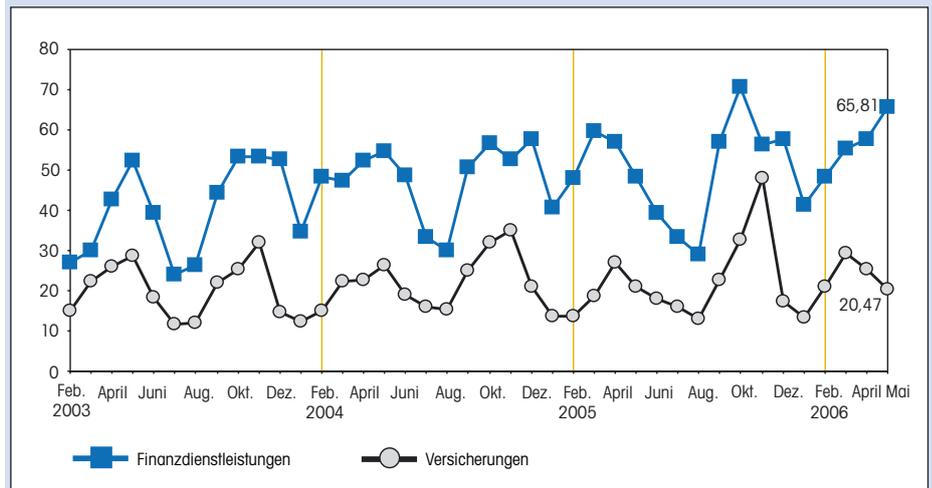


Werbearometer

Werbearometer

Werbeausgaben der Finanzdienstleister und Versicherer
in Millionen Euro



Im Mai 2006 haben die Finanzdienstleister in Deutschland 65,81 Millionen Euro für klassische Werbung ausgegeben, das sind 8,1 Millionen Euro oder 14,1 Prozent mehr als im Vormonat. Im Vorjahresvergleich ist der Wert um erstaunliche 35,8 Prozent gestiegen. In der Rangliste der Werbung Treibenden sind sie auf Platz sechs vorge-rückt.

Die Versicherer haben im Mai ihre Werbeaufwendungen im Vergleich zum Vormonat um 4,87 Millionen Euro oder 19,2 Prozent auf 20,47 Millionen Euro verringert (ge-genüber dem Vorjahreswert minus zwei Prozent). Sie platzieren sich nun in der Bran-chen-Rangliste auf Rang 18, das heißt sie steigen um einen Platz nach oben.

Branchenübergreifend haben die Ausgaben für klassische Werbung in den ersten fünf Monaten 2006 gegenüber dem Vorjahr um 7,2 Prozent zugenommen. Die Finanz-dienstleister steigerten ihre Ausgaben im kumulierten Vergleich (Januar bis Mai) zum Vorjahr um fünf Prozent, die Versicherer legten um satte 16,4 Prozent zu.

bank und markt-Grafik

Quelle: Nielsen Media Research