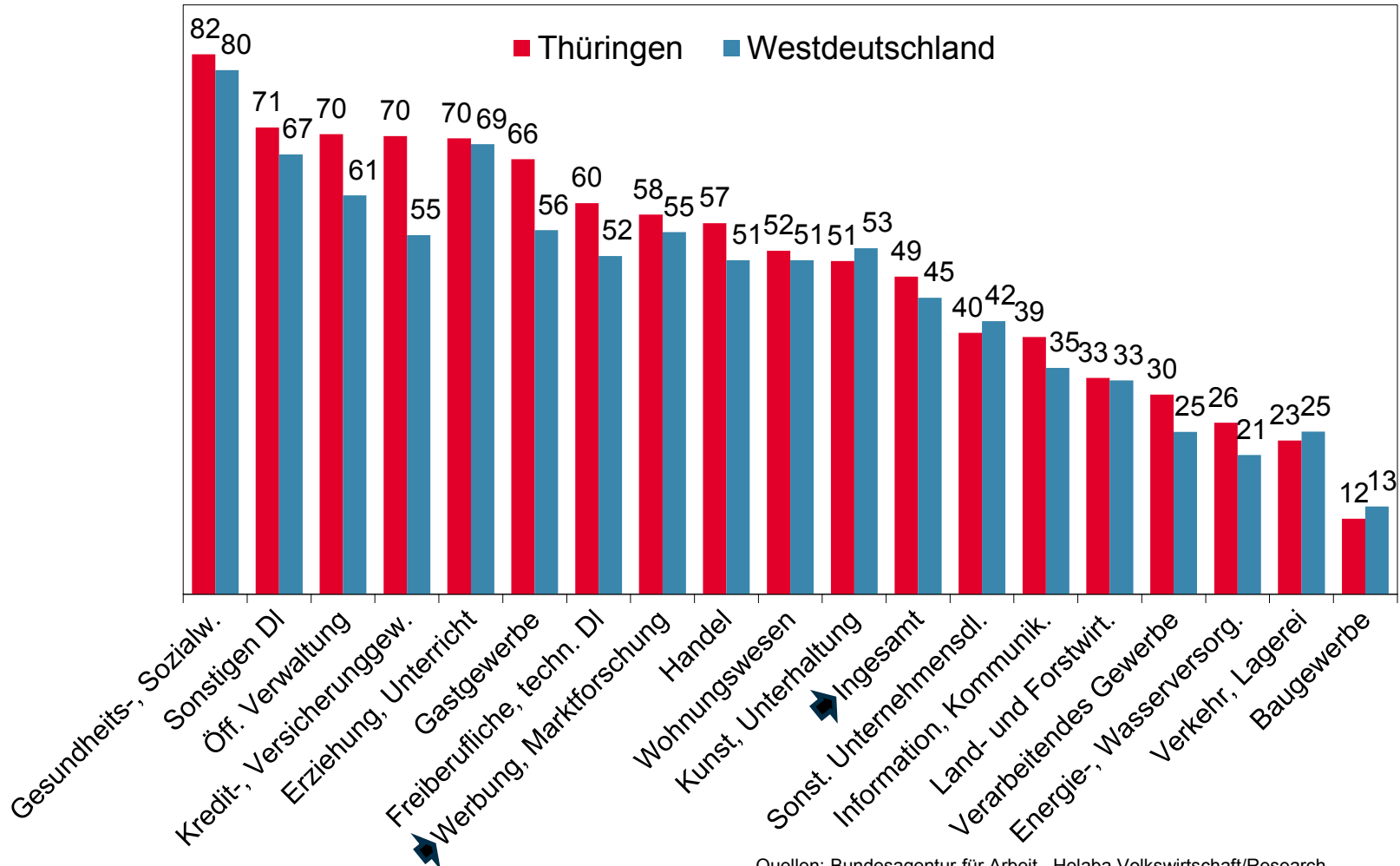


Quellen: Bundesagentur für Arbeit , Helaba Volkswirtschaft/Research



Werbung und Marktforschung mit hohem Frauenanteil

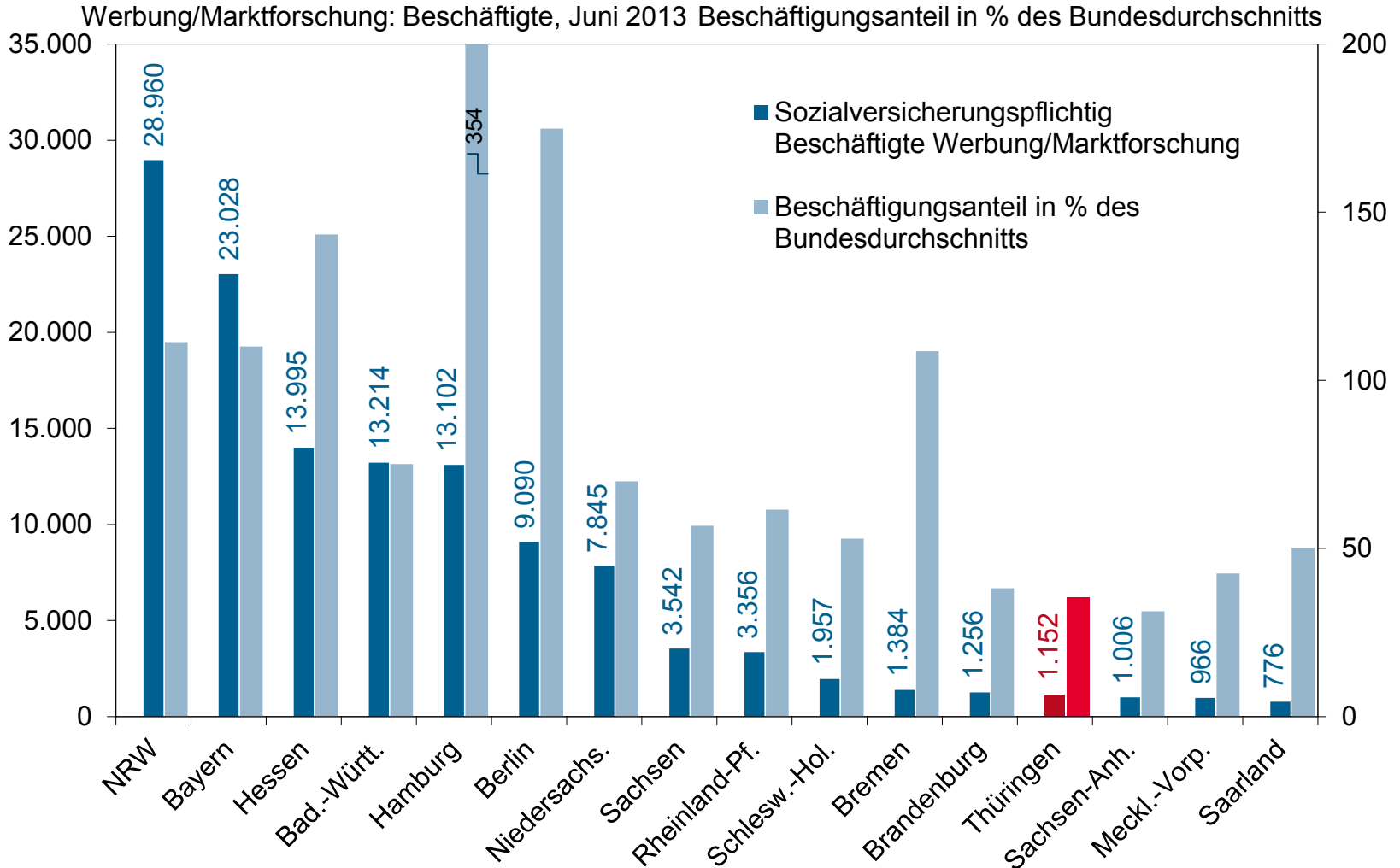
Anteil der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten Frauen an insgesamt in %, Juni 2012



