Bankenmarkt: 660 monatlich werbende Banken

Ein Artikel von **red** | 20.05.2022 - 06:03

← Zurück

Annähernd die Hälfte des medialen Kommunikationsvolumens im Bankenmarkt fließt in die Image- und Wertpapierwerbung. Bei durchschnittlich 660 Banken und Finanzdienstleistern, die monatlich werben, beträgt der Zuwachs im Vergleich zum Vorjahr beachtliche 14 Prozent.

Das mediale Kommunikationsvolumen der Banken und Finanzdienstleister hat im Vergleich zum Vorjahr deutlich angezogen und verzeichnet über alle Teilmärkte hinweg ein Plus in Höhe von 6,5 Prozent. Damit belaufen sich die Werbeausgaben für den aktuellen Zwölf-Monats-Zeitraum auf mehr als 1,1 Milliarden Euro. Parallel ist die Anzahl Werbungtreibender gestiegen. Mit durchschnittlich 660 Banken und Finanzdienstleistern werben monatlich deutlich mehr Marken als im Vorjahr, dies entspricht einem Zuwachs von 14 Prozent. Über das gesamte Jahr verteilt lassen sich im Werbemarkt 1.700 aktive Anbieter zählen. Davon heben sich ganze 29 Marken ab, die mit einem Volumen von jeweils mehr als zehn Millionen Euro werben, 22 davon mit steigenden Volumina. Aktueller Newcomer in den Top 50 ist Qonto, ein französisches Online-Zahlungsinstitut für KMU und Selbständige.

Imagewerbung hat zugenommen

Trotz der Vielzahl an Marktteilnehmern zeigen sich in den 14 analysierten Teilmärkten durchaus unterschiedliche Konzentrationen. Im Teilmarkt Wertpapiere halten die Top 3-Marken den geringsten Anteil mit 37 Prozent. Bei der Kfz-Finanzierung liegt die Konzentration der jeweiligen Top 3-Anbieter mit 64 Prozent deutlich höher, in den Bereichen Baufinanzierung und Altersvorsorge fällt dieser Wert mit 75 Prozent oder mehr besonders hoch aus.

In einigen Teilmärkten zeigt sich viel Bewegung. So hat die Imagewerbung mit einem Plus von 75 Millionen Euro im Vergleich zum Vorjahr sehr stark zugelegt. Deutlich zurückgegangen ist hingegen die Produktwerbung für Baufinanzierungen. Volumenstärkster Teilmarkt bleibt die Wertpapierwerbung, der nach einem erheblichen Anstieg nunmehr einem Anteil von 24 Prozent am Gesamtvolumen einnimmt. In diesem Teilmarkt stehen Deutsche Bank, ING und Union Investment an der Spitze des Ausgabenrankings. Unter den werbestarken Spezialisten finden sich zudem Ethenea, eToro, flatex, Smartbroker und Trade Republic, alle fünf mit steigenden Spendings.

Über die Studie: *Die ‚Werbemarktanalyse Banken 2022' von research tools untersucht die Werbeausgaben von Banken und Finanzdienstleistern in Deutschland. Sie zeigt quantitative 5-Jahres-Trends für 500 Marken auf und ermöglicht einen unmittelbaren Wettbewerbsvergleich. Für zehn Top-Marken visualisiert neben einer zeitlichen Werbedruckverteilung nach Mediengattungen eine statistische Kommunikationspositionierung auf Basis Jahreszeiten und Mediensplit die Allokation der Budgets.*