

+++ Commerzbank +++ Deutsche Bank +++ DKB +++ HypoVereinsbank +++ ING-DiBa +++ LBBW +++ Postbank +++ Sparkassen +++ Targobank +++ VR-Banken +++ Commerzbank +++ Deutsche Bank +++ DKB +++ Hypo

Studiensteckbrief

Studie Sponsoring Banken 2016

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

September 2016



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief
Studie Sponsoring Banken 2016

Ausgewählte Ergebnisse:

- Neben dem Sportsponsoring und Kultursponsoring investieren die Banken viel in Bildungsförderung sowie Soziale Engagements. Sponsoringprojekte im Themenbereich Umwelt sind vergleichsweise selten.
- Der Anteil internationaler Projekte liegt über alle zehn Banken gesehen bei zehn Prozent.
- 55 Prozent der gesponserten Projekte finden im Durchschnitt jährlich statt.
- Alle zehn untersuchten Banken und Bankengruppen zusammen gaben im 12-Monats-Analysezeitraum 2015/2016 mehr als 200 Mio. Euro für Sponsoringmaßnahmen aus.
- In Social Media werden zur Kommunikation der Sponsoringaktivitäten gerne visuelle Elemente eingesetzt. 60 Prozent der Beiträge enthalten Fotos, 30 Prozent Videos.
- Nur bei etwa der Hälfte der Sponsoringprojekte ist der Sponsor auf der Website des Gesponserten sichtbar.

Informationen zur Studie

Wichtigste USPs:

Analyse von **644 Sponsoringprojekten**
von zehn Banken und Bankengruppen

Sponsoringbereiche: Bildungsförderung, Kultursponsoring,
Sozialsponsoring, Sportsponsoring, Umweltsponsoring

Scope: Sponsoringprojekte deutscher Banken
innerhalb eines Zwölf-Monats-Zeitraums

alle Information auf **234 PowerPoint-Seiten**

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

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

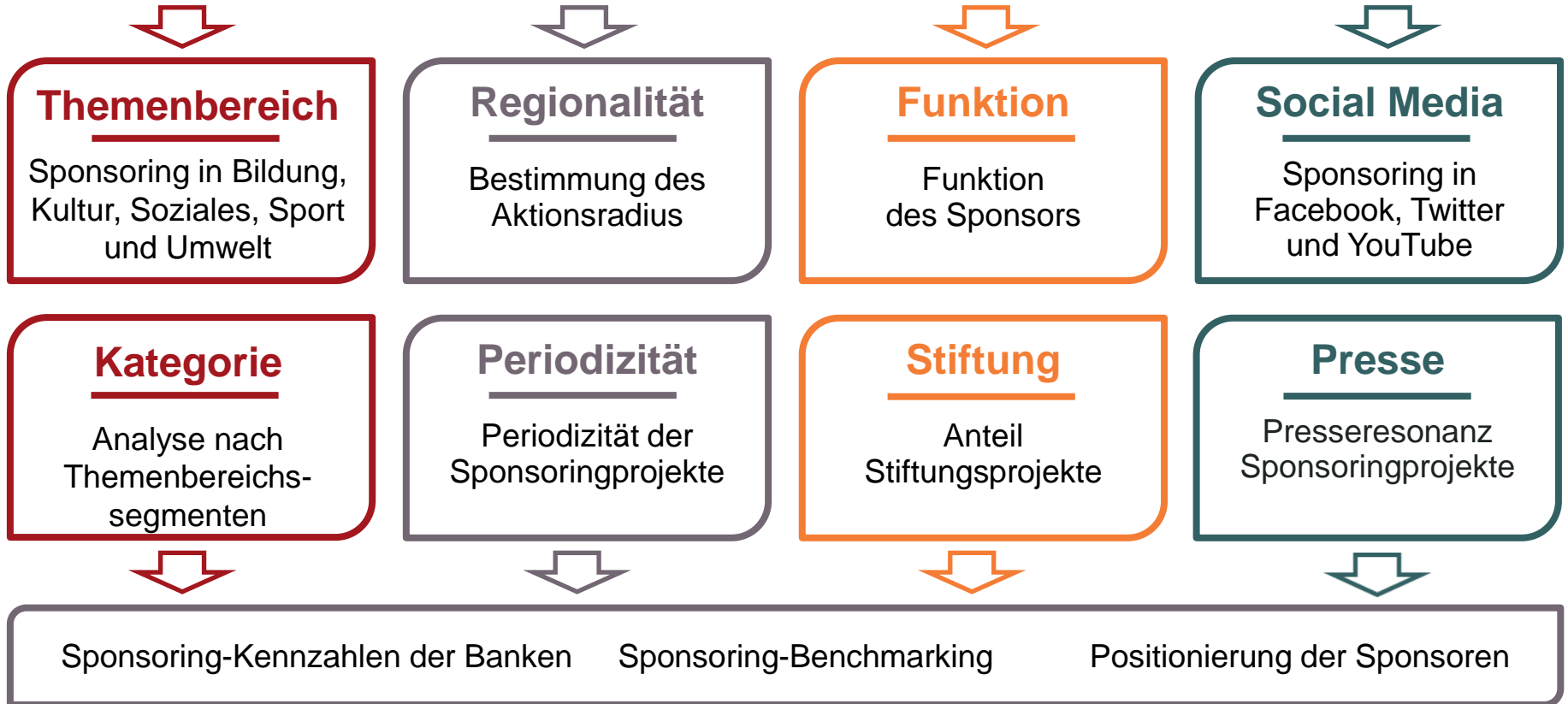
Nutzen: Basis für klare Positionierung, Benchmarking