Quellen: Bundesagentur für Arbeit, Helaba Volkswirtschaft/Research

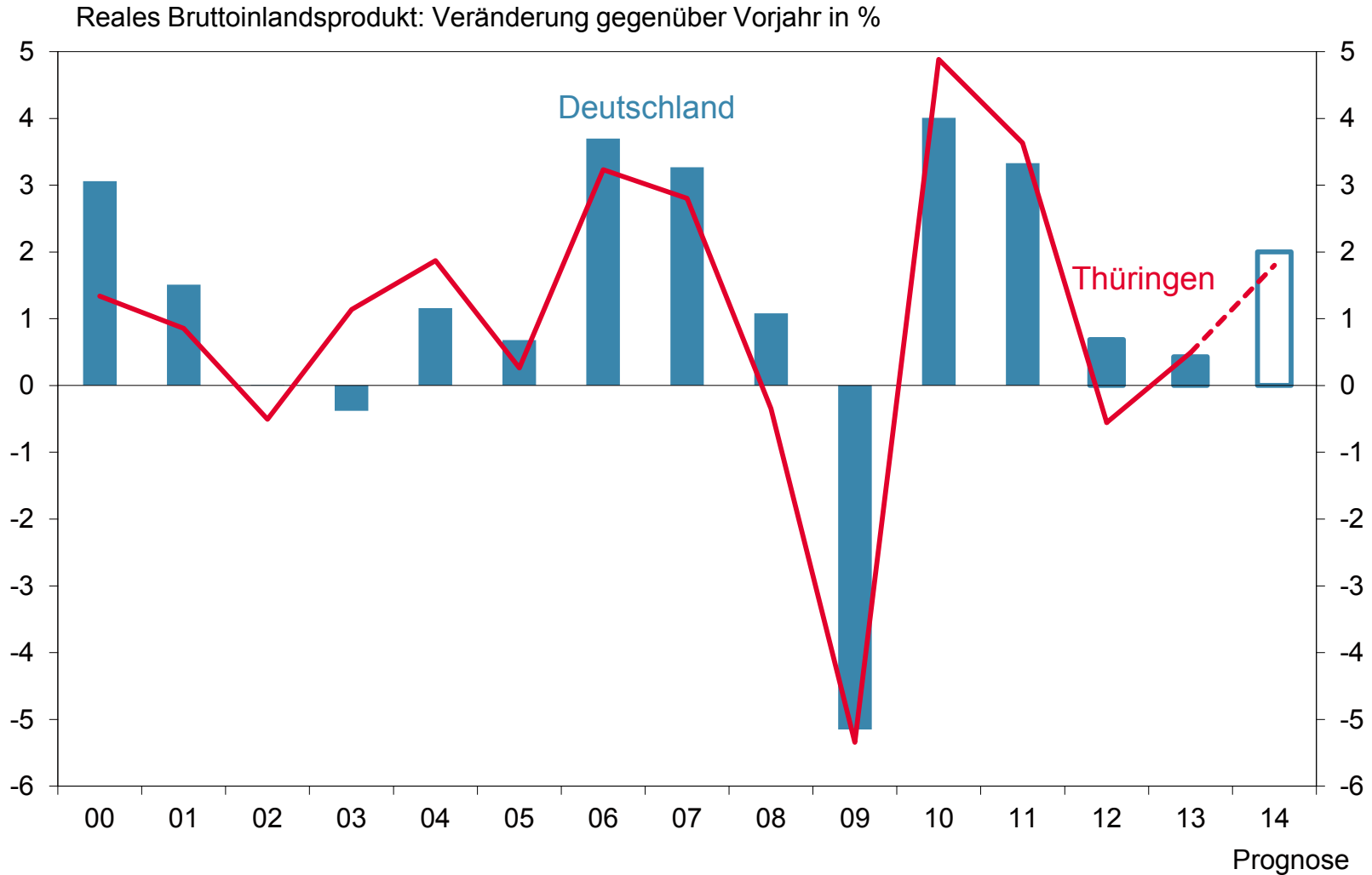


Werbung und Marktforschung in den neuen Bundesländern etwa gleichverteilt

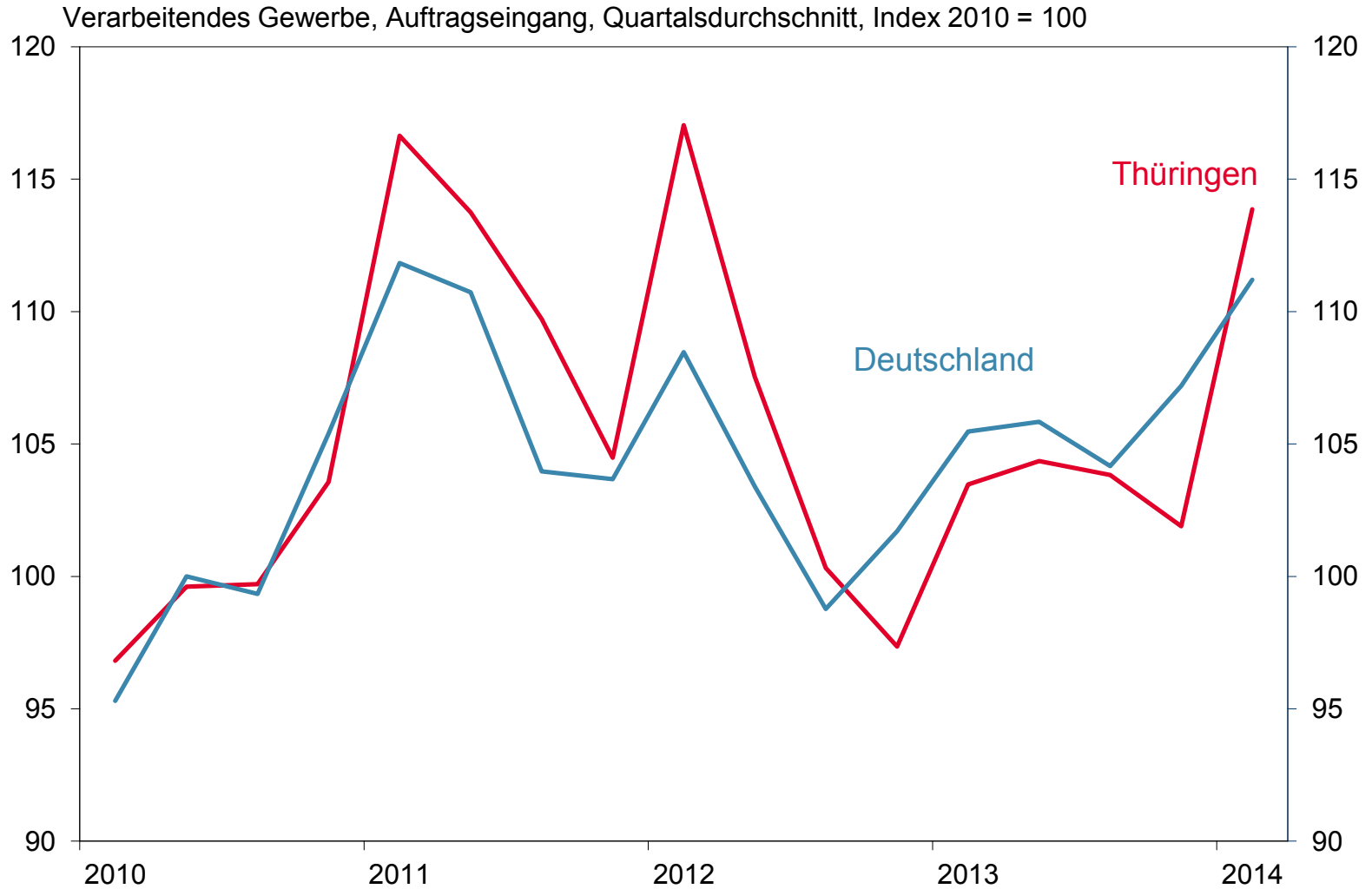


Quellen: Bundesagentur für Arbeit, Helaba Volkswirtschaft/Research





