



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Marketingstudie Ratenkredite: konkrete Zinsvergleiche machen Mühe



Die Online abrufbaren Zinssätze für Ratenkredite weichen in den Quellen mehr oder weniger deutlich voneinander ab. Die Suche nach einem günstigen Angebot ist damit erschwert. In der Kommunikation zeigen die Banken beträchtliche Lücken.

Esslingen am Neckar, 31. Oktober 2019 – Die ‚Marketing-Mix-Analyse Ratenkredit 2019‘ analysiert von zehn Banken deren spezifische Marketingaktivitäten. Die Portfolios der Anbieter umfassen zwischen einem und vier Ratenkreditprodukte. Für einen ersten Überblick werden vom Kunden gerne Vergleichsportale oder Zinsrechner auf den jeweiligen Websites herangezogen. Auffallend ist hier, dass die sich aus verschiedenen Quellen ergebenden Zinssätze teilweise deutlich unterscheiden.

Im Rahmen der Studie werden kommunizierter Zins, Websiterechner-Zins, detaillierter Antragsrechner-Zins und Vergleichsportale-Zins analysiert und für verschiedene Kundenszenarien verglichen. Durch häufig unterschiedliche Ergebnisse der berechneten Zinssätze je nach verwendetem Rechner ist ein Marktüberblick sehr erschwert. Ganz konkret liegt bei zehn Nutzerprofilen die Spanne des effektiven Zweidrittelzins in den Onlinerechnern der Banken bei 1,70 bis 6,49 Prozent.

Wie die Offerten so ist auch die Präsenz der Anbieter in Vergleichsportalen sehr unterschiedlich. Vier Banken sind nur in einem Drittel oder weniger der 15 analysierten Vergleichsportale präsent. Sberbank und SWK Bank überzeugen mit überdurchschnittlich guten Platzierungen.

Die deutlichsten Unterschiede zwischen den Anbietern treten über die vier analysierten Marketing-Mix-Bereiche hinweg in der Kommunikation hervor. So belaufen sich zwar die Ausgaben für mediale Werbung innerhalb eines Jahres auf über 41 Millionen Euro. Ein Großteil der Ausgaben entfällt dabei jedoch nur auf zwei Anbieter, Postbank und Targobank.

Ein ähnliches Bild ergibt sich im Bereich Suchmaschinen. Von 50 möglichen Top 10-Platzierungen zu den wichtigsten Suchbegriffen erreichen die untersuchten Banken bei Google lediglich sieben Top-Plätze. Anzeigen in Suchmaschinen werden nur von der Hälfte der Institute eingesetzt. Lediglich Creditplus und Targobank platzieren sich mit ihren Anzeigen zu den Suchbegriffen Kredit oder Ratenkredit auf der ersten Ergebnisseite.

Ausbaufähig ist auch die Nutzung der Social Media. Zwar verfügen neun Anbieter über Social Media-Kanäle, jedoch postet nur Creditplus mehr als fünf produktrelevante Beiträge innerhalb eines Jahres. Auf YouTube zeigt sich die Volkswagen Bank mit vier Videos am aktivsten.

Über die Studie:

Die ‚Marketing-Mix-Analyse Ratenkredit 2019‘ von *research tools* erscheint in der fünften Auflage und gibt auf 385 Seiten Einblick in das Marketingverhalten der zehn berücksichtigten

Anbieter ABK Bank, Barclaycard, Commerzbank, Creditplus, HypoVereinsbank, Postbank, Sberbank, SWK Bank, Targobank, 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.

Weitere Informationen zur Studie:

<https://research-tools.net/marketing-mix-analyse-ratenkredit-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