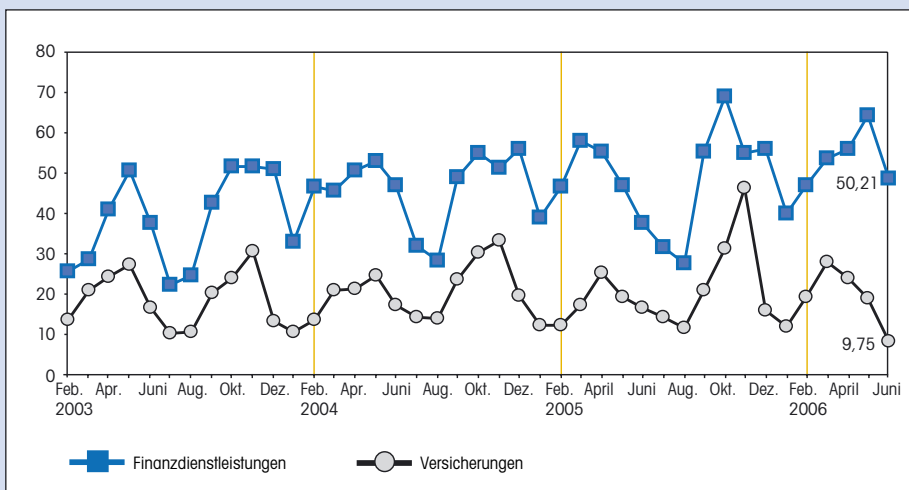


Werbebarometer

# Werbebarometer

Werbeausgaben der Finanzdienstleister und Versicherer  
in Millionen Euro



Im Juni 2006 haben die Finanzdienstleister in Deutschland 50,21 Millionen Euro für klassische Werbung ausgegeben, das sind 15,6 Millionen Euro oder 23,7 Prozent weniger als im Vormonat. Im Vorjahresvergleich ist der Wert dennoch um erstaunliche 28,1 Prozent gestiegen. In der Rangliste der Werbung Treibenden stehen sie nach wie vor auf Platz sechs.

Die Versicherer haben im Juni ihre Werbeaufwendungen im Vergleich zum Vormonat um 10,72 Millionen Euro oder 52,4 Prozent auf 9,75 Millionen Euro verringert (gegenüber dem Vorjahreswert minus 45,56 Prozent). Sie platzieren sich nun in der Branchen-Rangliste auf Rang 20, das heißt sie fallen um zwei Plätze nach hinten.

Branchenübergreifend haben die Ausgaben für klassische Werbung in den ersten sechs Monaten 2006 gegenüber dem Vorjahr um 5,6 Prozent zugenommen. Die Finanzdienstleister steigerten ihre Ausgaben im kumulierten Vergleich (Januar bis Juni) zum Vorjahr um 8,3 Prozent, die Versicherer legten um 9,1 Prozent zu.

bank und markt-Grafik

Quelle: Nielsen Media Research