



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Bankenmarketing: umfangreiches Sortiment mit im Schnitt 8,4 Kreditkarten



Trotz der beachtlichen Anzahl von im Schnitt 8,4 Kreditkartenprodukte kommunizieren die Anbieter selektiv. Dabei stehen mediale Werbeaktivitäten im Wert von rund 30 Millionen Euro, 116 Social Media-Postings und 1.083 Pressemeldungen hervor.

Esslingen am Neckar, 03. Dezember 2019 – Die ‚Marketing-Mix-Analyse Kreditkarten 2019‘ untersucht die vier Marketingbereiche

Product, Price, Place, Promotion. Die zehn analysierten Anbieter offerieren in der Summe 84 Kreditkartenprodukte, darunter allein 37 Co-Branding-Karten. Knapp ein Drittel der Karten richten sich an den Businesskunden. Jeder zweite Anbieter inkludiert bei seinen Standardkarten Versicherungsleistungen. Sieben Anbieter verfügen über gebührenfreie Karten.

In der Kommunikation setzen die Anbieter mit einzelnen Maßnahmen Schwerpunkte aus der breiten Palette an Möglichkeiten. Nur drei der zehn analysierten Anbieter arbeiten mit Suchmaschinenanzeigen in Google. Sie ergänzen damit die organische Suchergebnislistung, denn beim Suchbegriff ‚Kreditkarte‘ findet sich nur die Hälfte der zehn analysierten Anbieter auf den ersten beiden Ergebnisseiten wieder. Daneben stellen rund 30 Millionen Euro an Werbeausgaben das Kreditkartenprodukt in den medialen Fokus. Vor allem die beiden Spezialisten American Express und Barclaycard setzen auf dieses Mittel, schwerpunktmäßig mit TV- beziehungsweise Internetwerbung.

In den sozialen Medien sind vor allem DKB und Hanseatic Bank aktiv. Rund drei Viertel der insgesamt 116 Postings und Videos auf Facebook, Twitter und YouTube gehen auf deren Konto. Auch hier gibt es für manchen Anbieter noch Potenzial beim Ausbau. Obwohl die Anbieter selbst nur selten per Pressemitteilung Kreditkartenrelevantes kommunizieren, belegen insgesamt 1.083 Pressemeldungen in deutschen Tageszeitungen, Publikumszeitschriften und Fachzeitschriften das Interesse am Thema.

Über die Studie:

Die ‚Marketing-Mix-Analyse Kreditkarten 2019‘ von *research tools* erscheint in der vierten Auflage und gibt auf 444 Seiten Einblick in das Marketingverhalten der zehn berücksichtigten Anbieter ADAC, Advanzia, American Express, Barclaycard, DKB, Hanseatic Bank, LBB, Postbank, Santander, Sparkassen. 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-kreditkarten-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

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