



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Vereinzelte Lichtblicke in der Autokreditkommunikation



Anbieter von Autokrediten machen Abstriche in der Kommunikation. Laut der ‚Marketing-Mix-Analyse Autokredit 2016‘ ergibt sich gleichwohl eine erhebliche Bandbreite. Herausragenden 52 Autokredit-Postings in Social Media stehen schwache Suchmaschinenplatzierungen auf der durchschnittlich 44. Position entgegen.

Esslingen am Neckar, 08. September 2016 – Im Bereich Kommunikation zeigt das Marketingranking für die zehn analysierten Autokreditanbieter das geringste absolute Niveau der vier untersuchten Marketingbereiche. So werden im Suchmaschinenmarketing zu unterschiedlichen Suchbegriffen zwar alle zehn Anbieter gelistet, der erste Suchtreffer der zehn Kreditgeber findet sich jedoch im Durchschnitt zwischen der 13. und der 44. Position der organischen Suchergebnisse. ADAC und Sparkassen erreichen hier häufiger vordere Plätze. Auf Suchanzeigen in Suchmaschinen verzichten drei Anbieter völlig.

Kaum genutzt werden die Social Media und YouTube für das Thema Autokredit. Zwar sind neun der zehn Anbieter in Facebook, Google+, Twitter oder YouTube präsent, jedoch thematisiert lediglich die Hälfte autokreditrelevante Beiträge und das auch nur in geringem Maße. Einzig die Volkswagen Bank ist hier mit mehr als 50 Postings innerhalb eines Jahres überaus aktiv.

Vergleichsportale spielen eine bedeutende Rolle bei der Suche nach einem Kreditgeber. Die Präsenz der Institute ist hier auffallend heterogen. Während die ING-DiBa und die Targobank mit 19 Listungen in den 20 untersuchten Portalen am häufigsten vertreten sind, begnügen sich zwei Anbieter mit Auftritten in maximal einem Portal. Die Bank of Scotland schneidet in Portalen mit 15 Erstplatzierungen am besten ab.

Klassische Werbung spielt sich für das Produkt Autokredit ausschließlich in den Printmedien Zeitschriften und Zeitungen ab. Das Werbevolumen ist mit insgesamt weniger als zwei Millionen Euro auf einem geringen Niveau.



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Über die Studie:

Die "Marketing-Mix-Analyse Autokredit 2016" von *research tools* gibt auf 323 Seiten Einblick in das Marketingverhalten der zehn berücksichtigten Anbieter ADAC, Bank of Scotland, Barclaycard, carcredit.de, ING-DiBa, Postbank, Sparkassen, SWK, Targobank sowie Volkswagen Bank. Analysiert wurden die vier Marketing-Ps Product, Price, Place, Promotion. Stärken-Schwächen-Analyse und Marketing-Ranking führen sämtliche Ergebnisse zusammen und eine statistische Marketing-Positionierung visualisiert die Ergebnisse.

Über research tools:

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

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