Untersuchte Banken und Bankengruppen

- Commerzbank
- Deutsche Bank
- DKB
- HypoVereinsbank
- ING-DiBa
- LBBW
- Postbank
- Sparkassen
- Targobank
- VR-Banken

Informationen zur Studie

Detaillierte Analyse aller Sponsoringprojekte der zehn Banken und Bankengruppen



Informationen zur Studie

Analysen:

- Branchenüberblick zu den Themenbereichen
- Anbieterkennzahlen zu Bereich, Reichweite, Periodizität, Funktion, Stiftung
- Projekte nach Themenbereichen und Kategorien
- Übersicht über sämtliche Sponsoringprojekte im Zwölf-Monats-Zeitraum
- Kommunikation der Projekte in Presse und Social Media
- Sponsoringausgaben auf Hochrechnungsbasis im Bankenvergleich
- Statistische Positionierungsanalyse der Anbieter

Die 234 Seiten umfassende Studie kostet 3.200 EUR zuzüglich MwSt.

Die Studie in Zahlen:

- 644 analysierte Sponsoringprojekte
- 5 Themenbereiche
- 24 verschiedene Kategorien
- 10 Banken und Bankengruppen
- 3 analysierte Social Media Kanäle

Forschungsdesign:

Für die Studie wurden mittels Desk Research folgende Quellen ausgewertet: Anbieterwebsites, Tageszeitungen, Publikumszeitschriften und Fachzeitschriften, Social Media Kanäle, Suchmaschinenrecherche, Websites der Sponsoringnehmer. Die Analysen umfassen rund 650 Sponsoringprojekte im 12-Monats-Zeitraum Februar 2015 bis Januar 2016. Erfasst wurden alle Sponsoringprojekte der Banken, die im Internet recherchierbar waren und für die Bankengruppen zentrale Projekte der Bundesverbände sowie Sponsoringprojekte von je zehn Einzelinstituten je Gruppe. Die Studie ist im September 2016 erschienen.

Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	5
➤ Forschungsdesign	9
➤ Branchenüberblick	14
▪ Themenbereiche	17
▪ Themenübergreifende Kennzahlen	22
➤ Anbieterkennzahlen	24
▪ Überblick	30
▪ Themenanteile im Sponsorenvergleich	33
▪ Periodizität	40
▪ Regionalität	41
▪ Funktion des Sponsors	42
▪ Stiftungsprojekte	43
➤ Sponsoringausgaben (Hochrechnung)	45
➤ Projektübersicht	53
▪ Commerzbank	56
▪ Deutsche Bank	60



Inhaltsverzeichnis

▪ DKB	64
▪ HypoVereinsbank	68
▪ ING-DiBa	71
▪ LBBW	75
▪ Postbank	79
▪ Sparkassen	83
▪ Targobank	89
▪ VR-Banken	93
➤ Sponsoringleistungen	99
▪ Commerzbank	103
▪ Deutsche Bank	112
▪ DKB	122
▪ HypoVereinsbank	129
▪ ING-DiBa	135
▪ LBBW	139



