



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Marketingstudie: Online-Broker mit starker Performance in Social Media



Im Online-Wertpapiermarkt sind die Anbieter in den Social Media überaus aktiv. Überraschend deutliches Potenzial ergibt sich hingegen im Bereich Suchmaschinenmarketing.

Esslingen am Neckar, 31. Oktober 2022 – Fokussieren sich Online-Broker in ihrem Marketing-Mix besonders stark auf digitale Maßnahmen? Laut einer Analyse von zehn besonders marketing-

aktiven Online-Brokern punkten diese sehr stark im Bereich Social Media. Auf den vier Plattformen Facebook, Instagram, Twitter und YouTube veröffentlichen die Anbieter innerhalb eines Jahres insgesamt 548 relevante Beiträge zum Thema, was im Schnitt gut ein Posting pro Anbieter und Woche bedeutet. Zwei Drittel der Beiträge entfallen auf die beiden erstgenannten Plattformen Facebook und Instagram. Von allen Anbietern postet flatex die meisten relevanten Beiträge, die größte Reichweite weist eToro auf.

Vergleichsportale werden meist zu Beginn eines Entscheidungsprozesses aufgesucht und eine gute Präsenz kann durchaus einen Wettbewerbsvorteil verschaffen. Die Online-Broker sind hier in durchschnittlich 13,4 der 20 analysierten, produktspezifischen Vergleichsportale vertreten und erreichen somit einen Abdeckungsgrad von 67 Prozent. Sechs der zehn Anbieter sind in den Vergleichen mindestens einmal an erster Stelle gelistet. Die insgesamt beste Performance in Vergleichsportalen zeigen Consorsbank sowie finanzen.net zero.

Überraschend deutliches Potenzial ergibt sich im Bereich des Suchmaschinenmarketings. Analysiert wurden hierbei die beiden Suchmaschinen Bing und Google mit jeweils fünf relevanten Suchbegriffen. Bei der organischen Suchergebnislistung erreichen von somit 100 möglichen Listungen nur zwei Online-Broker zu jeweils lediglich einem Suchbegriff eine Platzierung auf der ersten Ergebnisseite. Auf den folgenden neun Suchergebnisseiten finden sich fünf weitere Anbieter mit Listungen, drei Online-Broker sind erst jenseits der zehnten Ergebnisseite gelistet. Mittels Paid Search lässt sich die Chance zur Auffindbarkeit erhöhen. Die beste Quote mit sechs werbenden Anbietern ergibt sich beim Suchbegriff ETF, zum Suchbegriff Online Brokerage werden Anzeigen von fünf Anbietern gelistet. Über beide Bereiche des Suchmaschinenmarketing hinweg zeigt sich ING mit bester Präsenz.

Aus den Möglichkeiten des Digital Marketing bedienen sich die Anbieter in unterschiedlicher Weise. Über alle Ergebnisse der Marketing-Mix-Analyse hinweg platzieren sich comdirect, ING und JustTrade als Branchenbenchmark in jeweils mindestens einem der vier Mix-Bereiche Product, Price, Place, Promotion.

Über die Studie:

Die ‚Marketing-Mix-Analyse Online-Broker 2022‘ von *research tools* gibt auf 423 Seiten Einblick in das Marketingverhalten der zehn berücksichtigten Anbieter comdirect, Consorsbank, eToro, finanzen.net zero, flatex, ING, justTRADE, S Broker, Scalable Capital, Trade Republic. 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-online-broker-2022>

Der Studienherausgeber:

Der Spezialist für Marketinganalyse **research tools** mit Sitz in Esslingen am Neckar bei Stuttgart bietet umsetzungsstarke, wettbewerbsorientierte Marktforschung.

www.research-tools.net

www.linkedin.com/company/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