



Pressemitteilung

Werbemarkt Banken: Ratenkredit und Wertpapiere stehen stark im Fokus



Die Werbeaktivitäten der Banken und Finanzdienstleister zeigen den tiefsten Stand innerhalb von fünf Jahren. Die Anzahl der Werber verharrt gleichwohl bei mehr als 400 Marken pro Monat. Während die mediale Kommunikation für Girokonto deutlich zurück geht, stehen die Produkte Ratenkredit und Wertpapiere stark im Fokus.

Esslingen am Neckar, 28. April 2020 – Die Werbeaktivitäten in der Bankenbranche sind im Vergleich zum Vorjahr deutlich zurückgegangen. Innerhalb von zwölf Monaten – der Analysezeitraum erstreckt sich bis Februar 2020 – haben die Banken und Finanzdienstleister 561 Millionen Euro in ihre mediale Kommunikation investiert und erreichen damit ein Fünf-Jahres-Tief. Dies entspricht einem Rückgang von 23 Prozent zum Vorjahreszeitraum. Die Anzahl der werbungstreibenden Anbieter hat sich dabei kaum verändert. Sie liegt bei durchschnittlich mehr als 400 Marken pro Monat. Der jüngste 12-Monats-Zeitraum bestätigt den Werbepeak des Vorjahres, der damit erneut auf den Herbst fällt, im aktuellen Analysezeitraum jedoch auf einem durchgehend niedrigeren Ausgabenniveau.

Ein Großteil der Produktmärkte verzeichnet reduzierte Werbevolumina. Stärkste Rückgänge zeigen Girokonto, Kfz-Finanzierung und Vermögensmanagement. Beim Produkt Girokonto setzt diese Senkung den Negativtrend der Vorjahre fort. Im dritten Jahr in Folge sinken hier die Werbeaktivitäten, von über 90 Millionen Euro im Jahr 2016/2017 auf aktuell 36 Millionen Euro.

Einen starken Zuwachs verzeichnet die Ratenkreditwerbung, die mit knapp 100 Millionen Euro das Volumen der ebenfalls starken Wertpapierwerbung übertrumpft. Ganz konkret investieren vor allem Deutsche Kreditbank, die Produktmarke Getyourcredit, Postbank und Targobank stark in die Ratenkreditwerbung und tragen in der Summe mit einem Plus von knapp 50 Millionen Euro zur Volumensteigerung bei. Der Produktbereich Karten erhält medial ebenfalls mehr Aufmerksamkeit. American Express und Visa stocken beide ihre Werbeaktivitäten auf verschaffen damit diesem Produkt ein Plus an medialer Präsenz. Von den insgesamt 14 analysierten Teilmärkten der Bankenbranche ist der Teilmarkt Karten der einzige, der innerhalb der analysierten fünf Jahre stetig zugenommen hat.

Über alle mehr als 300 analysierten Banken und Finanzdienstleister stellen ING, Sparkassen und Targobank das Topwerber-Trio mit einem Share of Advertising von 22 Prozent. Insgesamt 15 Anbieter werben mit einem Volumen von mehr als zehn Millionen Euro, sieben davon mit steigenden Werbeausgaben. Aktuelle Newcomer in den Top 50 ist neben der Commerzbankmarke Getyourcredit die FIL Fondsbank.

Über die Studie:

Die ‚Werbemarktanalyse Banken 2020‘ von *research tools* untersucht die Werbeausgaben von Banken und Finanzdienstleistern in Deutschland. Sie gibt auf 280 Seiten Einblick in Trends, Benchmarks und Strategien in 14 Teilmärkten, darunter zwölf im Detail wie z.B. Baufinanzierung, Imagewerbung, 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-2020>

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

Werbespendingdaten und Werbemotive der Studie beziehen sich auf den deutschen Markt und entstammen der Werbedatenbank des unabhängigen Medienbeobachters **AdVision digital**, Hamburg, 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