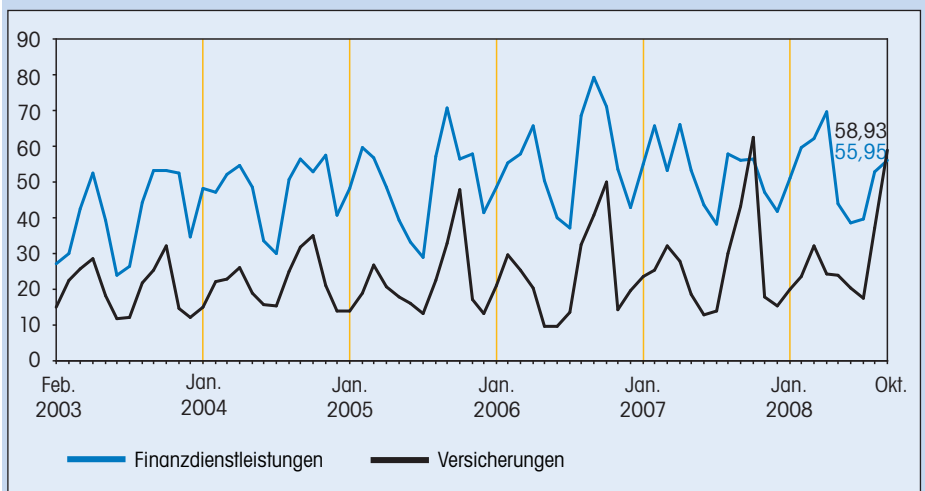


Marktforschung

# Werbebarometer

Werbeausgaben der Finanzdienstleister und Versicherer  
in Millionen Euro



Im Oktober 2008 haben die Finanzdienstleister in Deutschland 55,95 Millionen Euro für Above-the-line-Medien (Fernsehen, Zeitschriften, Zeitungen, Radio, Plakat und Kino) ausgegeben, das sind 3,25 Millionen Euro oder 6,2 Prozent mehr als im Vormonat. Im Vorjahresvergleich haben sich die Ausgaben um 0,30 Millionen Euro beziehungsweise 0,5 Prozent verringert. In der Rangliste der Werbung Treibenden rangieren die Finanzdienstleister einen Rang niedriger als in den Vormonaten auf Platz sechs

Die Versicherer haben im Oktober ihre Werbeaufwendungen im Vergleich zum Vormonat um 21,82 Millionen Euro oder 58,8 Prozent nochmals deutlich auf 58,93 Millionen Euro erhöht. Damit haben sie in diesem Monat genauso wie im November vergangenen Jahres mehr Geld für Above-the-line-Werbung ausgegeben als die Finanzdienstleister. Gegenüber dem Vorjahreswert stiegen die Spendings um etwa 15,56 Millionen Euro oder 36,0 Prozent. Die Versicherer platzieren sich in der Branchen-Rangliste vier Plätze höher als im Vormonat auf Rang 15.

Branchenübergreifend haben die Ausgaben für klassische Werbung von Januar bis Oktober 2008 gegenüber dem Vorjahreszeitraum bisher um 1,3 Prozent zugenommen. Die Finanzdienstleister erhöhten ihre Ausgaben im kumulierten Vergleich zum Vorjahr um 0,3 Prozent, die Versicherer steigerten ihre Werbeinvestitionen um satte 10,2 Prozent.

bank und markt-Grafik

Quelle: Nielsen Media Research