



## Pressemitteilung

### Banken in Social Media: weniger als zehn Prozent der Advertiser spielen Ads auf TikTok aus



**Knapp die Hälfte aller Ad Impressions, die im Bankenmarkt auf Facebook, Instagram und TikTok ausgespielt werden, entfällt auf die Produktkategorien Finanzierung und Zahlungsverkehr. Ein durchschnittlicher User bekommt etwa alle 16 Tage eine Anzeige zum Bankenmarkt ausgespielt.**

*Esslingen am Neckar, 18. Januar 2023* – Welche Anzeigen werden in den Social Media wahrgenommen, welche verzeichnen besonders viele Klicks? Eine aktuelle Studie betrachtet dafür die Ad Impressions von 233 Anbietern innerhalb des Bankenmarkts auf den drei Plattformen Facebook, Instagram und TikTok. Ad Impressions bezeichnen die Ausspielung von Anzeigen an die Social Media User, ein durchschnittlicher User bekommt etwa alle 16 Tage eine entsprechende Anzeige ausgespielt. Von allen Ad Impressions entfallen 59 Prozent auf die zehn Anbieter mit den meisten Anzeigen. Ganz vorne dabei sind Comdirect, Paypal und die Sparkassen.

Von allen analysierten 233 Anbietern spielen 80 Prozent Anzeigen auf Facebook und 50 Prozent Anzeigen auf Instagram aus, neun Prozent der Anbieter nutzen zur Ausspielung die Plattform TikTok. Selbstverständlich gibt es dabei Unterschiede bei der Plattformpräferenz. Unter den Top-Advertisern bevorzugen beispielweise Qonto und eToro überdurchschnittlich stark die Plattform Facebook. VR-Banken und Sparkassen verzeichnen erhöhte Anteile auf Instagram, Smava spielt vergleichsweise viele Ads auf TikTok aus.

Nach Ausspielung und Wahrnehmung folgt idealerweise eine Ad Interaction durch den Adressaten mittels Anzeigenklick, Kommentierung, Like oder Share. Weniger als ein Fünftel der Ad Impressions auf Facebook und Instagram verzeichnen eine solche Interaktion. Einige Anbieter erzielen viele Interaktionen aufgrund ihrer zahlreichen Ad Impressions. Payback, Sparkassen und Smava erhalten überdurchschnittlich viele Interaktionen in Relation zu ihren Ad Impressions. Von allen analysierten Produktkategorien macht die Kategorie Finanzierung mit 30 Prozent den höchsten Anteil an den analysierten Ad Impressions aus. Es folgen Anzeigen zu Zahlungsverkehr und Wertpapieren.

#### **Über die Studie:**

Die ‚Studie Social Media Ad Perception Banken 2022‘ von research tools untersucht in Kooperation mit Murmuras GmbH auf 142 Seiten die Ad Perception der Anbieter im Bankenmarkt auf den Plattformen Facebook, Instagram und TikTok. Dabei wird die Ad Perception nach verschiedenen Kategorien differenziert. Anzeigen, Anzeigeninhalte sowie die Ad Interaction werden aufgezeigt und liefern Benchmarks.

Weitere Informationen zur Studie:

<https://research-tools.net/studie-social-media-ad-perception-banken-2022>

**Die Studienherausgeber:**

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

<https://research-tools.net>

<https://linkedin.com/company/research-tools-net>

Die **Murmuras GmbH** aus Bonn erfasst und analysiert konsum- und werberelevante Nutzungsdaten aus Handy-Apps. Die Technologie ermöglicht es, echte Verhaltensdaten von Smartphone-Nutzern im Alltag zu messen – DSGVO-konform und ausschließlich für Studienzwecke.

<https://murmuras.com>

**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)