

+++ American Expr. +++ Dt. Vermögensber. +++ ING +++ PayPal +++ Postbank +++ Sparkassen +++ SumUp Payments +++ TARGOBANK +++ Union Inv. +++ VR-Banken +++ u. weitere 490 Anbieter mit Ausgabentrend

Studiensteckbrief

Werbemarktanalyse Banken 2022

Werbeausgaben für 500 Marken über 5 Jahre

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

Mai 2022



powered by:



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief
Werbemarktanalyse Banken 2022

Informationen zur Studie

Ausgewählte Ergebnisse:

- Für die mediale Kommunikation haben die werbungstreibenden Banken und Finanzdienstleister innerhalb eines Jahres insgesamt über 1,1 Milliarden Euro ausgegeben. Im Vergleich zum Vorjahr hat sich das Werbevolumen um mehr als fünf Prozent erhöht.
- Der Teilmarkt Wertpapiere ist der volumenstärkste und weist einen Anteil von 24 Prozent vom Gesamtvolumen auf.
- Im Durchschnitt werben pro Monat 660 Marken im Banken- und Finanzdienstleistungsmarkt. Im letzten der fünf Analysejahre fallen die Werbepeaks auf die Monate April und September.
- Die Werbekonzentration der drei Topwerber summiert sich auf 19 Prozent.
- Internet und TV sind die beiden Mediengattungen mit Anteilen im zweistelligen Bereich.
- 29 Anbieter werben mit einem Volumen von mehr als 10 Millionen Euro.

Informationen zur Studie

Key Facts der Analysebereiche:

Werbevolumen Banken

Mrz. 21.-Feb. 22

1,1 Mrd. €



davon
24%

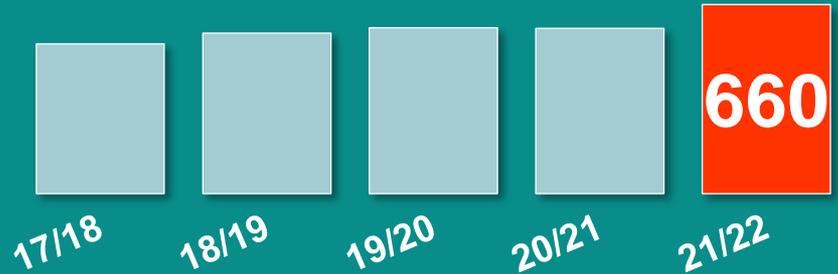
im Produktmarkt
Wertpapiere

Mediensplit



Zeitschriften-Werber Nr. 1:
Union Investment

Werbungtreibende pro Monat im Ø



Werbekonzentration



Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

Werbetrends für die **500 Banken und FDLs**
mit den höchsten Werbeausgaben

und detaillierte quantitative Analyse der 10 Top-Werber

in **14 Teilmärkten**, darunter zehn im Detail wie z.B. bargeldloser
Zahlungsverkehr, Baufinanzierung, Girokonto, Ratenkredit, Wertpapiere

