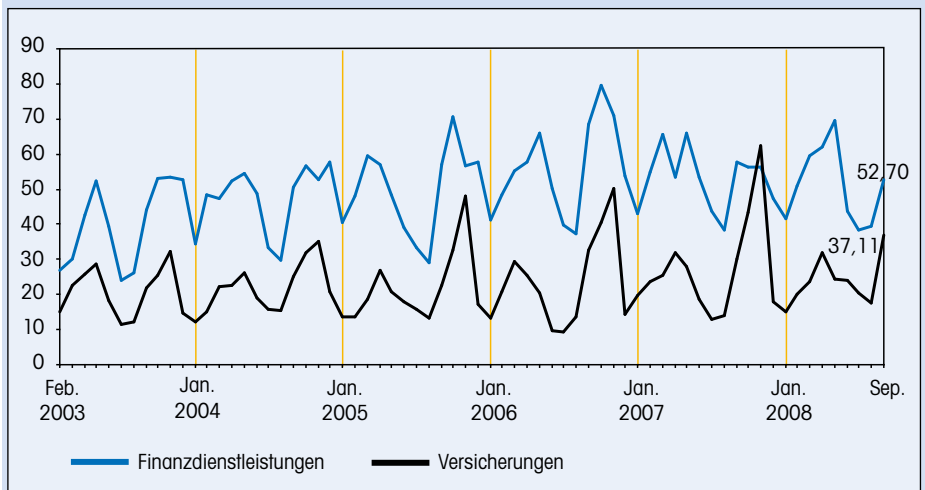


Aus der Marken- und Werbeforschung

Marktforschung

Werbearometer

Werbeausgaben der Finanzdienstleister und Versicherer
in Millionen Euro

Im September 2008 haben die Finanzdienstleister in Deutschland 52,70 Millionen Euro für Above-the-line-Medien (Fernsehen, Zeitschriften, Zeitungen, Radio, Plakat und Kino) ausgegeben, das sind 13,12 Millionen Euro oder 33,2 Prozent mehr als im Vormonat. Im Vorjahresvergleich haben sich die Ausgaben um 5,16 Millionen Euro beziehungsweise 8,9 Prozent verringert. In der Rangliste der Werbung Treibenden rangieren die Finanzdienstleister seit Mai unverändert auf Platz fünf.

Die Versicherer haben im September ihre Werbeaufwendungen im Vergleich zum Vormonat um 19,48 Millionen Euro oder 110,5 Prozent deutlich auf 37,11 Millionen Euro erhöht. Gegenüber dem Vorjahreswert haben sie etwa 7,14 Millionen Euro oder 23,8 Prozent mehr ausgegeben. Sie platzieren sich in der Branchen-Rangliste wiederum einen Platz niedriger als im Vormonat auf Rang 19.

Branchenübergreifend haben die Ausgaben für klassische Werbung von Januar bis September 2008 gegenüber dem Vorjahreszeitraum bisher um 1,2 Prozent zugenommen. Die Finanzdienstleister erhöhten ihre Ausgaben im kumulierten Vergleich zum Vorjahr um 0,5 Prozent, die Versicherer steigerten ihre Spendings um 4,6 Prozent.

bank und markt-Grafik

Quelle: Nielsen Media Research