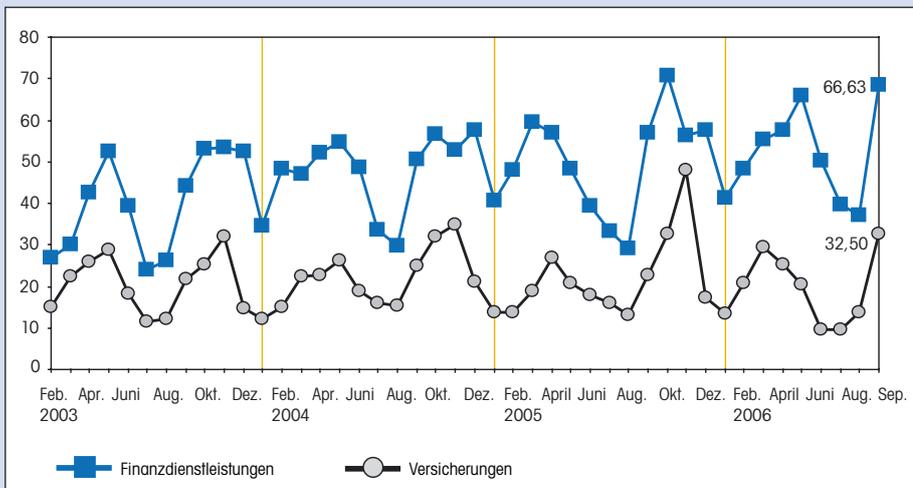


Werbebarometer

# Werbebarometer

Werbeausgaben der Finanzdienstleister und Versicherer  
in Millionen Euro



Im September 2006 haben die Finanzdienstleister in Deutschland 66,63 Millionen Euro für klassische Werbung ausgegeben, das sind 29,51 Millionen Euro oder 79,5 Prozent mehr als im Vormonat. Im Vorjahresvergleich ist der Wert um 16,9 Prozent gestiegen. In der Rangliste der Werbung Treibenden stehen die Finanzdienstleister nach wie vor auf Platz sechs. Die Versicherer haben im September ihre Werbeaufwendungen im Vergleich zum Vormonat um 18,77 Millionen Euro oder 136,7 Prozent auf 32,5 Millionen Euro erhöht (gegenüber dem Vorjahreswert plus 43,87 Prozent). Sie platzieren sich in der Branchen-Rangliste einen Platz höher als im Vormonat auf Rang 20.

Branchenübergreifend haben die Ausgaben für klassische Werbung in den ersten neun Monaten 2006 gegenüber dem Vorjahr um 5,1 Prozent zugenommen. Die Finanzdienstleister steigerten ihre Ausgaben im kumulierten Vergleich (Januar bis September) zum Vorjahr um 12,4 Prozent, die Versicherer legten um 9,1 Prozent zu.