Inhaltsverzeichnis

▪ Postbank	144
▪ Sparkassen	149
▪ Targobank	173
▪ VR-Banken	177
➤ Kommunikation	198
▪ Übersicht	201
▪ Kommunikationseffizienz	202
▪ Übersicht Kommunikationsmaßnahmen	203
▪ Sichtbarkeit	205
▪ Timeline Social Media	206
▪ Pressemitteilungen	216
▪ Presseartikel	217
▪ Presseeffizienz	218
➤ Neue und wichtige Projekte	219
➤ Kommunikationspositionierung	225
➤ Kontakt	233

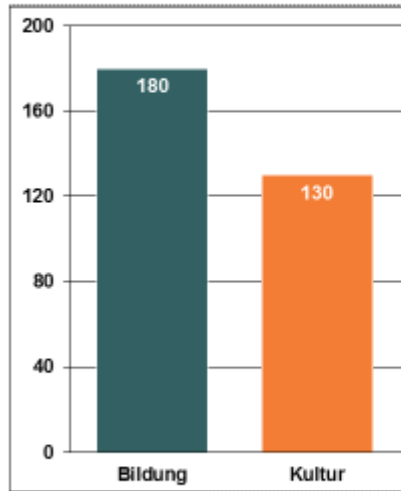


Beispielseiten (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Branchenüberblick Themenbereiche

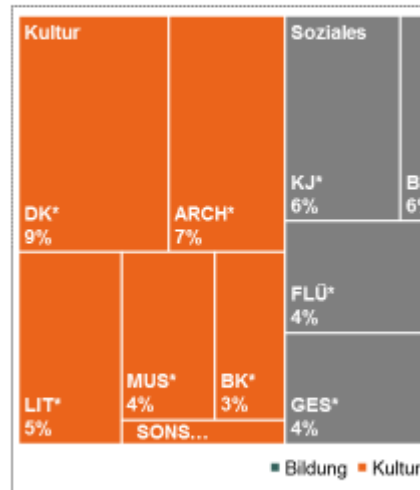
Sponsoringprojekte nach Themenbereichen Anzahl



Welchen Anteil nehmen einzelne Unterkategorien ein?

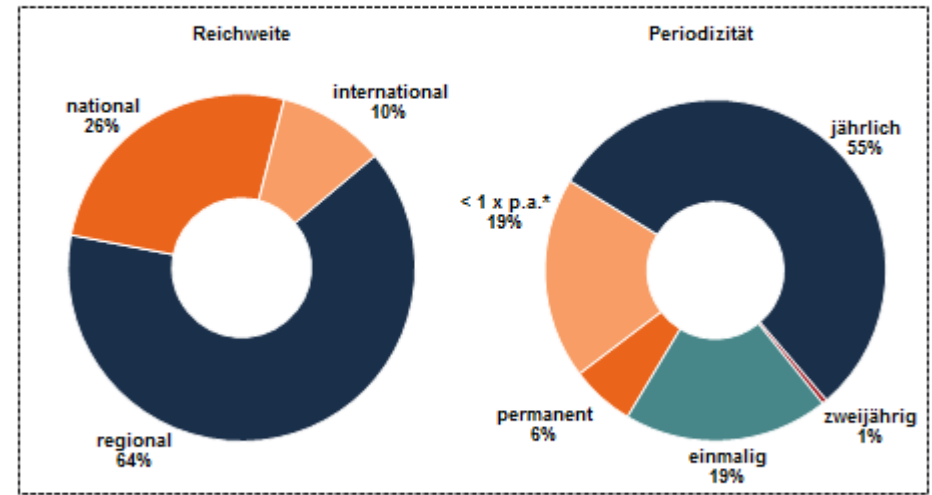
Branchenüberblick Themenbereiche

Sponsoring Projekte nach Themenbereich und Kategorie anteilig am Gesamtvolumen



Branchenüberblick Themenübergreifende Kennzahlen

Reichweite und Periodizität nach Anteilen (Angaben in Prozent)



research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Welcher Themenbereich dominiert im Sponsoring?