alle Informationen im **Wettbewerbsvergleich**
auf 233 PowerPoint-Seiten

als PDF- und PowerPoint-Datei **kurzfristig** verfügbar

Die Studie ist **objektiv, unabhängig** und **neutral**

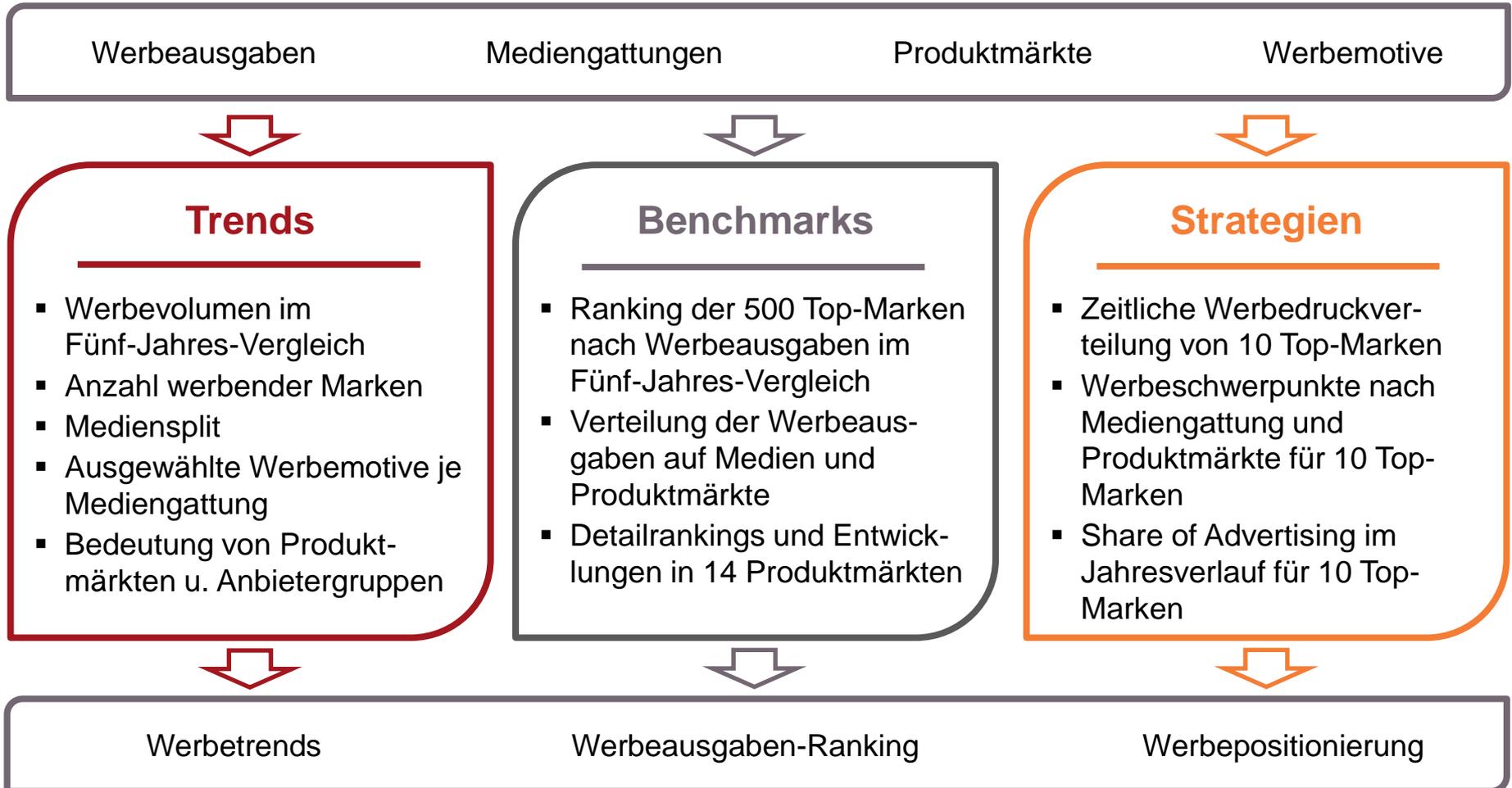
Nutzen: Analyse von Trends, Benchmarks und Strategien
ermöglichen einen unmittelbaren Wettbewerbsvergleich

Im Detail analysierte Marken:

- American Express
- Dt. Vermögensber.
- ING
- PayPal
- Postbank
- Sparkassen
- SumUp Payments
- TARGOBANK
- Union Investment
- VR-Banken
- + Spendings für
490 weitere Marken

Informationen zur Studie

Konzeption:



Informationen zur Studie

Studieninhalte:

Die Studie analysiert unter anderem folgende **Aspekte**:

- welche allgemeinen Werbeausgabentrends sind zu beobachten?
- wie viele Marken werben im Fünf-Jahres-Vergleich?
- welche Entwicklungen sind in den Produktmärkten zu erkennen?
- über welche Medien kommuniziert die Branche?
- welches Werbemedium hat im Vorjahresvergleich an Bedeutung gewonnen?
- wie verteilen die Top-Marken ihre Spendings innerhalb von 60 Monaten?
- welchen Werbedruck entfalten die Top-Marken?
- welches sind die werbeintensivsten und -dynamischsten Marken?
- in welchen Mediengattungen werben die Top-Marken?
- wie positionieren sich die Top-Marken im Mediensplit?

Die Studie in Zahlen:

- Werbevolumen von 500 Banken und FDLs
- Werbespendings in 14 Produktmärkten
- Werbespendings für 6 Mediengattungen
- Kommunikationspositionierung f. 10 Marken auf Basis Jahreszeiten und Mediensplit

Forschungsdesign:

Analyse und Vergleich sämtlicher Werbeausgaben in Internet, Print, Radio und TV sowie der Werbemotive für diese Mediengattungen plus Kino und Outdoor. Werbespendingdaten und Werbemotive beziehen sich auf den deutschen Markt und entstammen der Werbedatenbank des unabhängigen Medienbeobachters

AdVision digital.

