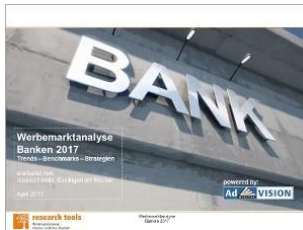




## Pressemitteilung

### Banken: Werbung für Girokonto und Ratenkredite im Aufwind



**In der Bankenbranche nahm innerhalb von zwölf Monaten die Produktwerbung für Girokonto und Ratenkredite zu, rückläufig hingegen ist Imagewerbung und Werbung für Wertpapiere. Auffallend ist die zehnpromtente Zunahme der werbenden Anbieter bei gleichzeitiger Abnahme des Werbevolumens um zehn Prozent.**

*Esslingen am Neckar, 26. April 2017* – Die Werbeausgaben in der Bankenbranche sind im Vergleich zum Vorjahr um zehn Prozent zurückgegangen. Damit liegt das Werbevolumen innerhalb von zwölf Monaten bei 670 Millionen Euro. Der stärkste Rückgang zeigt sich bei der Imagewerbung mit einem Minus von rund 40 Millionen Euro. Ähnlich stark rückläufig ist die Werbung für Wertpapiere. Wachstumsmärkte sind die Bereiche Girokonto und Ratenkredit mit Zunahmen von 16 beziehungsweise 17 Millionen Euro.

Die Zunahme im Girokontomarkt geht zu großen Teilen auf das Konto von Commerzbank, DKB und Targobank, die ihre Produktwerbung stark ausweiten. Die Commerzbank schließt somit fast zu Top-Werber ING-DiBa auf. Auf beide entfällt damit etwa ein Drittel des Werbevolumens in diesem Produktmarkt. Im Ratenkreditmarkt, dem zweiten Wachstumsmarkt, präsentiert sich Vexcash mit hohen Werbevolumenaufstockungen von mehr als zehn Millionen Euro als Topaufsteiger. Daneben steigern auxmoney.de, Postbank und Targobank ihre Budgets in diesem Produktmarkt in der Summe um mehr als 23 Millionen Euro.

Insgesamt werben über 250 Finanzdienstleister mit einem Volumen von mehr als 100.000 Euro, darunter 17 Anbieter mit mehr als zehn Millionen Euro. Im Vergleich zum Vorjahr hat die durchschnittliche Anzahl werbender Anbieter pro Monat um zehn Prozent zugenommen und liegt nun bei 319 Anbietern. Durch den gleichzeitigen Rückgang des Werbevolumens ergibt sich dadurch eine Volumenreduzierung pro werbendem Anbieter von 2,6 auf 2,1 Millionen Euro.



# research tools

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

## **Über die Studie:**

Die „Werbemarktanalyse Banken 2017“ von *research tools* repräsentiert ein Werbevolumen von 670 Millionen Euro allein im jüngsten Zwölf-Monats-Zeitraum. Die Studie untersucht die Werbeausgaben von Banken und Finanzdienstleistern in Deutschland sowie deren Werbestrategien. Sie gibt auf 243 Seiten Einblick in Trends, Benchmarks und Strategien in 14 Teilmärkten, darunter Girokonto, Image, Ratenkredit, Wertpapiere. Zehn große Produktmärkte werden zudem näher analysiert. Für die 250 werbestärksten Anbieter werden die Ausgaben der medialen Kommunikation im Fünf-Jahres-Verlauf gezeigt. Eine Analyse der Kommunikationsstrategien zehn wichtiger Werbungtreibender untersucht quantitative und qualitative Parameter und zeigt bedeutende Werbemotive. Die vorliegende Werbemarktanalyse basiert auf Daten und Motiven von AdVision digital.

## **Über research tools:**

Die Marktforschungsberatungsgesellschaft *research tools* mit Sitz in Esslingen am Neckar bei Stuttgart bietet umsetzungsstarke, marketingorientierte Marktforschung. Ein Fokus liegt auf der Analyse unternehmerischer Marketingmaßnahmen.  
Weitere Informationen: [www.research-tools.net](http://www.research-tools.net)

## **Pressekontakt:**

Uwe Matzner  
research tools  
Kesselwasen 10  
73728 Esslingen am Neckar  
Tel. +49 (0)711 - 55090381  
Fax +49 (0)711 - 55090384  
[uwe.matzner@research-tools.net](mailto:uwe.matzner@research-tools.net)