* zur Legende Sponsoringkategorien

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

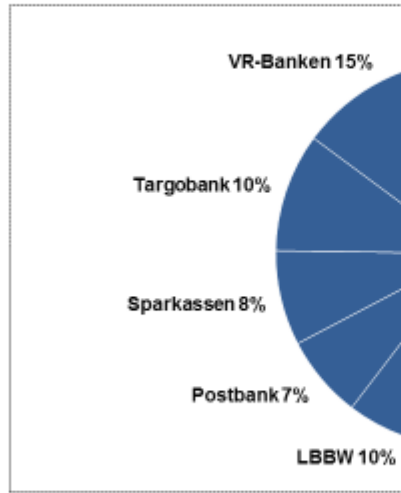
Studie Sponsoring Banken 2016

Beispielseiten (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

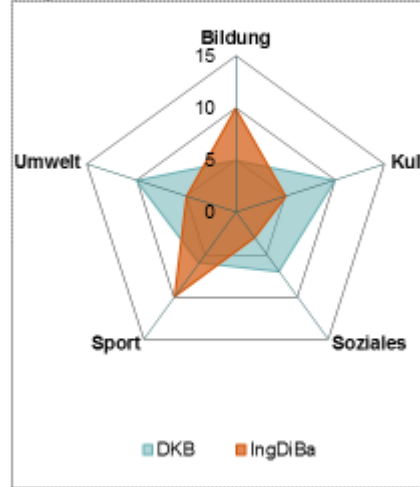
Anbieterkennzahlen Themenanteile im Sponsorenvergleich

Themenanteile Sport



Anbieterkennzahlen Themenanteile im Sponsorenvergleich

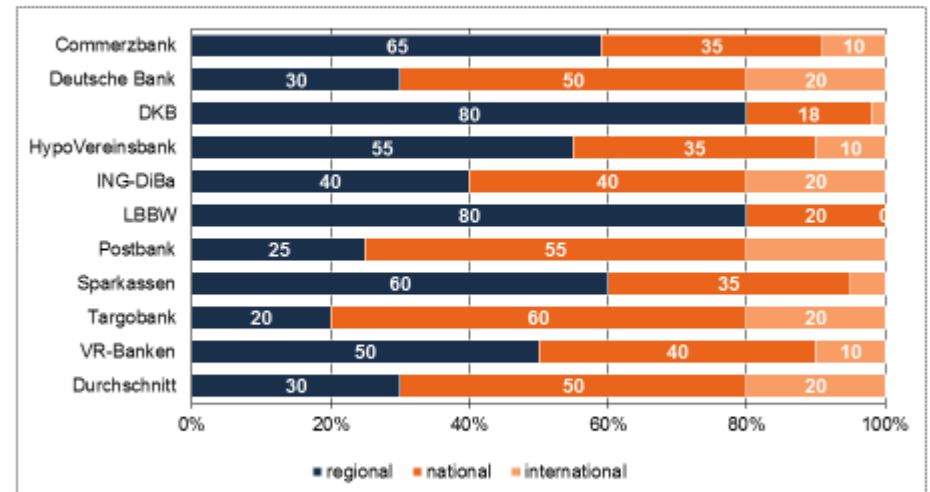
Anteil Themenbereiche an allen Sponsoring Projekten innerhalb eines Themenbereiches (Angaben in %)



Welcher Anbieter setzt am stärksten auf internationale Projekte?

Anbieterkennzahlen Reichweite

Verteilung der Sponsoringprojekte nach Reichweite



research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

research tools

Welche Anbieter halten im Sportsponsoring hohe Anteile?

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Studie Sponsoring Banken 2016

Beispielseiten (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Projektübersicht HypoVereinsbank

Sponsoringprojekte nach Themenbereichen und Kategorien

Themenbereich	Kategorie	Sponsoring
Kultur	Musik	Bachfest Le Internationa Würzburg, C Richard Stre
	Sonstiges	-
Soziales	Flüchtlinge	Fußball inte
	Gesundheit	-
	KJ*	HVB-Jugen
	BEH*	Lebenshilfe
	BEN*	-
	Sonstiges	Ehrensache Region

