



# research tools

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

## Pressemitteilung

### Girokonto: großes Potenzial im Suchmaschinenmarketing



**Sowohl bei den Anzeigen als auch bei den organischen Suchergebnissen zeigt die Studie große Lücken. Hier erreichen die Banken nur vereinzelt Plätze auf der ersten Ergebnisseite. Knapp jede dritte Anzeige verfehlt die Seite eins.**

*Esslingen am Neckar, 16. April 2019* – Die ‚Marketing-Mix-Analyse Girokonto 2019‘ untersucht die vier Marketingbereiche Product, Price, Place, Promotion. Bemerkenswert ist das durchwachsene Aktivitätsniveau der Banken in der Kommunikation. Mit Werbeausgaben in Höhe von 5,5 Millionen Euro pro Institut ist das Investment durchaus beträchtlich. Auch die durchschnittlich 18 Social Media-Postings zeugen von regen Bemühungen, den Kunden auf dem Laufenden zu halten. Im Verbund mit den im Mittel knapp zwei Pressemitteilungen resultiert dies in über 2.000 Pressemeldungen. Bei den Pressemitteilungen wird allerdings primär das Thema Mobile Payment adressiert. Das eigentliche Produkt Girokonto wird in diesem Zusammenhang vernachlässigt. Außerdem zeigt die Analyse beträchtliche Lücken in den Marketinginstrumenten Flyer und Prospekte sowie Influencermarketing.

Auch im Suchmaschinenmarketing besteht großes, ungenutztes Potenzial. Die Analyse zu fünf relevanten Suchbegriffen in den beiden Suchmaschinen Google und Bing offenbart, dass es vielen Banken nicht gelingt, eine Platzierung innerhalb der Top 100-Ergebnisse zu erzielen. Insgesamt 58 der 100 möglichen Suchergebnisse bleiben ungenutzt.

Der erfolgreichste Suchbegriff ist aus Sicht der zehn untersuchten Banken das Girokonto. Hier erreichen sie von 100 möglichen immerhin 65 Platzierungen unter den Top 100. Der am wenigsten erfolgreiche Begriff lautet ‚Bankkonto‘, der Begriff ‚Geschäftskonto‘ zeigt ebenfalls großes Potenzial. Lediglich die Sparkassen sind bei allen Suchbegriffen vertreten. Von den insgesamt 42 gelisteten Suchergebnissen innerhalb der Top 100 erreichen nur sechs eine Position von Rang zehn oder besser. Kein Institut schafft es mit einem Begriff unter die Top drei Ergebnisse.

Um eine gute Sichtbarkeit in Suchmaschinen zu erlangen setzen viele Banken auf kostenpflichtige Anzeigen. Hier locken die Anbieter häufig mit Teaserüberschriften wie Bonus, kostenlos, Prämie, Testsieger. Acht Banken nutzen diese Möglichkeit einer bevorzugten Platzierung, zwei verzichten darauf. Natürlich tragen auch hier die vorderen Ränge zum Klickerfolg bei. Vier Banken schaffen es mit keiner ihrer Anzeigen unter die Top 3-Ergebnisse. Der Begriff ‚Geschäftskonto‘ ist erneut unter den schwächsten, ebenfalls der Begriff ‚Gehaltskonto‘. Die ausgewogenste Performance in Suchmaschinen zeigen die Sparkassen hinsichtlich organischen Suchergebnissen und Paid Search. In der Einzeldisziplin der Suchanzeigen führen comdirect und Commerzbank, die Postbank hebt sich positiv ab bei den organischen Suchergebnissen.

#### **Über die Studie:**

Die ‚Marketing-Mix-Analyse Girokonto 2019‘ von *research tools* erscheint in der fünften Auflage und gibt auf 342 Seiten Einblick in das Marketingverhalten der zehn berücksichtigten

Anbieter comdirect, Commerzbank, DKB, ING, norisbank, O2 Banking, Postbank, Sparda-Banken, Sparkassen, Wüstenrot. 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.

Weitere Informationen zur Studie:

<https://research-tools.net/marketing-mix-analyse-girokonto-2019>

**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](http://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](mailto:uwe.matzner@research-tools.net)