Quellen: Thüringer Landesamt für Statistik, Helaba Volkswirtschaft/Research

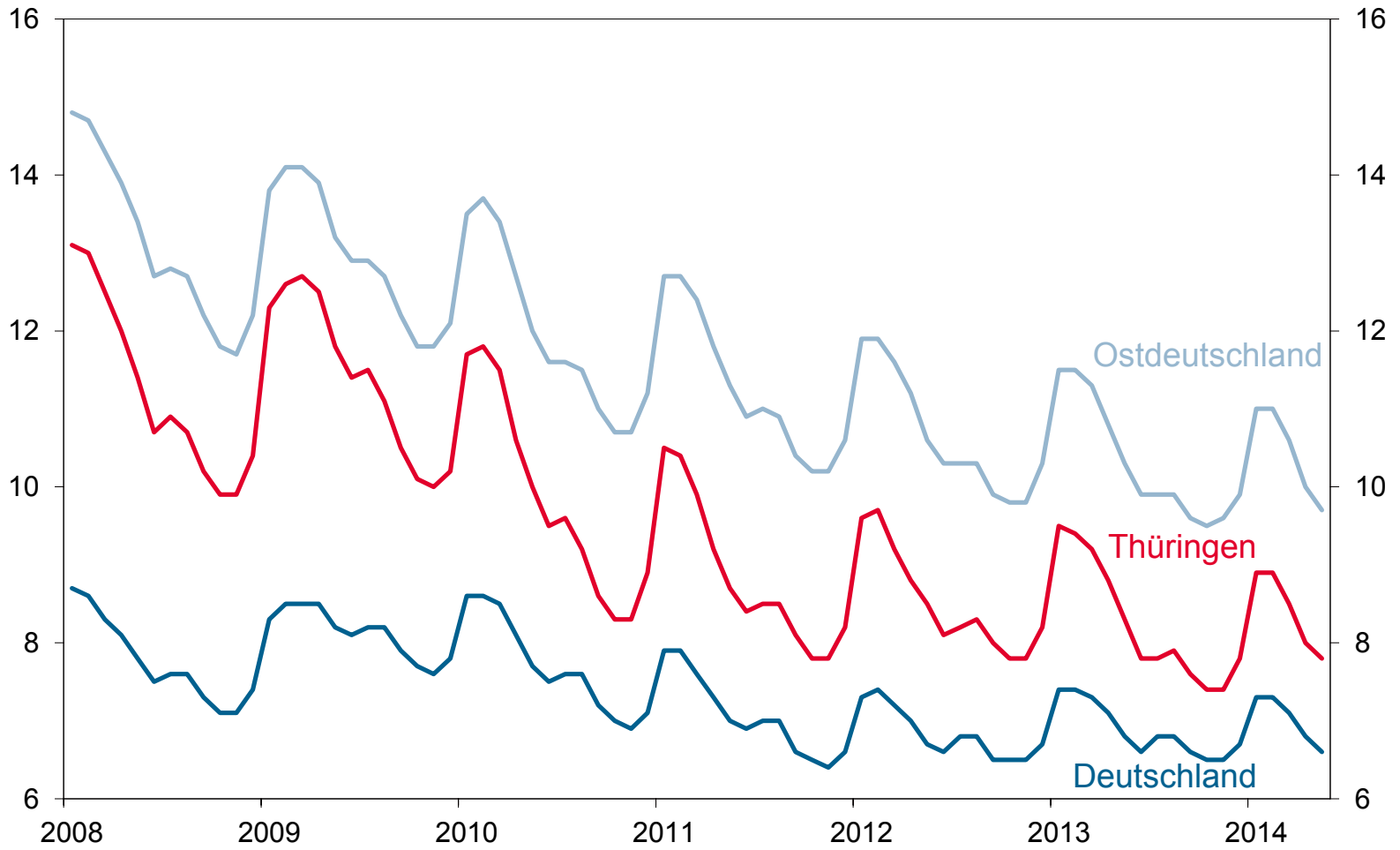


Quellen: Thüringer Landesamt für Statistik, Helaba Volkswirtschaft/Research



Arbeitslosigkeit sinkt weiter

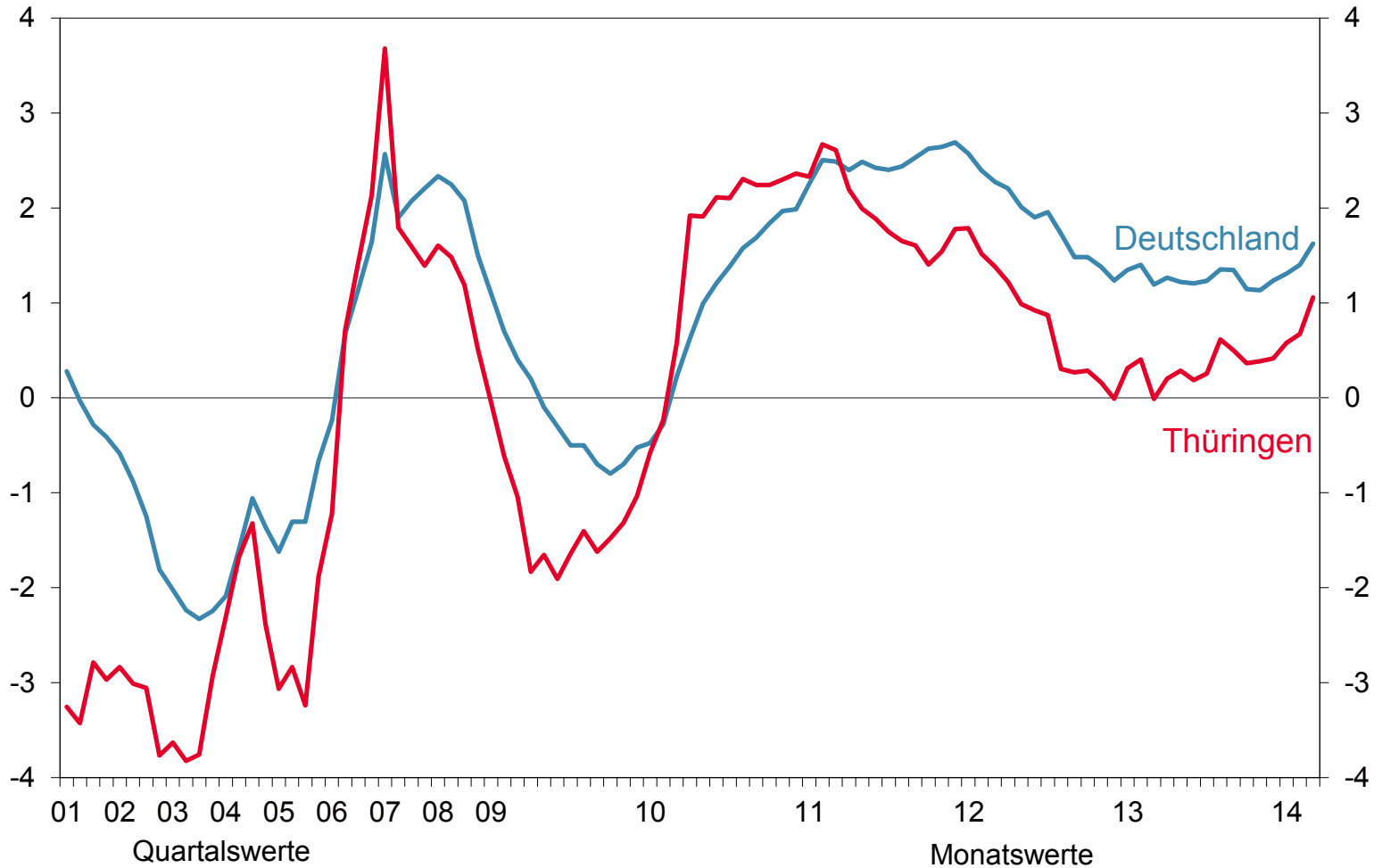
Arbeitslosenquote in % aller zivilen Erwerbspersonen