Preis der Studie: Die 233 Seiten umfassende Studie kostet **4.800 EUR** zzgl. Mehrwertsteuer.

Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	5
➤ Forschungsdesign	10
➤ Trends	16
▪ Quantitative Entwicklung Gesamtmarkt	17
Entwicklung der Werbeausgaben der Werbungtreibenden, Entwicklung der Anzahl beworbener Marken und der monatlichen Werbespendings, Werbeausgabenentwicklung nach Medien	
▪ Quantitative Entwicklung der Produktmärkte im 5-Jahres-Vergleich	22
Werbeausgabenentwicklung nach Produktmärkten, Produktmärkte im Mediensplit, Werbeausgabenkonzentration in 2021/2022	
▪ Quantitative Entwicklung der Anbietergruppen im 5-Jahres-Vergleich	31
Werbeausgabenentwicklung nach Anbietergruppen, Anbietergruppen im Mediensplit, Werbeausgabenkonzentration in 2021/2022	
▪ Ausgewählte Motive und Nutzenargumente	40
Typische Motive, verwendete Nutzenargumente differenziert nach verschiedenen Medien	
➤ Benchmarks	48
▪ Werbeausgaben-Rankings auf Branchenebene	49
Share of Advertising der Top 10-Marken, Ranking der Top 500-Marken nach Werbevolumen, Ranking der Top 10/Low 10 Marken nach absoluter Werbedynamik	
▪ Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10-Marken im 5-Jahres-Vergleich	116
Entwicklung der jährlichen Werbeausgaben der Top 10-Marken im 5-Jahres-Vergleich, Entwicklung der monatlichen Werbeausgaben der Top 10-Marken im Verlauf der letzten 60 Monate, Verteilung der Werbeausgaben der Top 10-Marken auf die Monate im 5-Jahres-Vergleich	



Inhaltsverzeichnis

▪ Verteilung der Werbeausgaben und Werbemotive der Top 10-Marken in den letzten zwölf Monaten	123
Verteilung der Werbeausgaben der Top 10-Marken nach Produktmärkten in den letzten zwölf Monaten, Verteilung der Werbeausgaben und Werbemotive der Top 10-Marken auf die Mediengattungen in den letzten zwölf Monaten	
▪ Werbeausgaben-Rankings auf Branchenebene	125
Diese Analysen werden für jeden der folgenden Produktmärkte durchgeführt: Share of Advertising 2021/2022, Top 10-Werbeausgabenranking, Entwicklung Werbeausgaben der Top 10-Marken zum Vorjahr, Werbedynamik-Ranking Top 10 und Low 10, Entwicklung Werbeausgaben der Top 10-Marken in den letzten 12 bzw. 60 Monaten, Mediensplit der Top 10-Marken	
▪ bargeldloser Zahlungsverkehr	126
▪ Baufinanzierung	134
▪ Firmenkunden	142
▪ Girokonto	150
▪ Image	158
▪ Karten	166
▪ Kfz-Finanzierung	174
▪ Ratenkredit	182
▪ Vermögensmanagement	190
▪ Wertpapiere	198



Inhaltsverzeichnis

➤ Strategien	206
Werbeausgaben nach Produkten und Mediengattungen, zeitliche Werbedruckverteilung in den letzten 12 Monaten nach Mediengattungen für die 10-Marken mit den höchsten Werbeausgaben, Share of Advertising der Top 10-Marken im Jahresverlauf	
➤ Kommunikationspositionierung	228
Kommunikationspositionierung der 10 Top-Marken auf Basis Mediensplit und Jahreszeiten im 5-Jahres-Durchschnitt	
➤ Kontakt	232

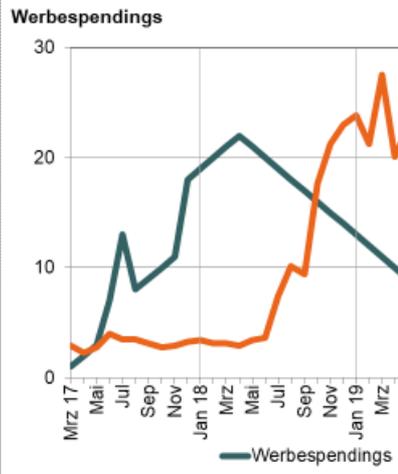
Analysebeispiele (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Trends

Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt

Entwicklung der Werbenspendings produktmarktübergreifend (Angaben in T€) und Anzahl der Werbungtreibenden



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Trends

Ausgewählte Motive und Nutzenargumente

Typische TV Beispiele und Nutzenargumente 2021/2022



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

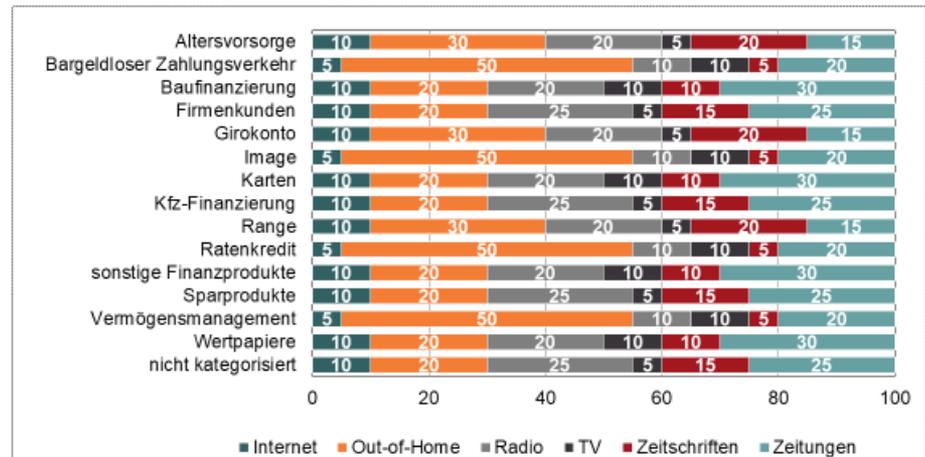


Auf welchen Mediensplit setzen die Unternehmen?

Trends

Quantitative Entwicklungen der Produktmärkte im 5-Jahres-Vergleich

Produktmärkte im Mediensplit 2021/2022 (Angaben in %)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbemarktanalyse Banken 2022

Welche medialen Peaks zeigen sich im Jahresverlauf?

Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 500-Marken nach Werbevolumen (Rangfolge auf Basis jüngster 12-Monats-Zeitraum)

Rang	Marken	Mrz. '17 – Feb. '18	Mrz. Feb.
11	Carnext	1.000.000	9
12	comdirect	900.000	8
13	Deutsche Bank	800.000	7
14	Deutsche Kreditbank	700.000	6
15	easyCredit	600.000	5
16	eToro	500.000	4
17	KfW Förderbank	400.000	3
18	Santander Bank	300.000	2
19	Schwäbisch Hall	200.000	1
20	Visa	100.000	9

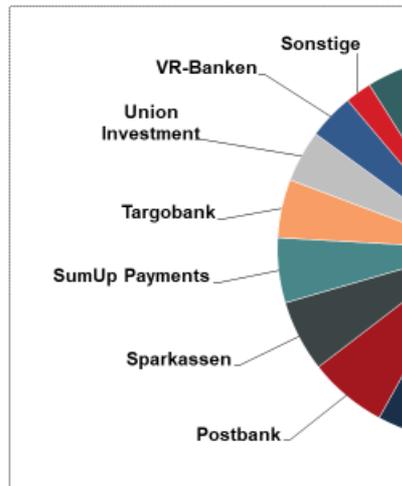
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Share of Advertising der Top 10-Marken von März 2021 bis Februar 2022



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

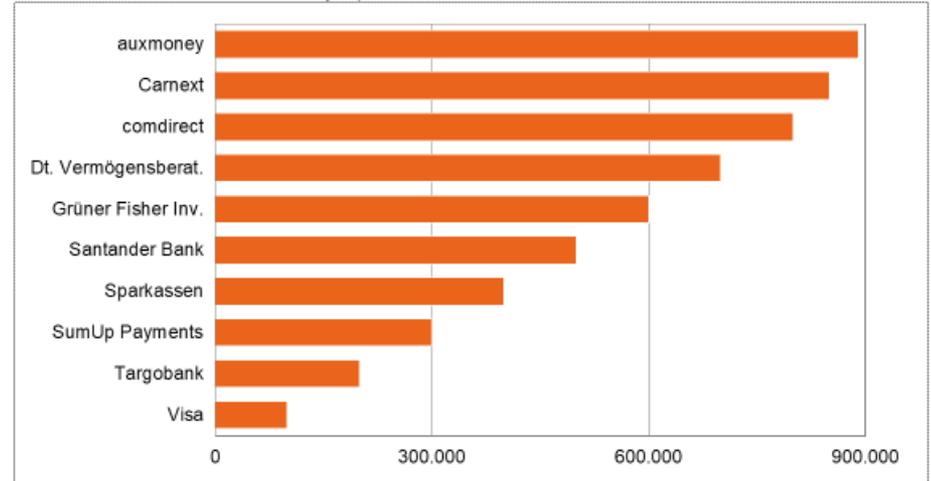


Welche Marken zeigen die größte Dynamik?