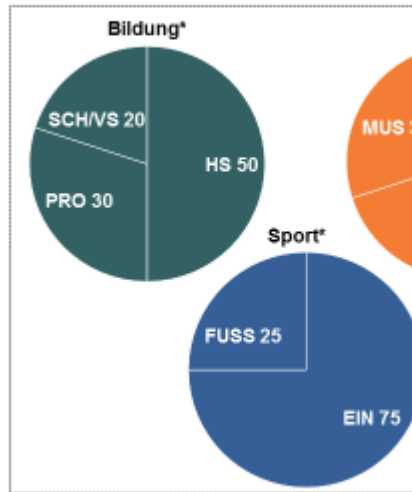
* KJ: Kinder und Jugendliche; BEH: Menschen mit Behinderung; BE



Welche Sponsoringprojekte werden im Einzelnen gefördert?

Sponsoringleistungen LBBW

Themenbereiche und Kategorien LBBW



* Zur Legende [Sponsoringkategorien](#)



Welche Detaillleistungen erbringen die Institute?

Sponsoringleistungen Postbank

Sponsorenleistungen aller Projekte

Kategorie	Sponsoringprojekt	Ablauf/Leistung
HS*	Lehrstuhl für Finanzwirtschaft	Finanzielle Förderung Lehrstuhl
	Deutschlandstipendium	Stipendium UNI
	OFW	Finanzielle Förderung
	Finance Award	höchstdotierter Hochschulwettbewerb Deutschlands für Banking & Finance, Lehrende und Studierende werden eingeladen
SCH/VS*	Banking School	Finanziell und ehrenamtlich
	Bildung ist Zukunft	Partnerschaft mit Save the children, Spenden und aktive Gestaltung durch Mitarbeiter als Schulbotschafter oder Lesepate.
FLÜ*	Flüchtlinghilfe	finanziell und Arbeitsbefreiung für Mitarbeiter
KJ*	Spendenaktionen	Spendeaktionen mit Save the Children

* HS: Hochschule; SCH/VS: Schule und Vorschule; FLÜ: Flüchtlinge; KJ: Kinder und Jugendliche



Studie Sponsoring
Banken 2016

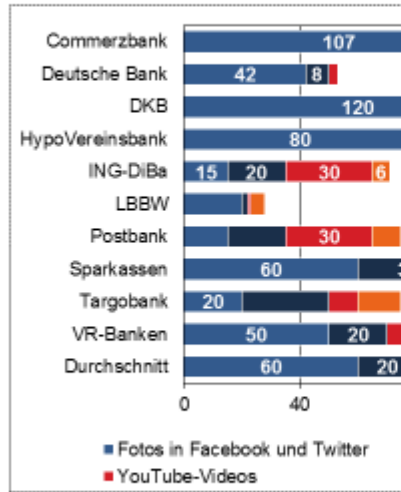
Beispieleiten (4)

Die Beispieleiten enthalten fiktive Daten

Kommunikation

Übersicht Kommunikationsmaßnahmen

Social Media Postings nach visuellen Elementen (Angabe als Anzahl der Postings)



