



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Kreditkarten: Kommunikation über ausgewählte Kanäle



Kreditkarten werden von den Anbietern selektiv vermarktet. Auffallend stark zeigt sich das mediale Interesse mittels einer hohen Anzahl relevanter Pressemeldungen.

Esslingen am Neckar, 13. Dezember 2017 – Für das Bankprodukt Kreditkarte haben die zehn analysierten Anbieter in der Summe über 17 Millionen Euro innerhalb eines Jahres aufgewendet. Die beiden Spezialisten American Express und Barclaycard führen das Ausgabenranking an. TV ist das Hauptmedium, knapp ein Drittel der Kreditkartenwerbung wird als Internetbanner sichtbar. Neben der medialen Kommunikation sind Suchmaschinen als vielgenutzter Ausgangspunkt für Online-Recherchen ein wichtiges Marketinginstrument. Hier ist bei der einfachen Stichwortsuche die von den Suchmaschinen vergebene Position der ersten Listung entscheidend. Die Hälfte der zehn analysierten Banken schaffen es dabei auf die erste Ergebnisseite, Sparkassen und Hanseatic Bank mit besten Ergebnissen. Die Möglichkeit einer Top-Platzierung mittels kostenpflichtiger Werbeanzeige nutzt hingegen nur ein Anbieter.

Weitere wichtige Mittel zur Kundenkommunikation sind Social Media-Kanäle. Sechs der zehn Anbieter präsentieren hier mittels Postings und Videos kreditkartenrelevante Inhalte. In der Summe finden sich innerhalb eines Jahres 41 Beiträge. Barclaycard, DKB und die Sparkassen zeigen sich in diesem Bereich am aktivsten.

Bei Pressemitteilungen sind die zehn untersuchten Anbieter eher zurückhaltend. Nur zwei Banken veröffentlichen innerhalb eines Jahres Presstexte. Dem gegenüber zeigt sich mit über 1.400 kreditkartenrelevanten Pressemeldungen in Bezug auf die zehn analysierten Anbieter ein starkes mediales Interesse.

Kreditkarten werden von den Anbietern nur über ausgewählten Kanäle kommuniziert. Keiner der zehn untersuchten Anbieter zeigt sich über alle Kommunikationskanäle hinweg präsent.



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Über die Studie:

Die "Marketing-Mix-Analyse Kreditkarten 2017" von *research tools* gibt auf 368 Seiten Einblick in das Marketingverhalten der zehn berücksichtigten Anbieter Advanzia, American Express, Barclaycard, DKB, Hanseatic Bank, ICS, Postbank, Santander, Sparkassen, 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