

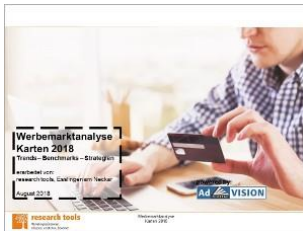


# research tools

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

## Pressemitteilung

### Bank-, Kredit- und Kundenkarten mit leichtem Werbeplus



**Die Anzahl der werbenden Anbieter von Bank-, Kredit- und Kundenkarten hat innerhalb von zwei Jahren um mehr als ein Drittel zugelegt. Gleichzeitig sind die durchschnittlichen Werbeausgaben pro Anbieter stetig gesunken.**

*Esslingen am Neckar, 22. August 2018* – Die Werbeausgaben für Bank-, Kredit- und Kundenkarten summieren sich innerhalb zwölf Monaten auf rund 89 Millionen Euro und verzeichnen damit ein Werbeplus von vier Prozent. Etwas mehr als die Hälfte der medialen Kommunikation zielt auf das Segment Kreditkarten. Hier hat sich das Volumen mit einem Minus von sechs Prozent im Vergleich zum Vorjahr leicht abgeschwächt. Hingegen verzeichnet die Werbung für Kundenkarten im selben Zeitraum mit einem Plus von 26 Prozent einen deutlichen Anstieg. Jedoch liegt dieses Volumen noch deutlich unter dem Werbepeak der Periode 2015/2016.

Über alle betrachteten Produktmärkte hinweg sind die Werbeausgaben pro Anbieter innerhalb der letzten zwei Jahre gesunken. Waren es in der Periode 2015/16 noch 3,6 Millionen Euro pro Anbieter und Jahr, so lag das Volumen der Periode 2017/2018 bei 2,3 Millionen Euro. Im selben Zeitraum ist die Werberanzahl um 36 Prozent gestiegen, maßgeblich verursacht durch Medienunternehmen, die für ihre Kundenkarten werben.

Je nach Kartenart zeigen sich unterschiedliche Medienpräferenzen. Während Bank- und Kundenkarten primär über das Printmedium Zeitungen beworben werden, bevorzugen die Anbieter von Kreditkarten Internetbanner oder TV.

Payback ist der Top-Werbungtreibende im Kartenmarkt. In allen fünf untersuchten Jahreszeiträumen war das Unternehmen volumenstärkster Anbieter. Zusammen mit American Express und Mastercard repräsentiert der Topwerber rund 78 Prozent der Werbeausgaben für Kreditkarten. Aral und Lufthansa Miles & More sind namhafte Werber im Produktmarkt Kundenkarte. Von den insgesamt fünfzehn werbenden Anbietern für Karten, die mit einem Volumen von über einer Million Euro auf ihr Produkt aufmerksam machen, haben elf ihr Werbevolumen im Vergleich zum Vorjahr erhöht.

**Über die Studie:**

Die „Werbemarktanalyse Karten 2018“ von *research tools* untersucht die Werbeausgaben für Bank-, Kredit- und Kundenkarten in Deutschland. Sie gibt auf 150 Seiten Einblick in Trends, Benchmarks und Strategien in vier Teilmärkten. Neben der Entwicklung von Werbespendings für 100 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-karten-2018/>

**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)

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](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)