



## Pressemitteilung

### Werbemarkt Banken: nach Vorjahrespeak starke Abschwächung



**Das mediale Kommunikationsvolumen der Banken liegt deutlich unter dem Niveau des Vorjahres. Lediglich vier der 14 analysierten Teilmärkte verzeichnen ein Volumenplus. Top-Aufsteiger ist die UmweltBank.**

*Esslingen am Neckar, 15. Mai 2023* – Das Werbevolumen der Banken und anderen Finanzdienstleister ist im Vergleich zum Vorjahr stark zurückgegangen. Nach einem Minus von beachtlichen 27 Prozent beläuft sich das mediale Kommunikationsvolumen in Deutschland innerhalb von zwölf Monaten auf rund 807 Millionen Euro. Die durchschnittliche Anzahl Werbungtreibender hat ebenfalls abgenommen. Sie liegt bei 632, was einem Minus von vier Prozent entspricht. Setzt man das Werbevolumen mit der Anzahl Werbungtreibender in Beziehung, so sind im Vergleich zum Vorjahr die monatlichen Spendings pro Werbungtreibendem um 24 Prozent gesunken.

In fast allen der 14 analysierten Teilmärkten zeigt sich ein Rückgang. Lediglich die Produktwerbung für die Bereiche Altersvorsorge, Baufinanzierung, Girokonto und Sparprodukte hat zugelegt. Letztere erreicht mit knapp 28 Millionen Euro an Werbespendings gar einen Höchststand innerhalb des Fünf-Jahres-Vergleichs. Ungeachtet dessen bleibt Wertpapiere wie in den Vorjahren volumenstärkster Produktmarkt.

An der Spitze des Werberankings stehen wie im Vorjahr ING, Targobank und Sparkassen. Sie repräsentieren zusammen 24 Prozent des Gesamtwerbevolumens und damit ganze fünf Prozentpunkte mehr als im Vorjahreszeitraum. Top-Aufsteiger ist die UmweltBank. Die grüne Direktbank springt mit einem kräftigen Werbeplus in die Top 10 und verzeichnet gleichzeitig unter allen rund 1.500 analysierten Marken das größte absolute Werbeplus. Deutlich aufgestockt hat auch die ING. Profitiert haben davon vor allem die beiden Teilmärkte Girokonto und Sparprodukte.

#### Über die Studie:

Die ‚Werbemarktanalyse Banken 2023‘ von research tools untersucht die Werbeausgaben von Banken und Finanzdienstleistern in Deutschland. Sie zeigt quantitative 5-Jahres-Trends für 500 Marken auf und ermöglicht einen unmittelbaren Wettbewerbsvergleich. Für zehn Top-Marken visualisiert neben einer zeitlichen Werbedruckverteilung nach Mediengattungen eine statistische Kommunikationspositionierung auf Basis Jahreszeiten und Mediensplit die Allokation der Budgets.

Weitere Informationen zur Studie:

<https://research-tools.net/werbemarktanalyse-banken-2023>

**Der Studienherausgeber:**

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

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

[www.linkedin.com/company/research-tools-net](http://www.linkedin.com/company/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)