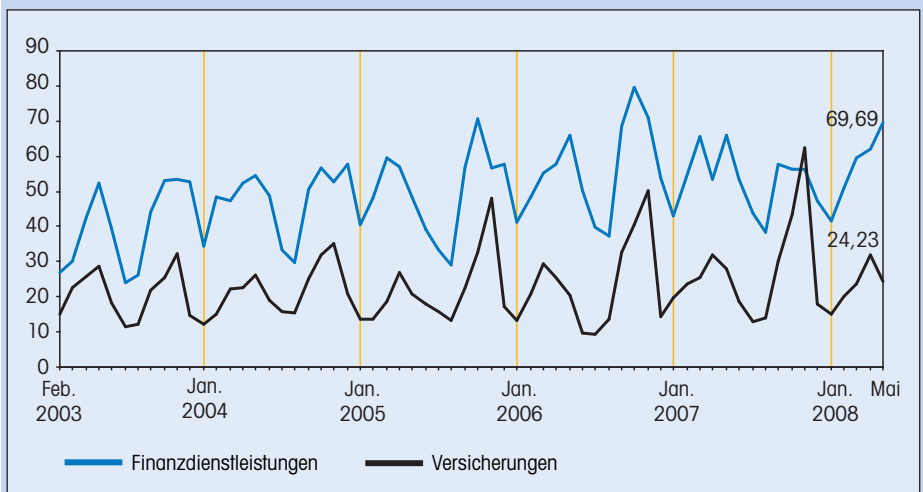


Marktforschung

Werbebarometer

Werbeausgaben der Finanzdienstleister und Versicherer
in Millionen Euro



Im Mai 2008 haben die Finanzdienstleister in Deutschland 69,69 Millionen Euro für Above-the-line-Medien (Fernsehen, Zeitschriften, Zeitungen, Radio, Plakat und Kino) ausgegeben, das sind 7,71 Millionen Euro oder 12,4 Prozent mehr als im Vormonat. Im Vorjahresvergleich haben sich die Ausgaben um 3,66 Millionen Euro beziehungsweise 5,5 Prozent erhöht. In der Rangliste der Werbung Treibenden rangieren die Finanzdienstleister einen Platz höher als im Vormonat auf Platz fünf.

Die Versicherer haben im Mai ihre Werbeaufwendungen im Vergleich zum Vormonat um 7,85 Millionen Euro oder 24,5 Prozent auf 24,23 Millionen Euro verringert. Gegenüber dem Vorjahreswert haben sie etwa 13,5 Prozent weniger ausgegeben. Sie platzieren sich in der Branchen-Rangliste einen Platz niedriger als im Vormonat auf Rang 19.

Branchenübergreifend haben die Ausgaben für klassische Werbung im Jahr 2008 gegenüber dem Vorjahr bisher um 1,6 Prozent zugenommen. Die Finanzdienstleister erhöhten ihre Ausgaben im kumulierten Vergleich (Januar bis Mai) zum Vorjahr um 9,0 Prozent, die Versicherer fuhren ihre Spendings um 10,5 Prozent zurück.