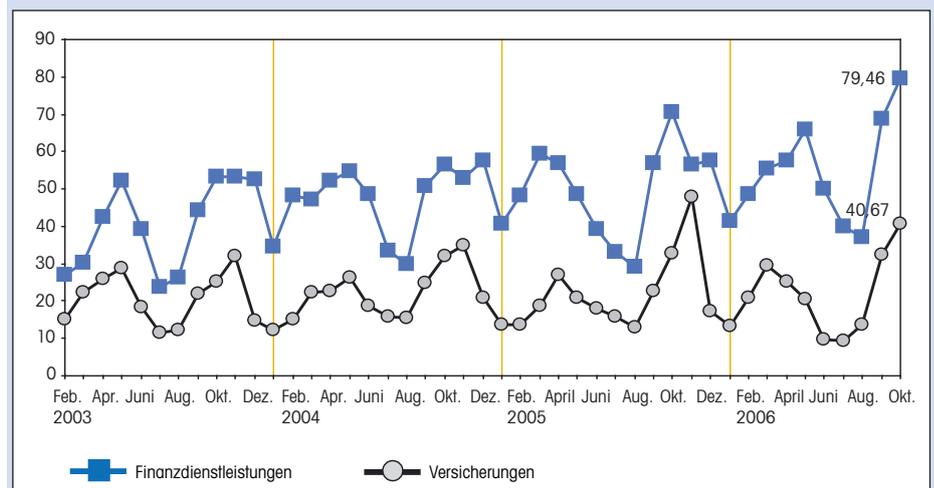


Werbebarometer

Werbebarometer

Werbeausgaben der Finanzdienstleister und Versicherer
in Millionen Euro



Im Oktober 2006 haben die Finanzdienstleister in Deutschland 79,46 Millionen Euro für klassische Werbung ausgegeben, das sind 10,83 Millionen Euro oder 15,8 Prozent mehr als im Vormonat. Im Vorjahresvergleich ist der Wert um 12,6 Prozent gefallen. In der Rangliste der Werbung Treibenden stehen die Finanzdienstleister nach wie vor auf Platz sechs.

Die Versicherer haben im Oktober ihre Werbeaufwendungen im Vergleich zum Vormonat um 8,17 Millionen Euro oder 25,1 Prozent auf 40,67 Millionen Euro erhöht (gegenüber dem Vorjahreswert plus 24,3 Prozent). Sie platzieren sich in der Branchen-Rangliste drei Plätze höher als im Vormonat auf Rang 17, nachdem sie schon im letzten Ranking einen Platz gut gemacht hatten.

Branchenübergreifend haben die Ausgaben für klassische Werbung in den ersten zehn Monaten 2006 gegenüber dem Vorjahr um fünf Prozent zugenommen. Die Finanzdienstleister steigerten ihre Ausgaben im kumulierten Vergleich (Januar bis Oktober) zum Vorjahr um 12,4 Prozent, die Versicherer legten um 11,7 Prozent zu.

bank und markt-Grafik

Quelle: Nielsen Media Research