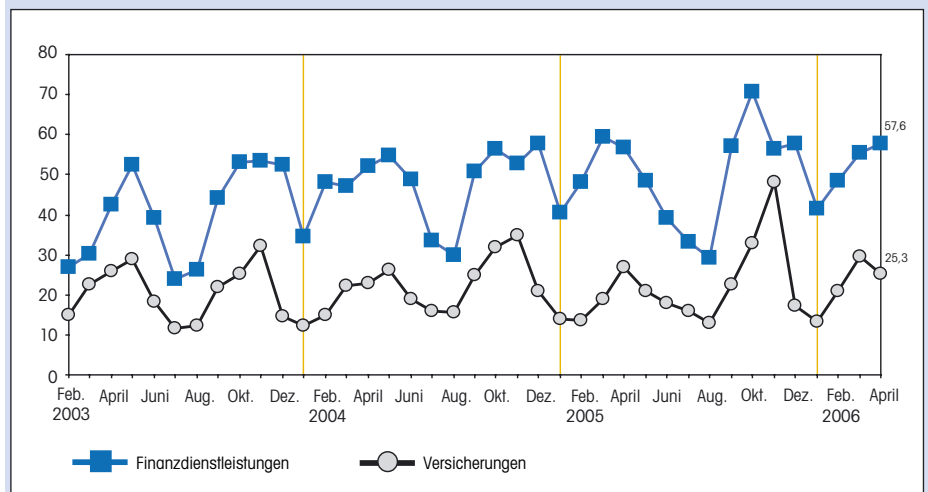


Werbebarometer

Werbebarometer

Werbeausgaben der Finanzdienstleister und Versicherer
in Millionen Euro



Im April 2006 haben die Finanzdienstleister in Deutschland 57,68 Millionen Euro für klassische Werbung ausgegeben, das sind 2,4 Millionen Euro oder 4,3 Prozent mehr als im Vormonat. Im Vorjahresvergleich ist der Wert um 1,3 Prozent gestiegen. In der Rangliste der Werbung Treibenden rangieren die Finanzdienstleister genauso wie im Vormonat auf Platz sieben.

Die Versicherer haben im März ihre Werbeaufwendungen im Vergleich zum Vormonat um 4,13 Millionen Euro oder 14 Prozent auf 25,34 Millionen Euro verringert (gegenüber dem Vorjahreswert minus 5,9 Prozent). Sie platzieren sich nun in der Branchen-Rangliste auf Rang 17, das heißt sie steigen um zwei Plätze nach oben, nachdem sie sich im Februar schon einmal um vier Plätze verbessert haben.

Branchenübergreifend haben die Ausgaben für klassische Werbung in den ersten drei Monaten 2006 gegenüber dem Vorjahr um 5,3 Prozent zugenommen. Die Finanzdienstleister verloren im kumulierten Vergleich (Januar bis April) zum Vorjahr 2,1 Prozent, die Versicherer legten um satte 22,3 Prozent zu.

bank und markt-Grafik

Quelle: Nielsen Media Research