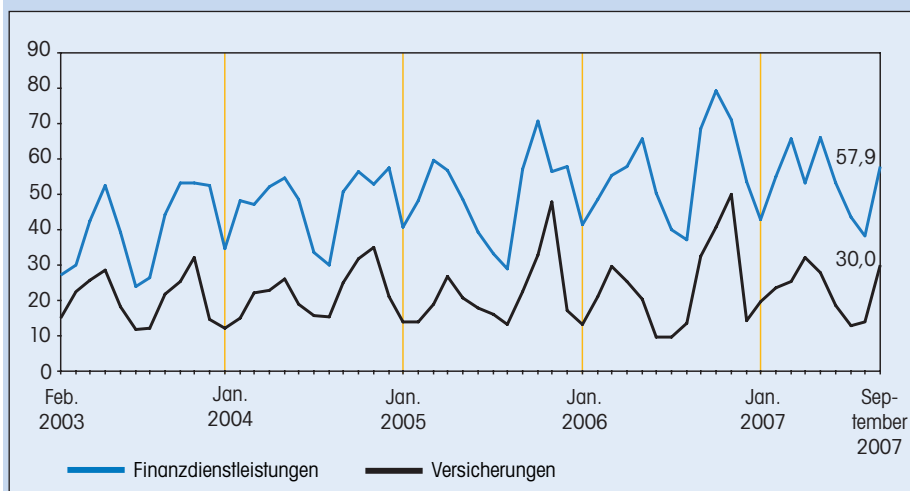


Aus der Marken- und Werbeforschung

Marktforschung

Werbebarometer

Werbeausgaben der Finanzdienstleister und Versicherer
in Millionen Euro

Im September 2007 haben die Finanzdienstleister in Deutschland 57,9 Millionen Euro für klassische Werbung ausgegeben, das sind 19,5 Millionen Euro oder 50,7 Prozent mehr als im Vormonat. Im Vorjahresvergleich haben sich die Ausgaben um 10,8 Millionen Euro beziehungsweise 15,7 Prozent verringert. In der Rangliste der Werbung Treibenden rangieren die Finanzdienstleister auf Platz sechs – einen Rang höher als in den sechs Vormonaten.

Die Versicherer haben im September ihre Werbeaufwendungen im Vergleich zum Vormonat um 16,0 Millionen Euro oder 114,8 Prozent auf 30,0 Millionen Euro erhöht. Gegenüber dem Vorjahreswert haben sie etwa 7,8 Prozent weniger ausgegeben. Sie platzieren sich in der Branchen-Rangliste einen Platz besser als im Vormonat auf Rang 17.

Branchenübergreifend haben die Ausgaben für klassische Werbung in den ersten drei Quartalen 2007 gegenüber dem Vorjahr um 4,0 Prozent zugenommen. Die Finanzdienstleister steigerten ihre Ausgaben im kumulierten Vergleich (Januar bis September) zum Vorjahr um 2,9 Prozent, die Versicherer legten um 14,3 Prozent zu.

bank und markt-Grafik

Quelle: Nielsen Media Research