



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Sponsoring: Banken engagieren sich im Schnitt in mehr als 50 Projekten



30 Prozent der 538 analysierten Projekte, die von Banken gefördert werden, entfallen auf den Themenbereich Soziales. Medienwirksam enthält ein Drittel der Social Media-Beiträge Videos über die gesponserten Projekte oder deren Veranstaltungen.

Esslingen am Neckar, 19. Dezember 2019 – Der thematische Fokus der Sponsoringaktivitäten liegt mit einem Anteil von 30 Prozent – das entspricht 162 geförderten Projekten – auf dem Bereich Soziales. Knapp dahinter liegen mit 146 Projekten das Bildungssponsoring und das Kultursponsoring mit 128 Projekten. Mit 87, teilweise ausgabenintensiven Projekten, nimmt der Sport Rang vier unter den Themenbereichen ein. Mit lediglich 15 Projekten sind Umweltprojekte für die Banken eher ein Randthema. Untersucht wurden im Rahmen dieser Studie zehn Banken mit einer besonders hohen Anzahl an Sponsoringprojekten.

Unter den zehn analysierten Banken variieren die Anteile an den fünf Themenschwerpunkten deutlich. So engagiert sich beispielsweise Santander verstärkt im Bereich Bildung, die LBBW legt einen Fokus auf den sozialen Bereich, die Deutsche Bank fördert die meisten kulturellen Projekte. Insgesamt zeigen die Banken in der Periodizität eine längerfristige Ausrichtung, denn über 80 Prozent der Projekte werden jährlich, wiederkehrend oder gar permanent gefördert. Knapp jedes fünfte Projekt erhält einmalige Unterstützung.

Mittels Bildern lassen sich Stimmung und Inhalt der gesponserten Projekte auf einfache Art transportieren und öffentlichkeitswirksam darstellen. 67 Prozent der Social Media-Postings enthalten Fotos, das andere Drittel zeigt Videos. Ergänzend berichten durchschnittlich 11,2 veröffentlichte Pressemitteilungen pro Bank und Jahr von deren sozialen Engagement. Eine Erwähnung auf der Website des Sponsoringnehmers finden sich bei 72 Prozent der Projekte.

Über die Studie:

Die ‚Studie Sponsoring Banken 2019‘ von research tools analysiert 538 Sponsoringprojekte der zehn Banken Commerzbank, Deka Bank, Deutsche Bank, DZ Bank, HypoVereinsbank, ING, LBBW, Mercedes-Benz Bank, Postbank, Santander. Sie gibt auf 187 Seiten Einblick in die fünf Sponsoringbereiche Bildung, Kultur, Soziales, Sport und Umwelt. Der Untersuchungszeitraum der analysierten Projekte umfasst zwölf Monate.

Weitere Informationen zur Studie:

<https://research-tools.net/studie-sponsoring-banken-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