Quellen: Bundesagentur für Arbeit, Helaba Volkswirtschaft/Research

Beschäftigungsabschwächung überwunden

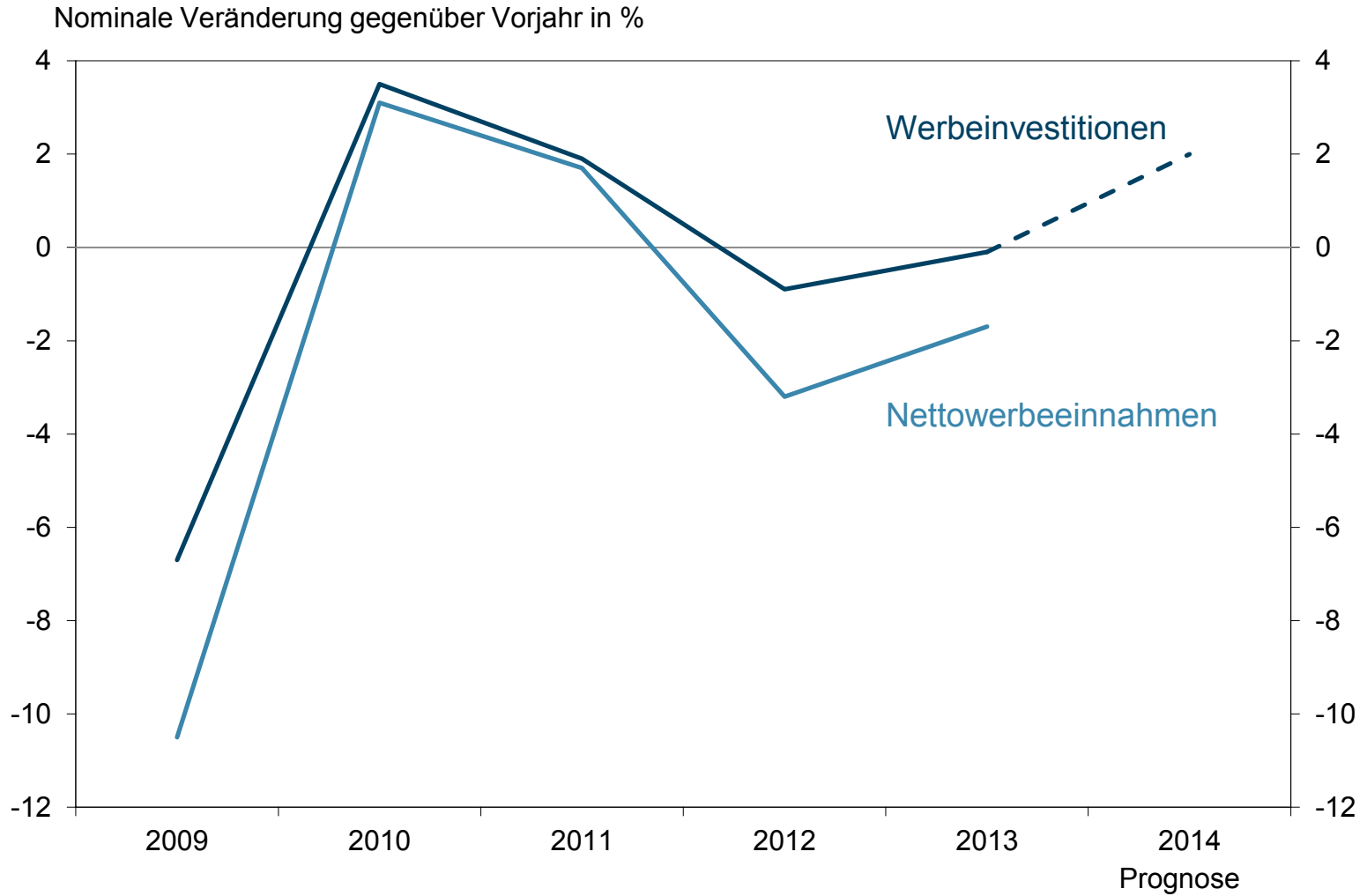
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte, Veränderung gegenüber Vorjahr in %j.



