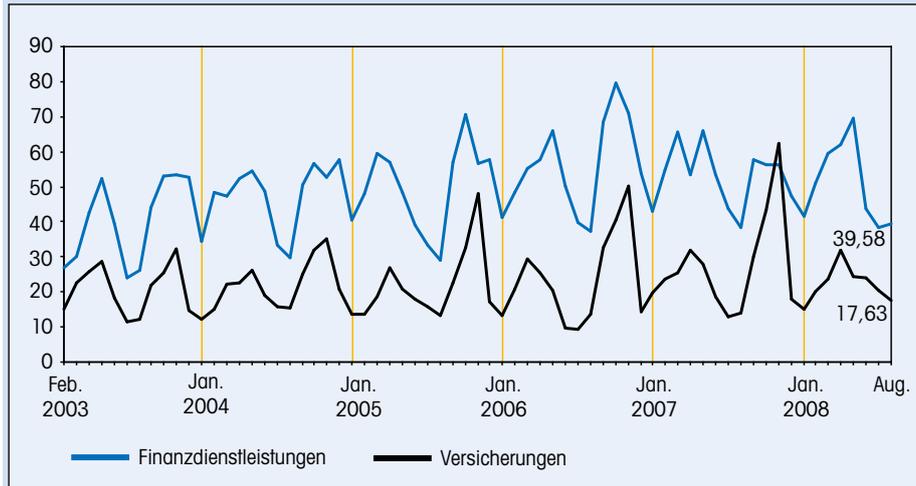


Marktforschung

Werbebarometer

Werbeausgaben der Finanzdienstleister und Versicherer
in Millionen Euro



Im August 2008 haben die Finanzdienstleister in Deutschland 39,58 Millionen Euro für Above-the-line-Medien (Fernsehen, Zeitschriften, Zeitungen, Radio, Plakat und Kino) ausgegeben, das sind 1,17 Millionen Euro oder 3,1 Prozent mehr als im Vormonat. Im Vorjahresvergleich haben sich die Ausgaben um 1,19 Millionen Euro beziehungsweise 3,1 Prozent erhöht. In der Rangliste der Werbung Treibenden rangieren die Finanzdienstleister seit Mai unverändert auf Platz fünf.

Die Versicherer haben im August ihre Werbeaufwendungen im Vergleich zum Vormonat um 2,9 Millionen Euro oder 14,1 Prozent auf 20,53 Millionen Euro verringert. Gegenüber dem Vorjahreswert haben sie etwa 3,68 Millionen Euro oder 26,4 Prozent mehr ausgegeben. Sie platzieren sich in der Branchen-Rangliste einen Platz niedriger als im Vormonat auf Rang 20.

Branchenübergreifend haben die Ausgaben für klassische Werbung von Januar bis August 2008 gegenüber dem Vorjahreszeitraum bisher um 1,7 Prozent zugenommen. Die Finanzdienstleister erhöhten ihre Ausgaben im kumulierten Vergleich zum Vorjahr um 2,4 Prozent, die Versicherer steigerten ihre Spendings um 1,4 Prozent.

bank und markt-Grafik

Quelle: Nielsen Media Research