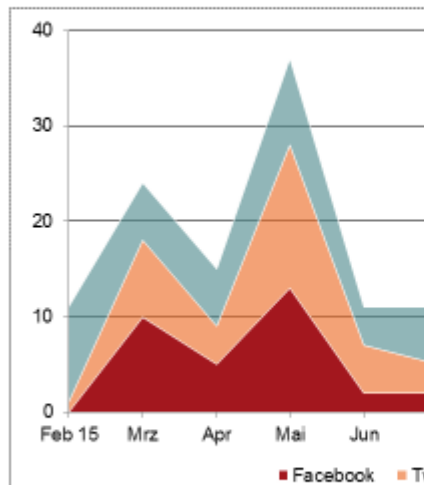
Facebook; Twitter; YouTube



Kommunikation

Timeline Social Media

Anzahl der Postings nach Monaten – Sparkassen



Quelle: Social Media-Seiten und Websites der Anbieter

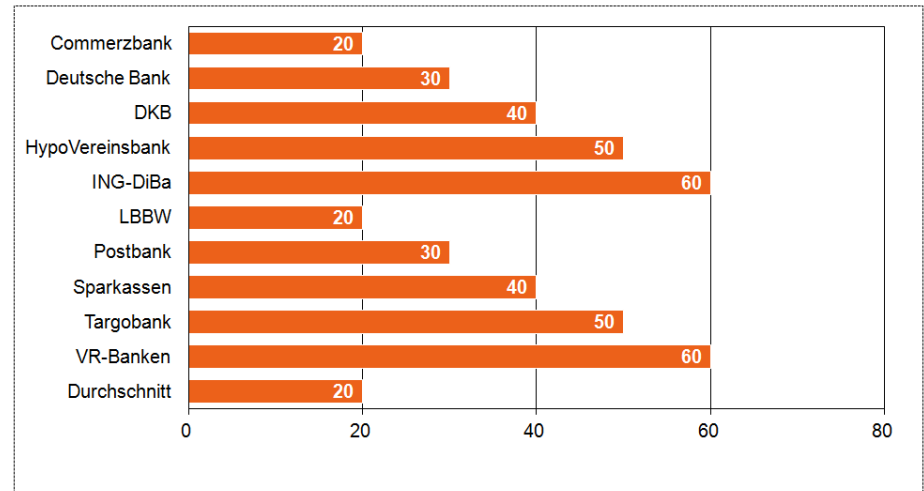


Welche Sichtbarkeit erzielt das Sponsoring?

Kommunikation

Sichtbarkeit

Sichtbarkeit des Sponsors auf der Website des Gesponserten (Angaben in %)



Welche Social Media Kanäle fokussieren die Anbieter?



Studie Sponsoring Banken 2016

195

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 3.200 EUR zzgl. MwSt. die
Studie Sponsoring Banken 2016.

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 zur Bankenbranche erschienen:

- Marketing-Mix-Analyse Autokredit 2016
- Werbemarktanalyse Karten 2016
- Marketing-Mix-Analyse Girokonto 2016
- Werbemarktanalyse Finanzierung 2016
- Studie Operatives Produktmarketing Banken 2016
- Studie eVisibility Banken 2016

Seit 2005 arbeitete research tools für mehr als 80 Banken. In der Bankenbranche erschienen seit Anfang 2012 über 45 Marktstudien. Mit dem Thema Sponsoring ergänzt research tools sein Marketinganalytik-Spektrum.



Analysierte Aspekte

Architektur, Arche, ArtMag, barrierefrei studieren, Bildende Kunst, Bildung, Bildungspaten, Business@school, Clowndoktoren, Commerzbank, Corporate Volunteering, Darstellende Kunst, Deutsche Stiftung, Deutsche Welthungerhilfe, Denkmalschutz, Deutscher Lesepreis, Diesterweg-Stipendium, DKB, DVBS, Einzeldisziplin, Energie, English Theatre Frankfurt, Facebook, FIRE, Flora und Fauna, Flüchtlinge, Förderer, Funktion Sponsor, Fußball, Galileo Art Tower, Gemeinsam gegen Kälte, Gesundheit, Hamburger Kunsthalle, Hauptsponsor, Hochschule, HypoVereinsbank, ING-DiBa, Initiator, international, Die Junge Akademie, Jürgen Ponto Stiftung, Kinder und Jugend, Klima, Kölner Dom, Kommunikationseffizienz, Kultur, LBBW, Leseförderung, Literatur, MACHT KUNST, Malteser, Mannschaftssport, mehrmals jährlich, Menschen mit Behinderung, Musik, national, Orchesterakademie, Partner, Pegasus-Projekt, Periodizität, Postbank, Postings ohne visuelle Inhalte, Premium Partner, Presseartikel, Presseeffizienz, Pressemeldungen, Pressemitteilungen, Professionals, Public affairs, regional, Reichweite, Ressourcen, Schule und Vorschule, Schülerstipendium, Senior Experten Service, Sichtbarkeit des Sponsors, Social Media Postings, Sozial Benachteiligte, Sponsoringausgaben, START, Städel Museum, Studienkompass, SOS Kinderdörfer, Sponsor, Sporteducate, Sonstiges, Sozial Benachteiligte, Soziales, Sparkassen, Sponsor, Sport, Städte- und Landschaftsbau, Stiftung, Targobank, Thomanerchor, Twitter, Umwelt, UNICEF, Unterstützer, Videos in Facebook und Twitter, Villa Baumhaus, visuelle Elemente, Wirtschaft, Wissenschaftspreis Akademie, YouTube-Videos