

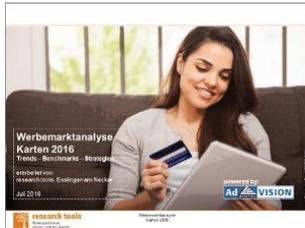


research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Topwerber Payback pusht Kreditkartenprodukt



Werbung für Kredit-, Bank-, und Kundenkarten hat innerhalb eines Jahres um knapp 80 Prozent zugenommen. Die großen Banken und Bankengruppen verzichten aktuell weitgehend auf die Bewerbung ihrer Karten.

Esslingen am Neckar, 21. Juli 2016 – Die werbungstreibenden Anbieter von Kredit-, Bank- und Kundenkarten haben für mediale

Kommunikation innerhalb von zwölf Monaten über 30 Millionen Euro ausgegeben. Dies bedeutet eine Zunahme von knapp 80 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Kreditkarten sind mit einem Volumen von 27 Millionen Euro das Hauptprodukt der Kartenwerbung. Die Prepaidversion mit einem Anteil von zehn Prozent wird lediglich von den beiden Anbietern Viabuy und Transact Pro beworben. Das Hauptmedium der Kartenanbieter ist TV. Internetwerbung hat im Vergleich zum Vorjahr immens zugenommen. Der Anteil dafür liegt inzwischen bei über 40 Prozent.

Im extrem dynamischen Werbemarkt pusht der neue Topwerber Payback überwiegend mit TV-Werbung seine kostenlose American Express Kreditkarte. Auch die beiden Kartenanbieter Barclaycard und MasterCard zeigen sich werbestark. Beide werben in Internet und TV.

Auffällig ist, dass keine der großen Banken und Bankengruppen unter den Top 10-Werbern vertreten ist. Die Werbeaktivitäten vergangener Jahre wurden zuletzt nur teilweise und auf sehr geringem Niveau fortgesetzt.



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Über die Studie:

Die „Werbemarktanalyse Karten 2016“ von *research tools* untersucht die Werbeausgaben der Kartenanbieter in Deutschland. Sie gibt auf 118 Seiten Einblick in Trends, Benchmarks und Strategien in den vier Teilmärkten Bankkarte, Kreditkarte, Prepaid-Kreditkarte sowie Kundenkarte. Neben der Entwicklung von Werbespendings der Top 30 Werber werden Fünf-Jahres-Trends erstellt. Eine Analyse der Kommunikationsstrategien zehn wichtiger Werbungtreibender untersucht quantitative und qualitative Parameter und zeigt bedeutende Werbemotive. Die vorliegende Werbemarktanalyse basiert auf Daten und Motiven von AdVision digital.

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