



## Pressemitteilung

### Werbung für Vermögensmanagement im Steilflug nach oben



**Die Dynamik der Bankenbranche schlägt sich in stark schwanken Werbeaktivitäten der einzelnen Produktmärkte nieder. Aktuell ist die Werbung für Vermögensmanagement der Top-Wachstumsmarkt. Onlineplattformen zählen zu den Aufsteigern nach Anbietergruppen.**

*Esslingen am Neckar, 09. Mai 2019* – Die Werbeausgaben im Bankensektor haben im Vergleich zum Vorjahr leicht zugelegt. Nach einem Plus von zwei Prozent liegt das mediale Kommunikationsvolumen bei rund 720 Millionen Euro. Das stärkste Wachstum zeigen die Werbeaktivitäten für Vermögensmanagement, das Volumen hat sich hier fast verdoppelt. Es beträgt rund 72 Millionen Euro und steigt damit zum drittgrößten Teilmarkt nach Image- und Wertpapierwerbung auf. Fünf Anbieter repräsentieren im Produktmarkt Vermögensmanagement rund 80 Prozent des Werbevolumens, vier davon mit zwei- oder dreistelligen Zuwachsraten. Deutsche Bank und Grüner Fisher Investments verschaffen diesem Produktmarkt durch hohe Zuwachsraten erhebliches Gewicht.

Auffallend ist ein überaus starkes Konzentrationsgefälle zwischen den einzelnen Teilmärkten. Repräsentieren bei der Werbung für Altersvorsorge die drei Topwerber 97 Prozent des Werbevolumens, so liegt der Vergleichswert im Teilmarkt Wertpapiere bei gerade mal 39 Prozent für die drei ausgabenstärksten Marken DekaBank, ShareWood und Union Investment.

Bei der Klassifizierung der Werbeausgaben nach Anbietergruppen stellen die Filialbanken die stärkste Gruppe. Wertpapierspezialisten haben bereits in der Vorjahresperiode nach einem deutlichen Zuwachs die Direktbanken auf den dritten Rang verwiesen. Daneben zählen Autobanken und Onlineplattformen zu den Aufsteigern in der Branche. Letztere haben ihre Werbeausgaben innerhalb der betrachteten fünf Jahre stetig gesteigert, zuletzt um über zehn Millionen Euro.

Zu den dynamischsten Marken über alle Produktmärkte hinweg zählen aktuell auxmoney, comdirect, Commerzbank und OnVista. In der Summe haben diese vier Anbieter ihr Werbevolumen im Vorjahresvergleich um rund 45 Millionen Euro aufgestockt. Sie zählen zu den insgesamt 18 Werbegrößen mit einem medialen Kommunikationsvolumen von über zehn Millionen Euro.

#### **Über die Studie:**

Die „Werbemarktanalyse Banken 2019“ von *research tools* untersucht die Werbeausgaben für Banken und Finanzdienstleister in Deutschland. Sie gibt auf 278 Seiten Einblick in Trends, Benchmarks und Strategien in 14 Teilmärkten, darunter zwölf im Detail wie z.B. Baufinanzierung, Imagewerbung, Kfz-Finanzierung, Girokonto, Ratenkredit, Vermögensmanagement. Neben der Entwicklung von Werbespendings für 300 Werber werden Fünf-Jahres-Trends erstellt. Eine Analyse der Kommunikationsstrategien zehn wichtiger Werbungtreibender untersucht quantitative und qualitative Parameter und zeigt bedeutende Werbemotive.

Weitere Informationen zur Studie:

<https://research-tools.net/werbemarktanalyse-banken-2019>

**Die Studienherausgeber:**

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](http://www.research-tools.net)

Werbependingdaten und Werbemotive der Studie beziehen sich auf den deutschen Markt und entstammen der Werbedatenbank des unabhängigen Medienbeobachters **AdVision digital**, Hamburg, [www.advision-digital.de](http://www.advision-digital.de)

**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)