Banken setzen viel auf Wertpapierwerbung

Ein Artikel von **red** | 10.05.2021 - 12:05

← *Zurück*

Die werbungtreibenden Banken und Finanzdienstleister haben innerhalb von zwölf Monaten rund 1.042 Millionen Euro für die Kommunikation von Bankprodukten ausgegeben und knacken damit die Milliardenmarke. Ein großer Teil der Werbeausgaben entfällt mit 21 Prozent auf den Produktmarkt Wertpapiere. Darauf folgt die Imagewerbung noch vor dem Ratenkredit. Anteilig verzeichnen die Produktmärkte Baufinanzierung, Wertpapier sowie bargeldloser Zahlungsverkehr ihren höchsten Wert innerhalb der letzten fünf Jahre.

Gerade in diesem volumenstarken Wertpapiermarkt zeigt sich viel Bewegung. Innerhalb zwölf Monaten haben Avus Capital, DWS, eToro, ING und Union Investment ihre Spendings deutlich ausgebaut und bilden die neue Riege der Top 5-Werber. In der Summe stocken allein diese fünf Unternehmen ihre mediale Wertpapier-Kommunikation um über 73 Millionen Euro im Vergleich zum Vorjahr auf und pushen damit dieses Produkt in der medialen Wahrnehmung nach vorn.

Im Mediensplit wird in 11 der 14 analysierten Produktmärkte Internetwerbung als primäres Werbemedium eingesetzt. Ausnahmen bilden die Teilmärkte Altersvorsorge, Ratenkredit und Range, wo bevorzugt Out-of-Home- beziehungsweise TV-Werbung geschaltet wird. Im Schnitt werben pro Monat 579 Banken und Finanzdienstleister für ihre Produkte. Übers Jahr verteilt kommen so über 1500 Anbieter zusammen, die im Bankenmarkt Werbung schalten. Dabei liegen die Werbevolumina von 26 Marken bei über zehn Millionen Euro.

Über die Studie: *Die ‚Werbemarktanalyse Banken 2021' 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, darunter zehn im Detail wie z.B. Baufinanzierung, Imagewerbung, Ratenkredit, Vermögensmanagement, Wertpapiere. Neben der Entwicklung von Werbespendings für 500 Werber werden Fünf-Jahres-Trends erstellt. Eine Analyse der Kommunikationsstrategien zehn wichtiger Werbungtreibender untersucht quantitative und qualitative Parameter und zeigt bedeutende Werbemotive.*