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 10-Marken nach absoluter Werbedynamik im Vorjahresvergleich (Angaben in T€ als Differenz von aktuellem Jahr zum Vorjahr)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbemarktanalyse Banken 2022

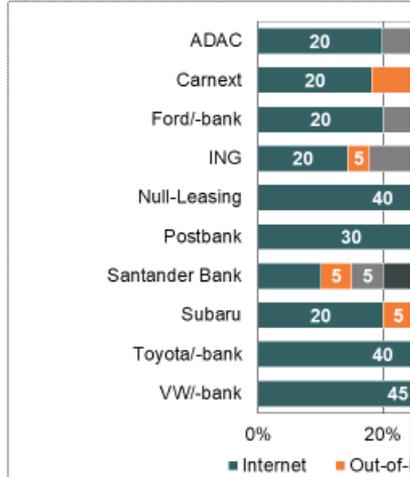
Welche Banken führen das Ausgabenranking an?

Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Benchmarks Kfz-Finanzierung

Kfz-Finanzierung | Mediensplit der Top 10 Marken nach Werbevolumen im Zeitraum '21/'22 (Angaben in %)

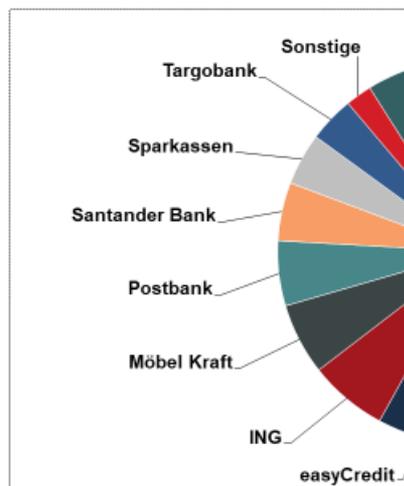


Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Benchmarks Ratenkredit

Ratenkredit | Share of Advertising der Top 10 Marken nach Werbevolumen im Zeitraum '21/'22



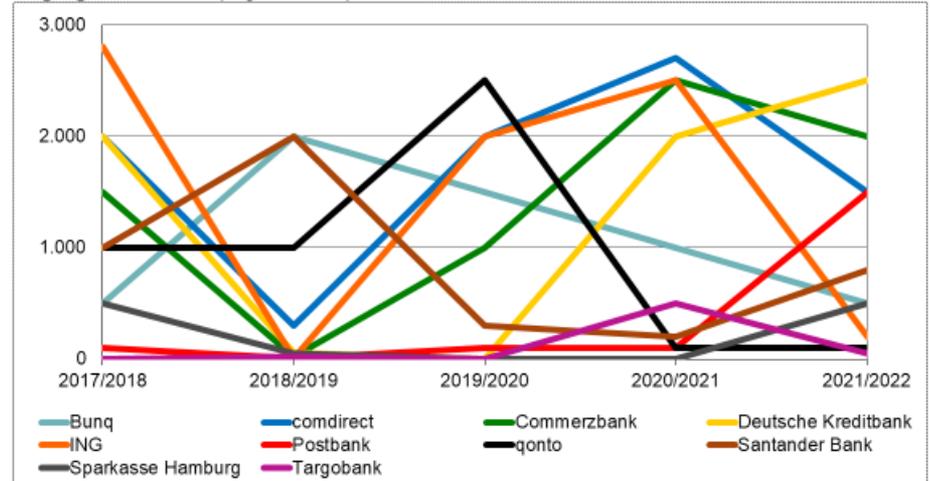
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Wo liegen in den Produktmärkten die saisonalen Werbebepeaks?

Benchmarks Girokonto

Girokonto | Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10 Marken aus dem Zeitraum '21/'22 in den vergangenen 5 Jahren (Angaben in T€)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbemarktanalyse
Banken 2022

Auf welchen Mediensplit setzen die Anbieter in den Teilmärkten?

