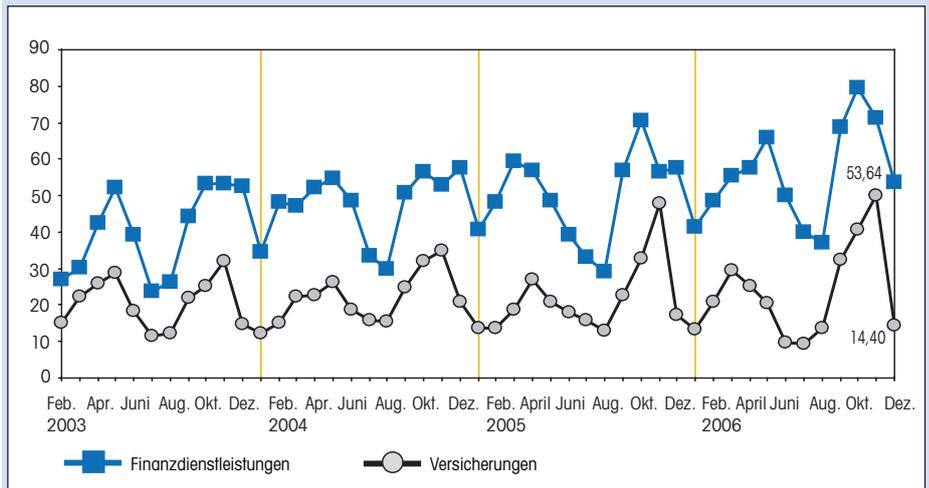


Werbearometer

Werbearometer

Werbeausgaben der Finanzdienstleister und Versicherer
in Millionen Euro



Im Dezember 2006 haben die Finanzdienstleister in Deutschland 53,64 Millionen Euro für klassische Werbung ausgegeben, das sind 17,53 Millionen Euro oder 24,63 Prozent weniger als im Vormonat. Im Vorjahresvergleich ist der Wert um 7,05 Prozent gefallen. In der Rangliste der Werbung Treibenden stehen die Finanzdienstleister nach wie vor auf Platz sechs.

Die Versicherer haben im Dezember ihre Werbeaufwendungen im Vergleich zum Vormonat um 35,71 Millionen Euro oder 71,26 Prozent auf 14,40 Millionen Euro verringert (gegenüber dem Vorjahreswert minus 16,76 Prozent). Sie platzieren sich in der Branchen-Rangliste wieder zwei Plätze niedriger als im Vormonat auf Rang 17, nachdem sie im letzten Ranking zwei Plätze gut gemacht hatten.

Branchenübergreifend haben die Ausgaben für klassische Werbung im Jahr 2006 gegenüber dem Vorjahr um 5,1 Prozent zugenommen. Die Finanzdienstleister steigerten ihre Ausgaben im kumulierten Vergleich (Januar bis Dezember) zum Vorjahr um 12,3 Prozent, die Versicherer legten um 8 Prozent zu.