Quellen: Bundesagentur für Arbeit, Helaba Volkswirtschaft/Research



Steigende Werbeinvestitionen 2014

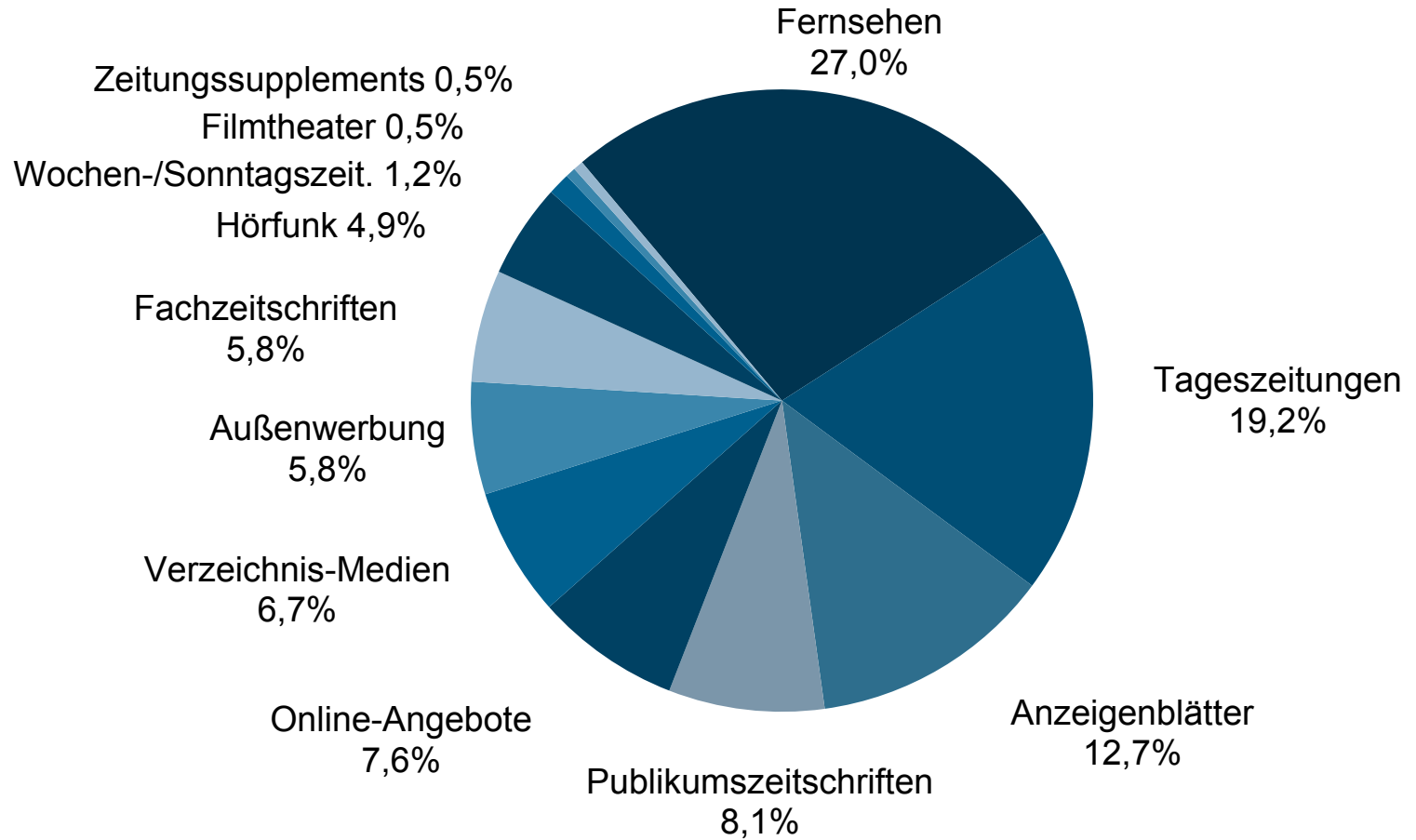


Quellen: ZAW, Helaba Volkswirtschaft/Research



TV und Zeitungen als größte Werbeträger

Anteil der Werbeträger an Gesamtnettowerbeeinnahmen in %, 2013

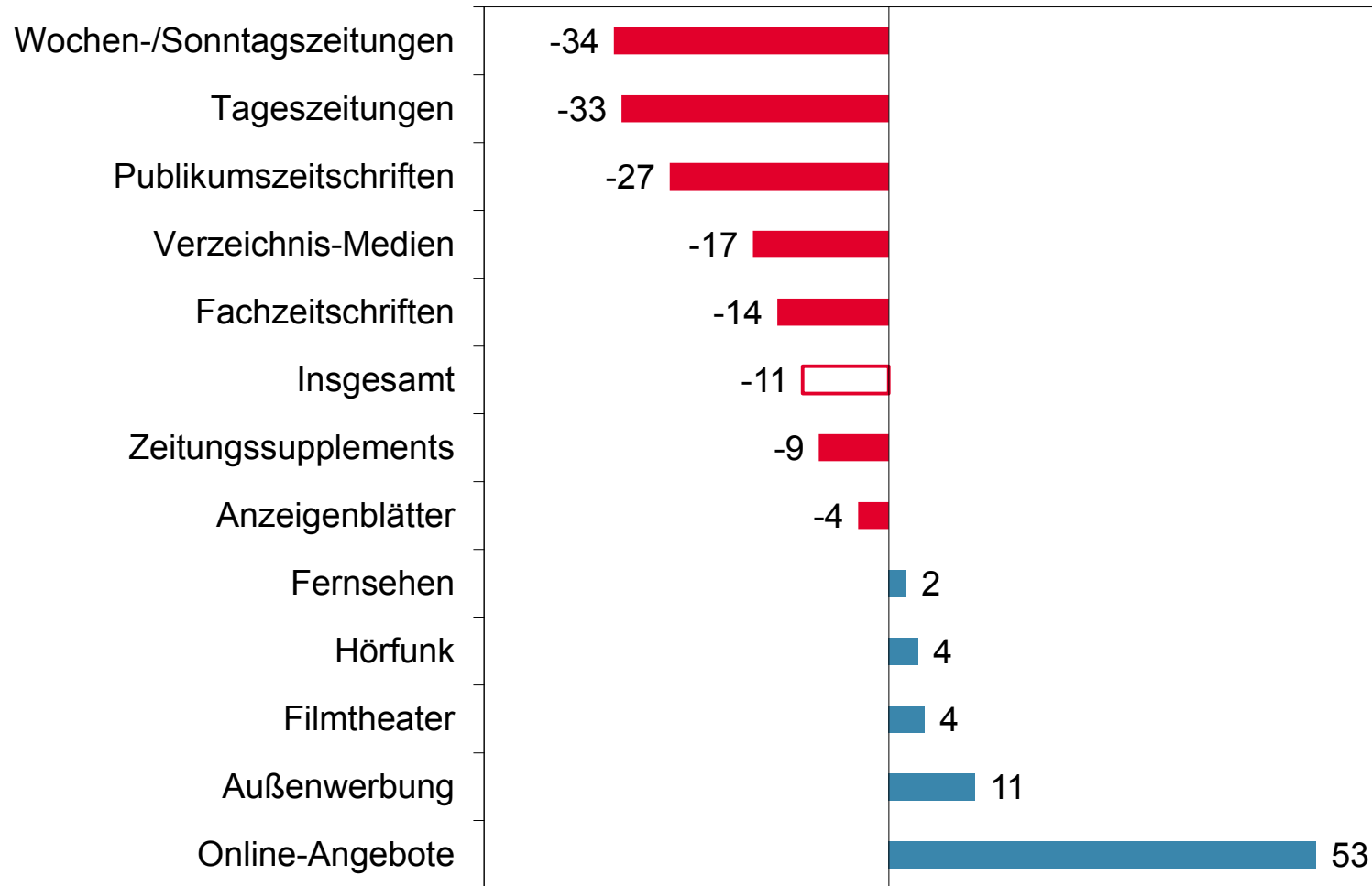


Quellen: ZAW, Helaba Volkswirtschaft/Research



Hauptwerbeträger deutlich unter Vorkrisenniveau

