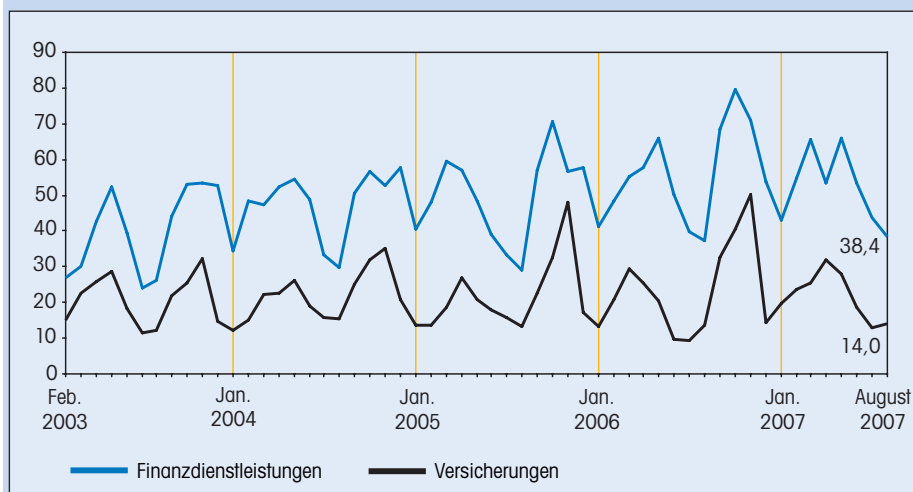


Aus der Marken- und Werbeforschung

Marktforschung

Werbebarometer

Werbeausgaben der Finanzdienstleister und Versicherer
in Millionen Euro

Im August 2007 haben die Finanzdienstleister in Deutschland 38,4 Millionen Euro für klassische Werbung ausgegeben, das sind 5,3 Millionen Euro oder 13,8 Prozent weniger als im Vormonat. Im Vorjahresvergleich haben sich die Ausgaben um 1,3 Millionen Euro beziehungsweise 3,4 Prozent erhöht. In der Rangliste der Werbung Treibenden rangieren die Finanzdienstleister auf Platz sieben – genauso wie in den sechs Vormonaten.

Die Versicherer haben im August ihre Werbeaufwendungen im Vergleich zum Vormonat um 1,1 Millionen Euro oder 8,9 Prozent auf 14,0 Millionen Euro verringert. Gegenüber dem Vorjahreswert haben sie etwa 1,6 Prozent mehr ausgegeben. Sie platzieren sich in der Branchen-Rangliste wiederum einen Platz niedriger als im Vormonat auf Rang 18.

Branchenübergreifend haben die Ausgaben für klassische Werbung von Januar bis einschließlich August 2007 gegenüber dem Vorjahr um 4,2 Prozent zugenommen. Die Finanzdienstleister steigerten ihre Ausgaben im kumulierten Vergleich (Januar bis August) zum Vorjahr um 4,0 Prozent, die Versicherer legten um 19,3 Prozent zu.