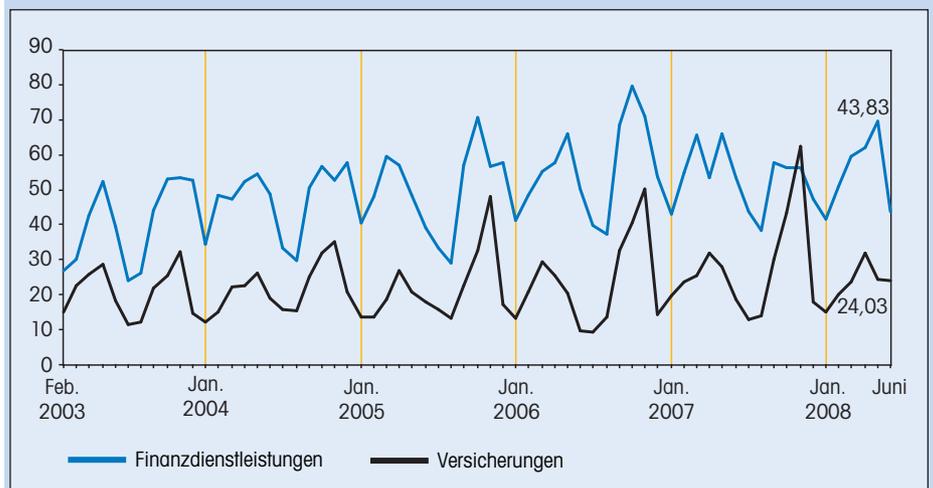


Marktforschung

Werbebarometer

Werbeausgaben der Finanzdienstleister und Versicherer
in Millionen Euro



Im Juni 2008 haben die Finanzdienstleister in Deutschland 43,83 Millionen Euro für Above-the-line-Medien (Fernsehen, Zeitschriften, Zeitungen, Radio, Plakat und Kino) ausgegeben, das sind 25,86 Millionen Euro oder 37,1 Prozent weniger als im Vormonat. Im Vorjahresvergleich haben sich die Ausgaben um 9,48 Millionen Euro beziehungsweise 17,8 Prozent verringert. In der Rangliste der Werbung Treibenden rangieren die Finanzdienstleister wie im Vormonat auf Platz fünf.

Die Versicherer haben im Juni ihre Werbeaufwendungen im Vergleich zum Vormonat um 0,20 Millionen Euro oder 0,8 Prozent auf 24,03 Millionen Euro verringert. Gegenüber dem Vorjahreswert haben sie etwa 29,1 Prozent mehr ausgegeben. Sie platzieren sich in der Branchen-Rangliste ebenfalls wie im Vormonat auf Rang 19.

Branchenübergreifend haben die Ausgaben für klassische Werbung im ersten Halbjahr 2008 gegenüber dem Vorjahr bisher um 0,9 Prozent zugenommen. Die Finanzdienstleister erhöhten ihre Ausgaben im kumulierten Vergleich (Januar bis Juni) zum Vorjahr um 4,2 Prozent, die Versicherer fuhren ihre Spendings um 5,5 Prozent zurück.