Nettowerbeeinnahmen 2013: Nominale Veränderung gegenüber 2008 in %

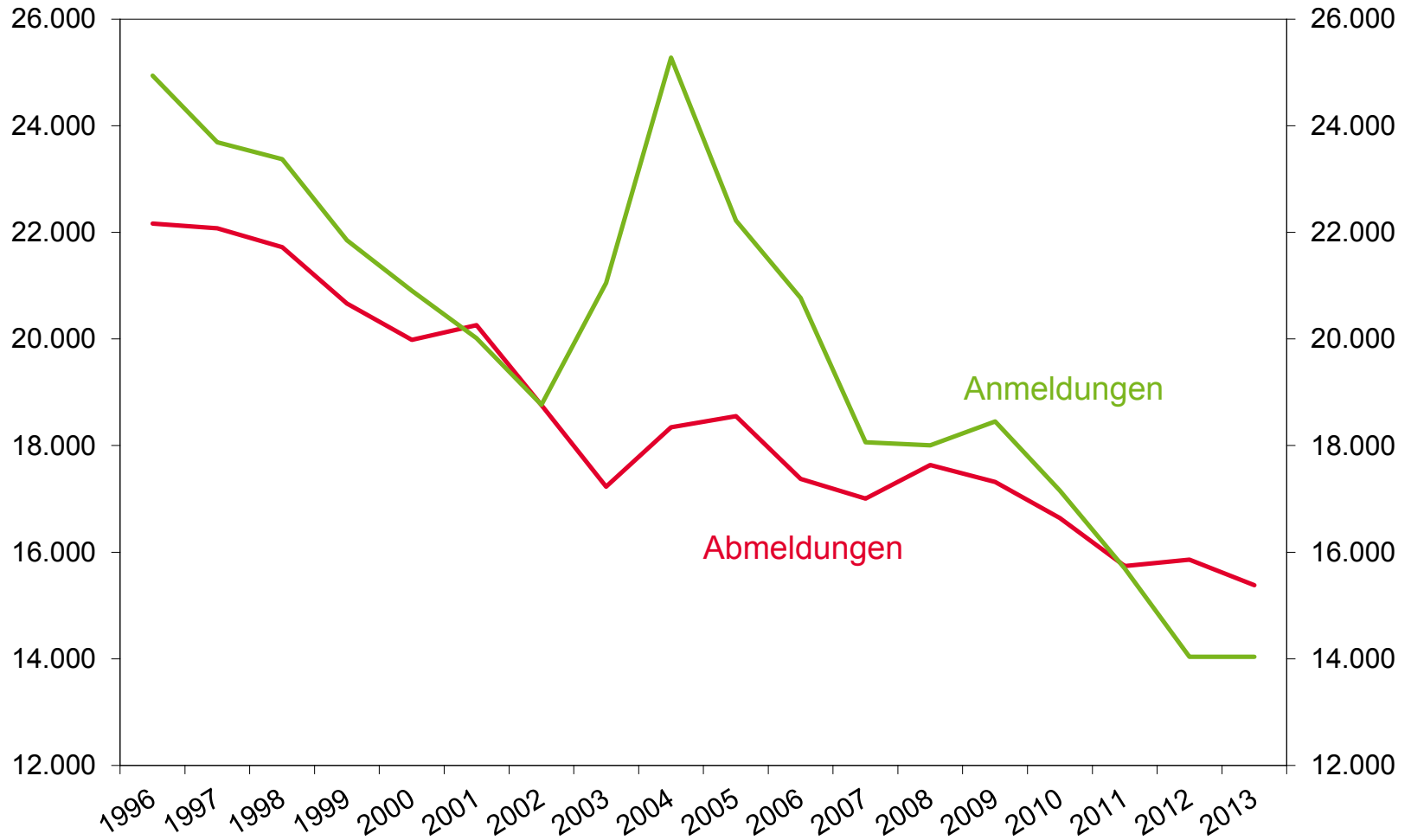


Quellen: ZAW, Helaba Volkswirtschaft/Research



Sinkender Trend bei Gewerbeanmeldungen

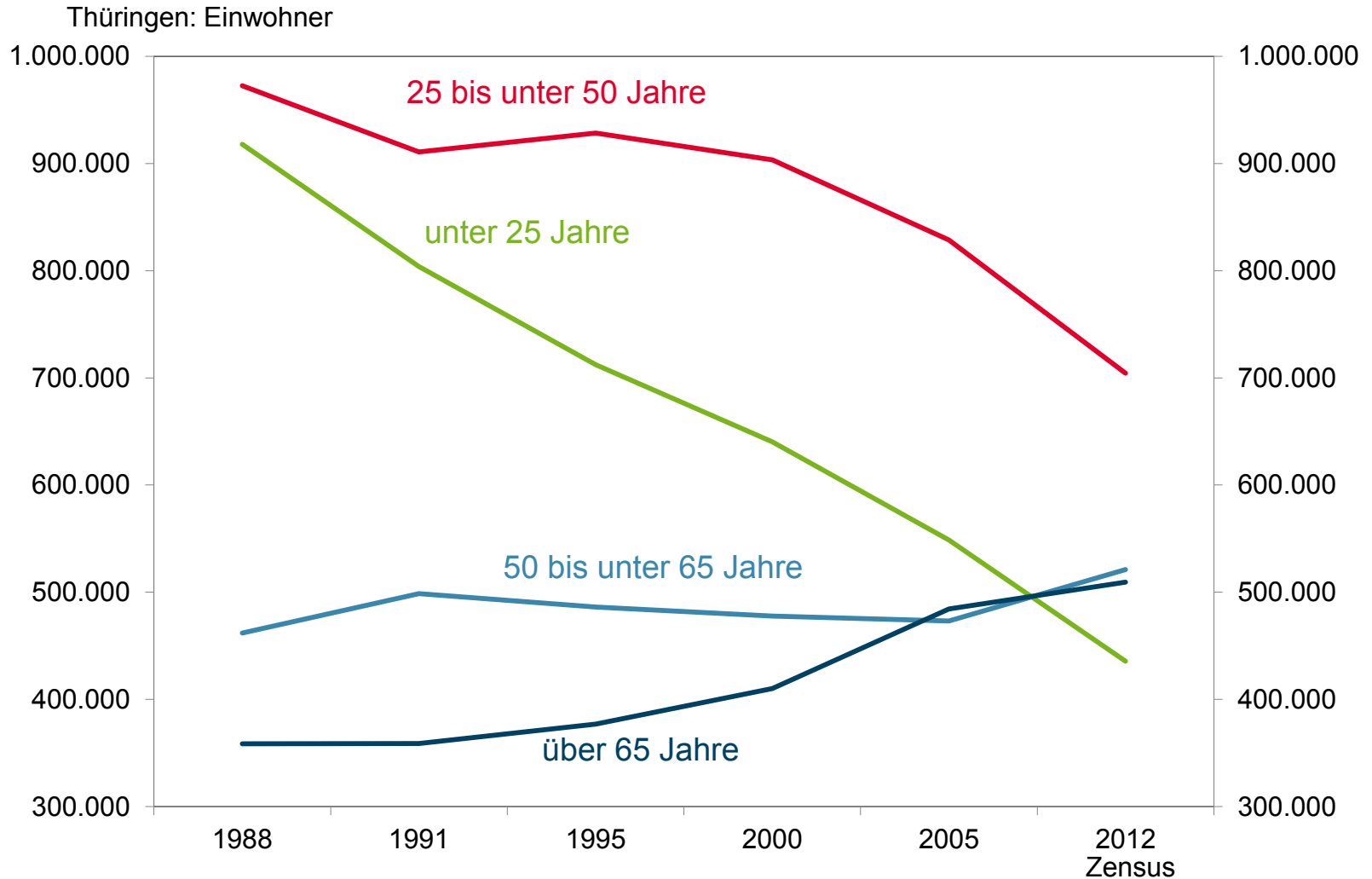
Thüringen: Zahl der Gewerbeanzeigen



Quellen: Thüringer Landesamt für Statistik, Helaba Volkswirtschaft/Research



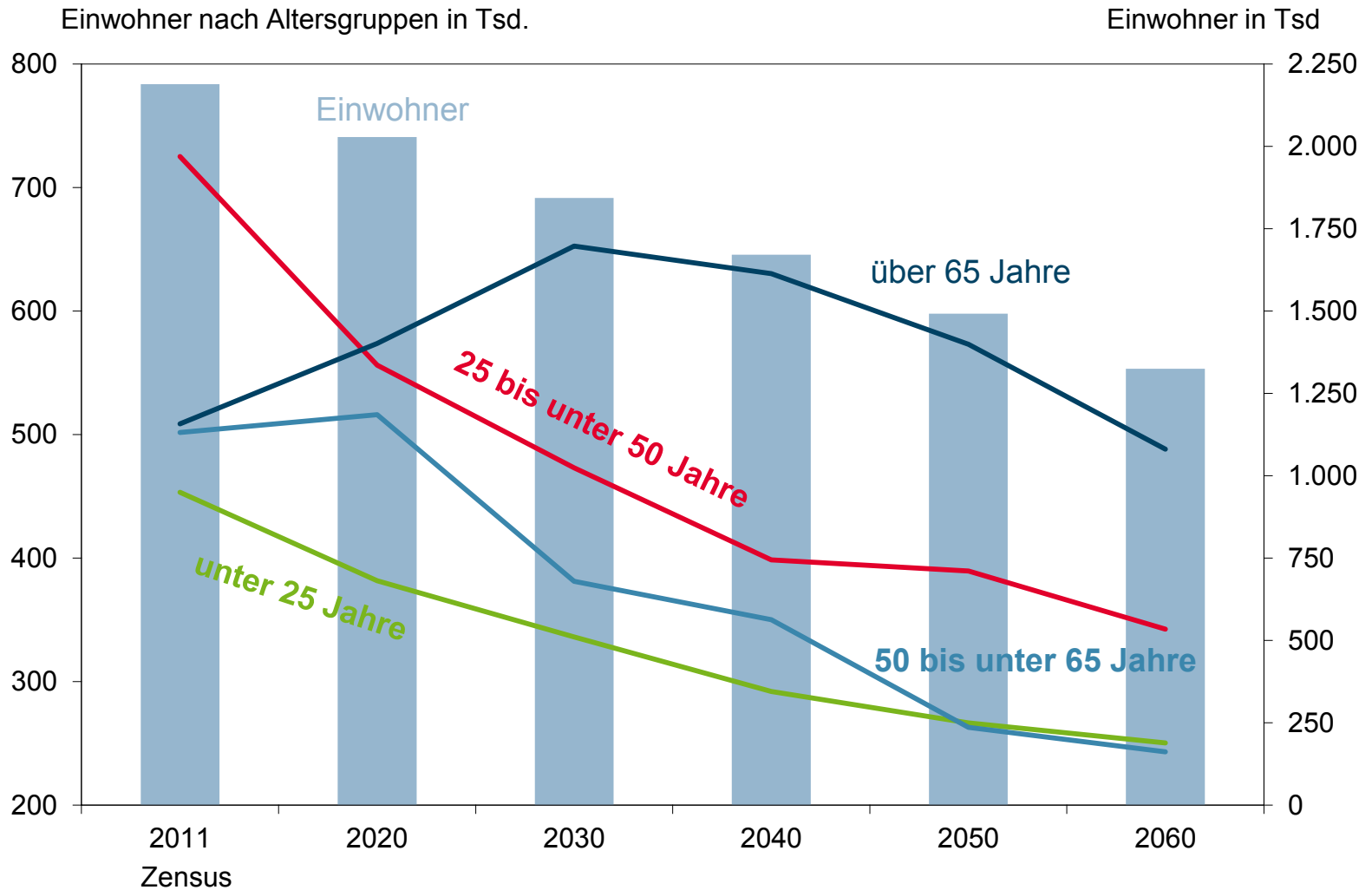
Eine Folge der demografischen Entwicklung



