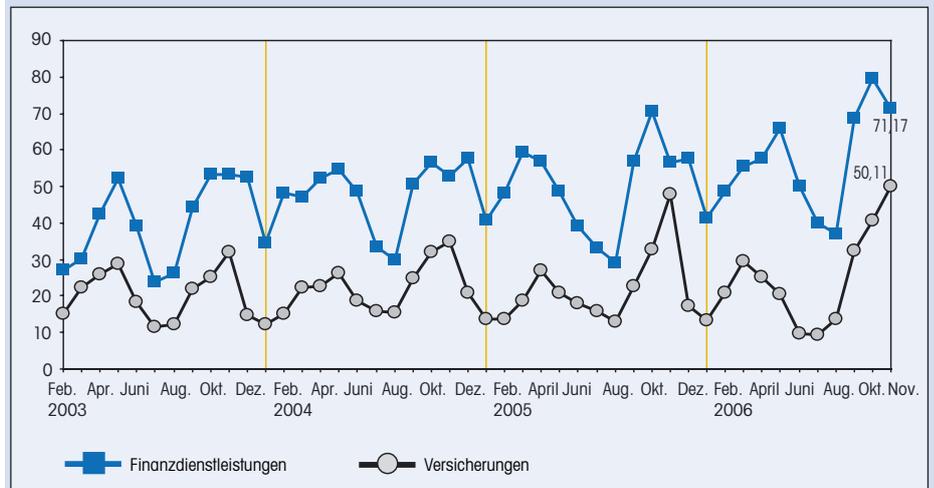


Aus der Marken- und Werbeforschung

Werbebarometer

# Werbebarometer

Werbeausgaben der Finanzdienstleister und Versicherer  
in Millionen Euro



Im November 2006 haben die Finanzdienstleister in Deutschland 71,17 Millionen Euro für klassische Werbung ausgegeben, das sind 8,29 Millionen Euro oder 10,4 Prozent weniger als im Vormonat. Im Vorjahresvergleich ist der Wert um 26 Prozent gestiegen. In der Rangliste der Werbung Treibenden stehen die Finanzdienstleister nach wie vor auf Platz sechs.

Die Versicherer haben im November ihre Werbeaufwendungen im Vergleich zum Vormonat um 9,44 Millionen Euro oder 23,2 Prozent auf 50,11 Millionen Euro erhöht (gegenüber dem Vorjahreswert plus 4,4 Prozent). Sie platzieren sich in der Branchen-Rangliste zwei Plätze höher als im Vormonat auf Rang 15, nachdem sie schon im letzten Ranking drei Plätze gut gemacht hatten.

Branchenübergreifend haben die Ausgaben für klassische Werbung in den ersten elf Monaten 2006 gegenüber dem Vorjahr um 5,3 Prozent zugenommen. Die Finanzdienstleister steigerten ihre Ausgaben im kumulierten Vergleich (Januar bis November) zum Vorjahr um 14,4 Prozent, die Versicherer legten um 10,2 Prozent zu.

bank und markt-Grafik

Quelle: Nielsen Media Research