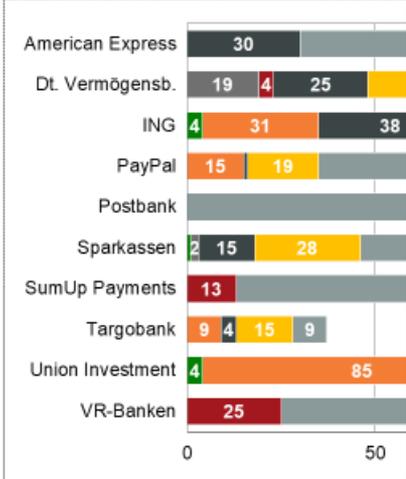
Analysebeispiele (4)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Benchmarks

Mediensplit der Top 10-Marken

Verteilung der Werbemotive der Top 10-Marken auf die Mediengattungen in den letzten zwölf Monaten (Angaben als Anzahl unterschiedlicher Motive)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Kommunikationspositionierung

Kommunikationspositionierung der Top 10-Marken auf Basis Mediensplit im 5-Jahres-Durchschnitt



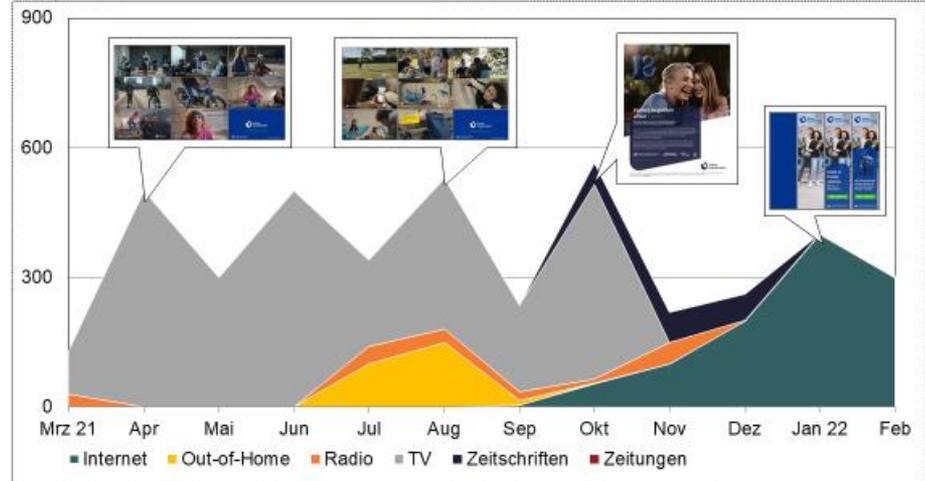
Zeitschriften

Welche Dynamik zeigt sich im Zeitablauf in den Medien?

Strategien

Marke A

Marke A | Zeitliche Werbendruckverteilung in den letzten 12 Monaten nach Mediengattungen (Angaben in T€)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbemarktanalyse Banken 2022

Wie positionieren sich die Marken im Wettbewerbsumfeld?

Bestellformular

Ihre Bestellung nehmen wir gerne per formloser E-Mail oder mit ausgefülltem Bestellformular entgegen.

E-Mail: uwe.matzner@research-tools.net

FAX: +49 (0)711 – 55090384

Auftragnehmer: research tools, Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar

Hiermit bestellen wir zum Preis in Höhe von 4.800 EUR zzgl. MwSt. die **Werbemarktanalyse Banken 2022**.

Auftraggeber:

Firma: _____

Ansprechpartner: _____

E-Mail: _____

Position/Funktion: _____

Datum, Ort, Unterschrift: _____

Kontakt / Branchenerfahrung

Ihr Ansprechpartner für diese Studie ist:

Uwe Matzner



Geschäftsführer
Diplom-Kaufmann, Marktforscher BVM
Tel. +49 (0)711 - 55090381, Fax +49 (0)711 - 55090384
E-Mail: uwe.matzner@research-tools.net

research tools
Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar
www.research-tools.net

research tools: Marketingmaßnahmen erfassen – verstehen – bewerten

Zuletzt erschienene Studien zur Bankenbranche:

- Studie Unternehmensprofile Banken 2022
- Studie eVisibility Banken 2022
- Studie Operatives Produktmarketing Banken 2022
- Studie Kundenpfade Banken 2021
- Werbemarktanalyse Wertpapiere 2021
- Studie Bankzielgruppe Auszubildende und Studierende 2021

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. In der Reihe ‚Werbemarktanalysen‘ sind seit 2018 über 70 Marktstudien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