Quellen: Thüringer Landesamt für Statistik, Helaba Volkswirtschaft/Research



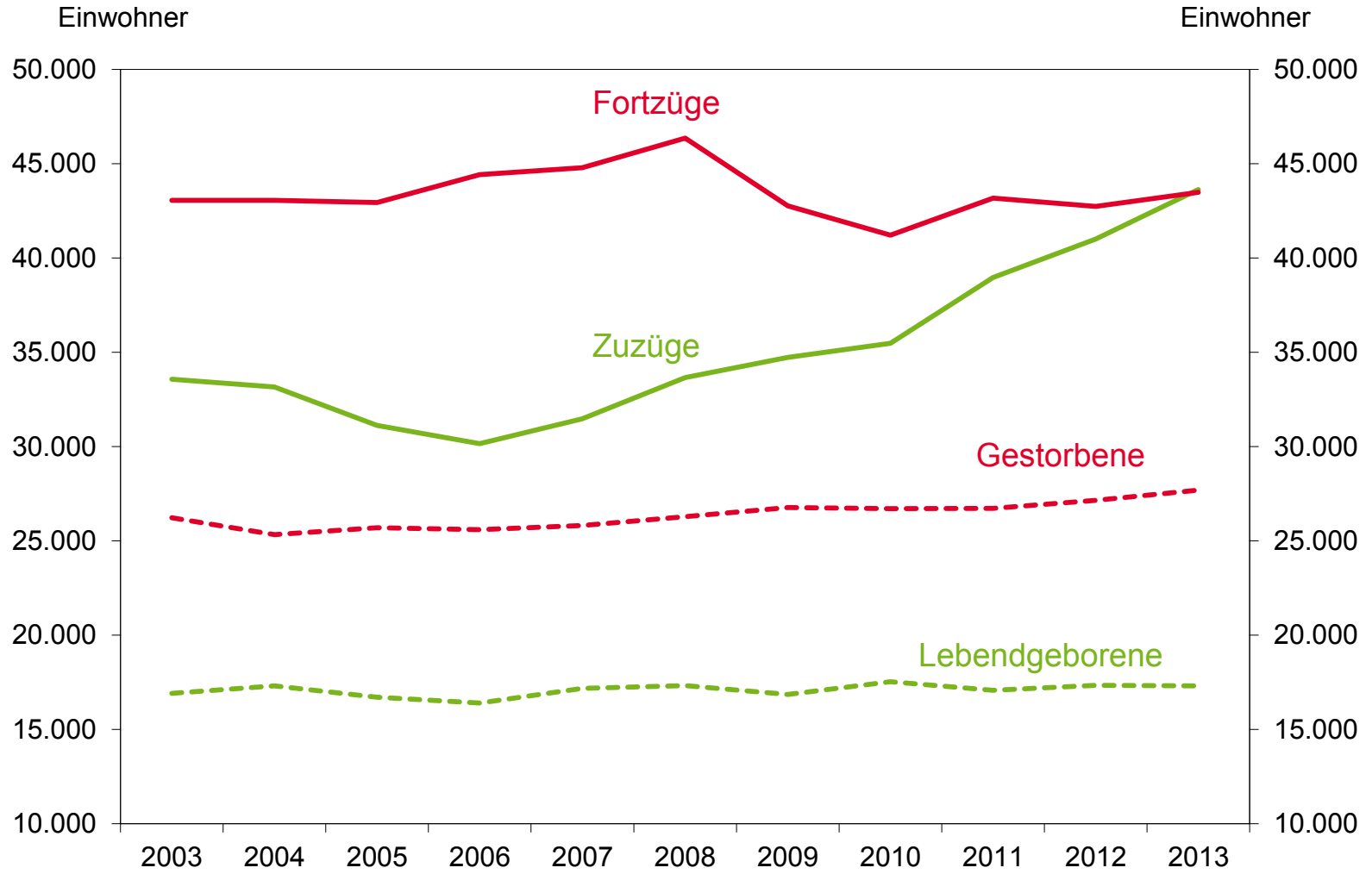
Bevölkerungsprognose: Sinkende Einwohnerzahl



