



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Monatlich werben mehr als 50 Anbieter von Bank-, Kredit- und Kundenkarten



Gut die Hälfte des medialen Kommunikationsvolumens im Kartenmarkt fließt in die Kreditkartenwerbung. Monatlich werben im Schnitt 53 Anbieter für Karten, übers Jahr lassen sich mehr als 150 Werbungtreibende zählen.

Esslingen am Neckar, 11. August 2022 – Das mediale Kommunikationsvolumen der Anbieter von Bank-, Kredit- und Kundenkarten beläuft sich innerhalb von zwölf Monaten auf rund 133 Millionen Euro. Medial werden vorwiegend Kredit- und Kundenkarten beworben, Bank- und Prepaid-Kreditkarten haben im Werbemarkt fast keine Relevanz. Aufgeschlüsselt nach den beiden Hauptprodukten liegt das Werbevolumen für Kreditkarten bei 76 Millionen Euro, die Spendings für Kundenkarten summieren sich auf 56 Millionen Euro. Die Marken DeutschlandCard, Kaufland und Shell zählen zu den werbestärksten Anbietern von Kundenkarten.

Im Produktmarkt Kreditkarten platzieren sich American Express, Payback und Visa als die Top-Werbungtreibenden, Anbieter Payback fokussiert in der medialen Kommunikation klar sein Kreditkartenprodukt. In der Produktkategorie Kreditkarte liegt die Werbekonzentration der Top 3-Werber bei 85 Prozent. Damit ist sie deutlich höher als bei den Kundenkarten, wo auf die Top 3-Anbieter 63 Prozent entfallen.

Die werbungtreibenden Anbieter von Kreditkarten platzieren ihre Produktwerbung primär im Medium Internet. Auf Internetbanner und YouTube-Werbevideos entfallen dabei 56 Prozent des Kreditkarten-Werbevolmens, gut ein Drittel fließt in TV-Werbung. Bei der Werbung für Kundenkarten ergibt sich ein anderer Medienmix. Print- und TV-Werbung verzeichnen hier mit 39 beziehungsweise 38 Prozent ähnlich hohe Volumenanteile, Internetwerbung liegt mit lediglich 13 Prozent auf Platz drei.

Über die Studie:

Die ‚Werbemarktanalyse Karten 2022‘ von *research tools* untersucht die Werbeausgaben für Bank-, Kredit- und Kundenkarten in Deutschland. Sie zeigt quantitative 5-Jahres-Trends für 100 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-karten-2022>

Der Studienherausgeber:

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

www.research-tools.net

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

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