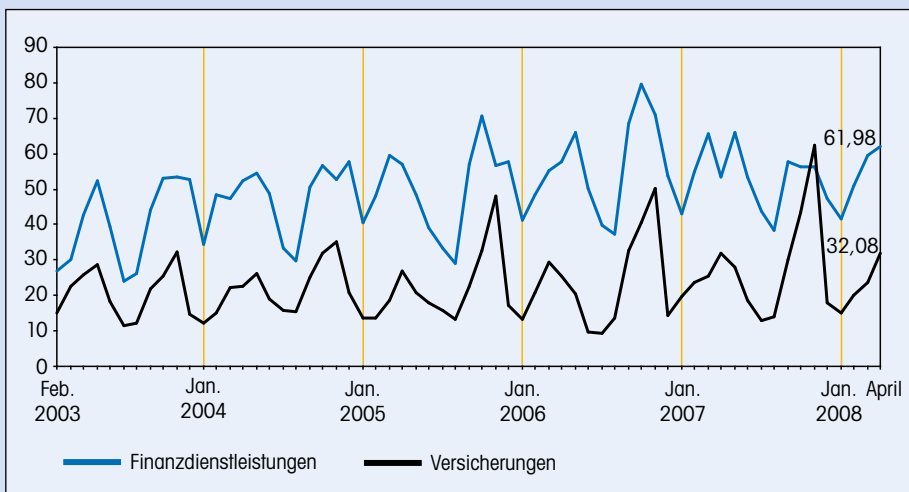


Marktforschung

Werbebarometer

Werbeausgaben der Finanzdienstleister und Versicherer in Millionen Euro



Im April 2008 haben die Finanzdienstleister in Deutschland 61,98 Millionen Euro für Above-the-line-Medien (Fernsehen, Zeitschriften, Zeitungen, Radio, Plakat und Kino) ausgegeben, das sind 2,30 Millionen Euro oder 3,9 Prozent mehr als im Vormonat. Im Vorjahresvergleich haben sich die Ausgaben um 8,64 Millionen Euro beziehungsweise 16,2 Prozent erhöht. In der Rangliste der Werbungtreibenden rangieren die Finanzdienstleister wie im Vormonat auf Rang sechs.

Die Versicherer haben im April ihre Werbeaufwendungen im Vergleich zum Vormonat um 8,54 Millionen Euro oder 36,3 Prozent auf 32,08 Millionen Euro erhöht. Gegenüber dem Vorjahreswert haben sie etwa 0,2 Prozent mehr ausgegeben. Sie platzieren sich in der Branchen-Rangliste drei Plätze höher als im Vormonat auf Rang 18.

Branchenübergreifend haben die Ausgaben für klassische Werbung im Jahr 2008 gegenüber dem Vorjahr bisher um 1,3 Prozent zugenommen. Die Finanzdienstleister erhöhten ihre Ausgaben im kumulierten Vergleich (Januar bis April) zum Vorjahr um 9,4 Prozent, die Versicherer fuhren ihre Spendings um 10,3 Prozent zurück.