Quellen: Thüringer Landesamt für Statistik, Helaba Volkswirtschaft/Research



2013: Kleines Wanderungsplus in Thüringen

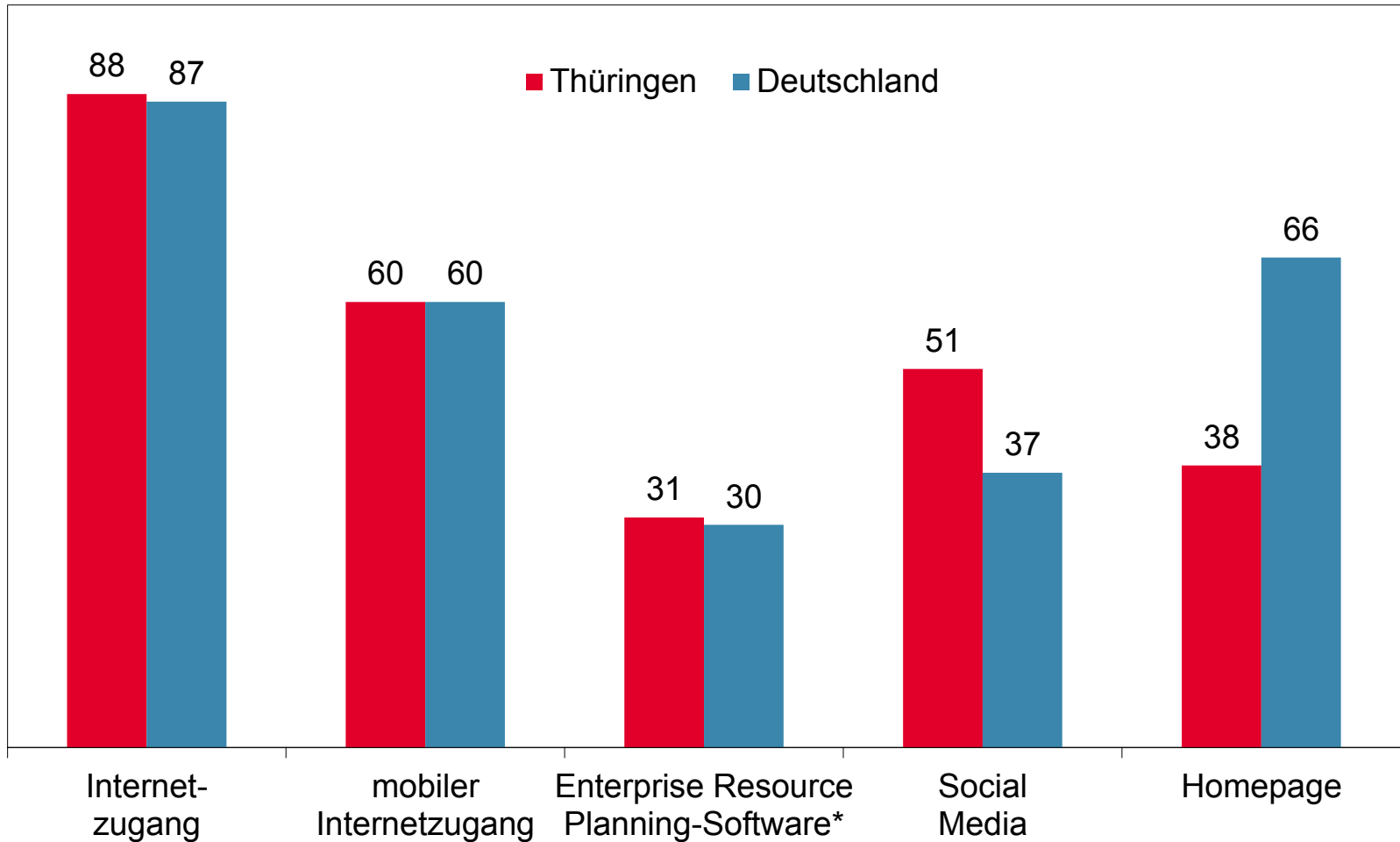


Quellen: Thüringer Landesamt für Statistik, Helaba Volkswirtschaft/Research



Internet-affine Thüringer Unternehmen mit Nachholbedarf bei eigener Homepage

Anteil an allen Unternehmen bzw. an Unternehmen mit Internetzugang, in %, 2013

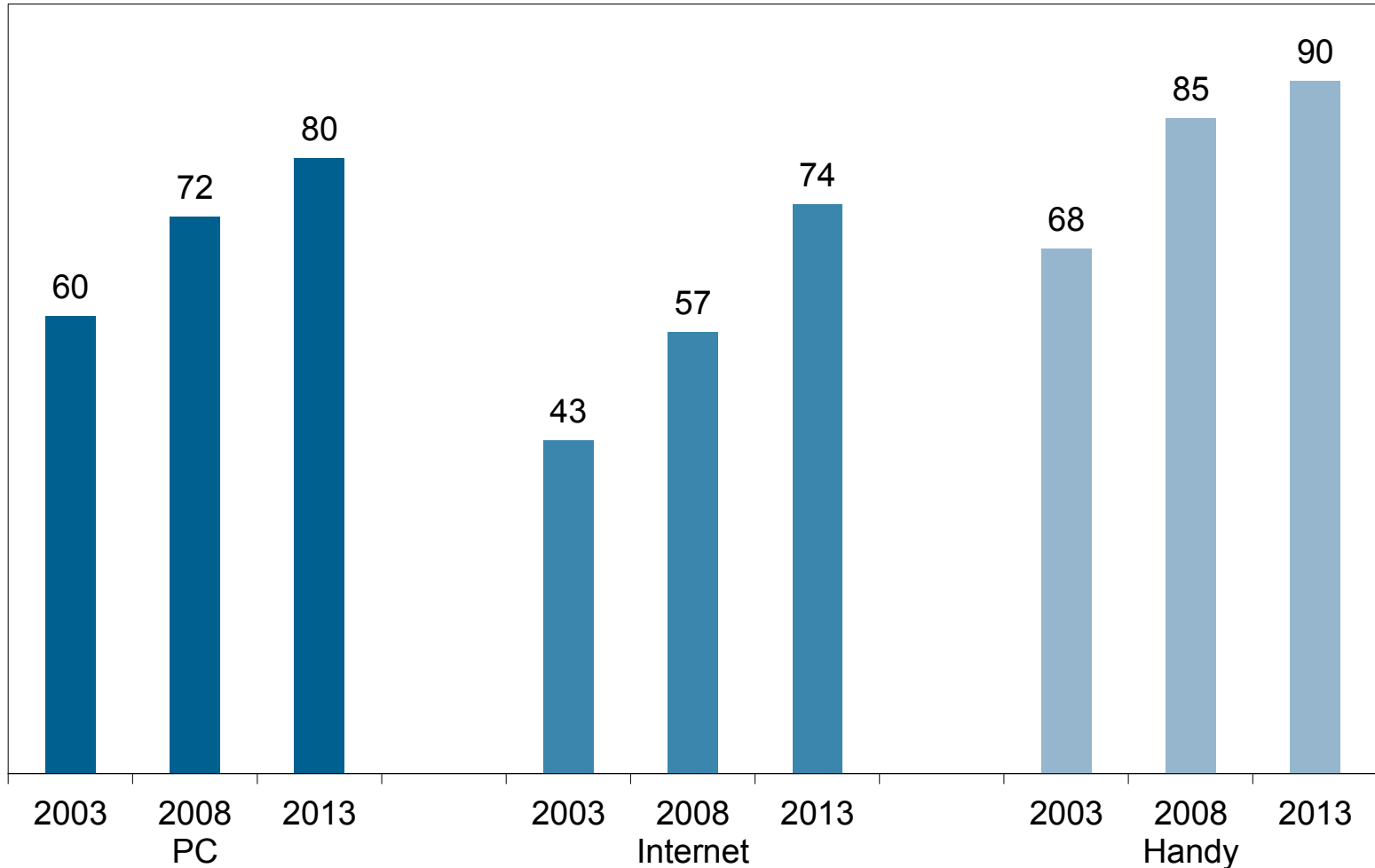


*Anteil der Unternehmen mit ERP-Software an Unternehmen mit 10 und mehr Beschäftigten
Quellen: Thüringer Landesamt für Statistik, Helaba Volkswirtschaft/Research



Thüringer Privathaushalte bestens ausgestattet

Thüringen: Ausstattungsgrad pro 100 Haushalte in %



Quellen: Thüringer Landesamt für Statistik, Helaba Volkswirtschaft/Research



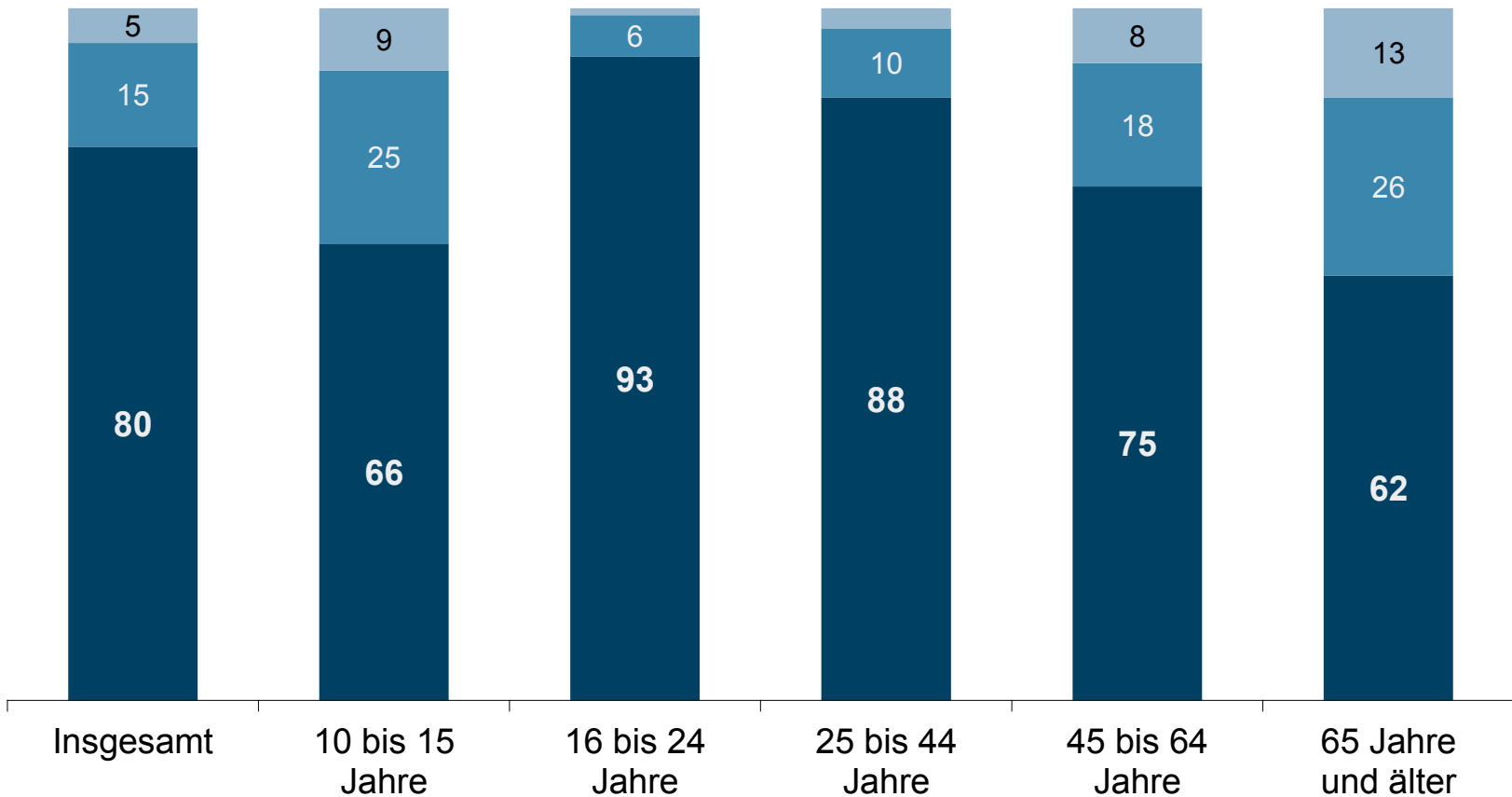
Auch ältere Generation häufig im Internet unterwegs

Deutschland: Durchschnittliche Nutzung des Internets durch Personen, in %, 2013

■ jeden Tag oder fast jeden Tag

■ mindestens einmal in der Woche

■ weniger als einmal die Woche



Quellen: Thüringer Landesamt für Statistik, Helaba Volkswirtschaft/Research





**„Tritt fest auf,
mach's Maul auf,
hör bald auf“.**



Diese Präsentation ist mit größter Sorgfalt bearbeitet worden. Sie enthält jedoch lediglich unverbindliche Analysen und Prognosen zu den gegenwärtigen und zukünftigen Marktverhältnissen. Die Angaben beruhen auf Quellen, die wir für zuverlässig halten, für deren Richtigkeit, Vollständigkeit oder Aktualität wir aber keine Gewähr übernehmen können. Sämtliche in dieser Präsentation getroffenen Angaben dienen der Information. Sie dürfen nicht als Angebot oder Empfehlung für Anlageentscheidungen verstanden werden.





Bei Fragen wenden Sie sich an

Helaba Volkswirtschaft/Research

- Telefon: 0 69/91 32-20 24
- [mailto: research@helaba.de](mailto:research@helaba.de)

