



# research tools

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

## Pressemitteilung

### Werbemarkt Banken: höchste Zuwächse bei ‚bargeldlosem Zahlungsverkehr‘



**Die Werbung von Banken und Finanzdienstleistern zieht insgesamt um sechs Prozent an. Der Produktmarkt ‚bargeldloser Zahlungsverkehr‘ exponiert sich mit höchsten Zuwächsen von 34 Millionen Euro.**

*Esslingen am Neckar, 24. Mai 2018* – Das Jahreswerbevolumen der Banken beträgt nach einem sechs-prozentigen Plus

695 Millionen Euro. Knapp ein Viertel der Werbeausgaben fließt in die Imagewerbung, die damit den volumenstärksten Teilmarkt stellt. Die absolut höchsten Zuwachsraten zeigen sich im Produktmarkt ‚bargeldloser Zahlungsverkehr‘. Hier beträgt die Steigerung zur Vorjahresperiode mehr als 34 Millionen Euro. Spezialisten wie paydirekt und PayPal und auch Filialbanken stocken ihr Bereichsbudget beträchtlich auf und verschaffen damit dem bargeldlosen Zahlungsverkehr ein erhebliches mediales Gewicht. Zuwächse sind zudem im Teilmarkt ‚Vermögensmanagement‘ sichtbar, dessen Volumen sich von 22 auf 41 Millionen Euro fast verdoppelt hat. Bei Ratenkrediten ist mit einem Minus von 22 Millionen Euro der stärkste Werberückgang zu verzeichnen.

Deutsche Bank, ING-DiBa und Targobank sind die Topwerber im Werbemarkt der Banken und Finanzdienstleister. Gemeinsam repräsentieren sie 23 Prozent des gesamten Werbevolumens. Die Deutsche Bank stockt enorm auf und schiebt sich – hauptsächlich mit produktunabhängiger, volumenstarker Imagewerbung – unter die Topwerber. Insgesamt werben 14 Banken und Finanzdienstleister mit einem Jahresvolumen von über zehn Millionen Euro, fünf davon steigerten zuletzt ihre Werbeausgaben.

TV ist bei allen zehn Topwerbern das präferierte Werbemedium. Im Durchschnitt nutzen diese Anbieter einen Mix aus 4,1 Medien bestehend aus Internet, Print, Radio und TV. Pro Monat werben durchschnittlich 397 Marken. Ausgabenstarke Monate fallen in die Zeit von September bis Dezember.

**Über die Studie:**

Die „Werbemarktanalyse Banken 2018“ von *research tools* untersucht die Werbeausgaben von Banken und Finanzdienstleistern in Deutschland. Sie gibt auf 291 Seiten Einblick in Trends, Benchmarks und Strategien in 14 Teilmärkten. Neben der Entwicklung von Werbespendings für 300 Werber werden Fünf-Jahres-Trends erstellt. Eine Analyse der Kommunikationsstrategien zehn wichtiger Werbungtreibender untersucht quantitative und qualitative Parameter und zeigt bedeutende Werbemotive.

Weitere Informationen zur Studie:

<http://research-tools.net/werbemarktanalyse-banken-2018/>

**Die Studienherausgeber:**

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)

Werbespendingdaten und Werbemotive der Studie beziehen sich auf den deutschen Markt und entstammen der Werbedatenbank des unabhängigen Medienbeobachters **AdVision digital**, Hamburg, [www.advision-digital.de](http://www.advision-digital.de)

**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)