

Aus der Marken- und Werbeforschung

Fast jede zweite Bank auf Tiktok vertreten

Auf Social Media aktive Banken veröffentlichen durchschnittlich 392 Beiträge pro Jahr. Das geht aus der Studie „Social Media Performance Banken 2025“ von **Research Tools** hervor. Mit einer Nutzungsrate von 98 Prozent sind nahezu alle untersuchten Banken auf der B2B-Plattform LinkedIn präsent. Aber auch große B2C-Social-Media-Plattformen erfreuen sich hoher Beliebtheit: Youtube erreicht 96 Prozent, gefolgt von Facebook mit 95 Prozent und Instagram mit 93 Prozent. Gegenüber der Vorgängerstudie 2023 verzeichnet Instagram mit einem Plus von 14 Prozentpunkten den stärksten Zuwachs. Facebook legt um 12 Prozentpunkte zu, Youtube um einen Prozentpunkt. Deutlich rückläufig ist hingegen die Aktivität

auf X, von ursprünglich 82 auf 54 Prozent. Während Tiktok in anderen Branchen nur von 16 bis 38 Prozent der Akteure genutzt wird, ist dort fast die Hälfte der Banken vertreten.

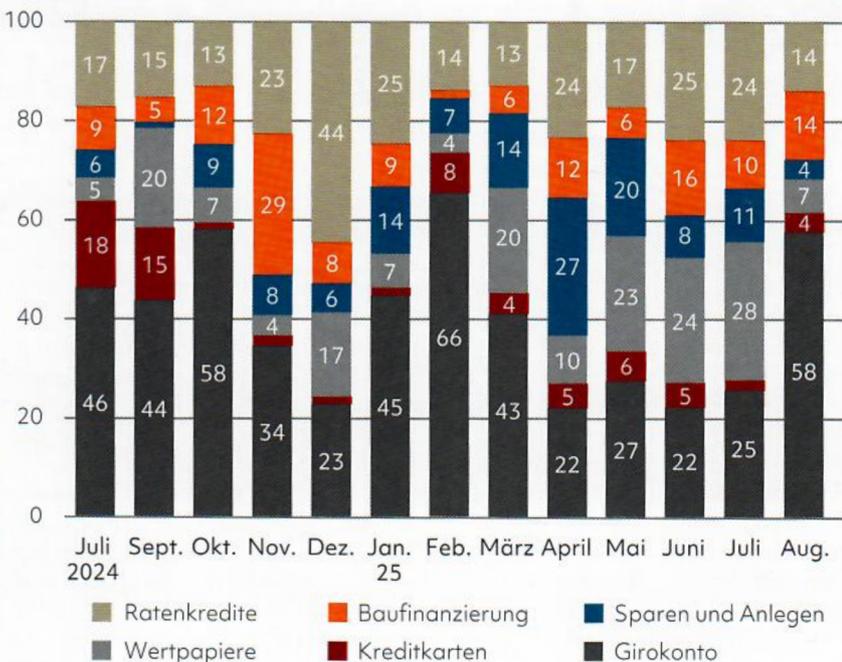
Gemessen an mindestens einem veröffentlichten Beitrag pro Jahr liegt X mit nur 20 Prozent aktiver Accounts am Ende des Rankings – selbst Tiktok verzeichnet mit 38 Prozent einen höheren Anteil. Die größte Aktivität zeigen LinkedIn mit Anteilen von 93 Prozent und Instagram mit 91 Prozent regelmäßig bespielter Accounts. Die höchste Beitragsfrequenz erreicht Instagram mit einem Median von 132 Posts pro Anbieter und Jahr. Bei den Interaktionen setzt sich Tiktok mit einem Median von rund 31 000 deutlich von den anderen Plattformen ab. LinkedIn punktet mit den meisten reichweitenstarken

Profilen: Fünf Kreditinstitute überschreiten die Marke von einer Million Followern. Auf Facebook finden sich die höchsten Extremwerte mit bis zu 22 Millionen Followern sowie der aktivste Anbieter mit 694 Beiträgen im Jahr. Auf Youtube posten Banken und Sparkassen durchschnittlich 16 Beiträge pro Jahr. Im Gesamtranking sind neun der Top-10-Anbieter auf allen sechs Plattformen vertreten. An der Spitze steht Mastercard mit der besten Performance auf Tiktok und Youtube. American Express auf dem zweiten Platz schneidet auf LinkedIn und X überdurchschnittlich ab. Den dritten Rang belegt die Deutsche Bank, die auf Instagram, LinkedIn und X jeweils zu den Top 3 zählt. Die Frankfurter Sparkasse kommt auf die meisten Tiktok-Beiträge, Trade Republic verzeichnet die höchste Interaktivität auf X.

BANKMARKETING

Marketing für das Girokonto machte im August einen großen Sprung. Bei der klassischen Werbung schlugen die TV-Spots der Sparkassengruppe für Wero durch. Bei Paid Search sind Commerzbank und DKB mit Anzeigen zum Girokonto besonders aktiv. N26 zeigt mit einem Post auf X die Kontaktmöglichkeiten bei Problemen mit der App auf. In Pressemitteilungen kündigt die ING ihr Girokonto für Minderjährige und Wero an.

Operative Marketingmaßnahmen nach Bankprodukten August 2025



in Prozent

Quelle: Research Tools (Werbeausgaben von AdVision digital)

Bei den erfolgreichsten Beiträgen dominieren Inhalte zu Finanzprodukten und zur Finanzbranche insgesamt, häufig ergänzt um praxisnahe Tipps zur Geldanlage. Auf Tiktok werden diese Themen oft humorvoll inszeniert, während auf LinkedIn Unternehmensnachrichten, persönliche Erfolgsgeschichten und einzelne politische Ereignisse im Vordergrund stehen. Gewinnspiele erweisen sich als besonders wirksames Mittel, um durch zahlreiche Kommentare die Reichweite zu steigern. Ausreißer nach oben sind Videos, die in Kooperation mit prominenten Persönlichkeiten oder reichweitenstarken Accounts produziert und/oder veröffentlicht wurden.

Social Media: Markenbekanntheit im Fokus

Zahlen zur Social-Media-Nutzung von Unternehmen gibt es auch vom **Bitkom**. Facebook ist demnach die meistgenutzte Social-Media-Plattform von Unternehmen in Deutschland. 48 Prozent sind dort mit einem eigenen Profil vertreten. Praktisch gleichauf liegen das Unternehmensnetzwerk Xing (47 Prozent) sowie Youtube (43 Prozent) und LinkedIn (36 Prozent). 35 Prozent der Unternehmen nutzen inzwischen Instagram. Das sind Ergebnisse einer repräsentativen Befragung im Auftrag des Digitalverbands Bitkom unter 604 Unternehmen