



Pressemitteilung

Werbemarkt Kfz-Finanzierung: Volumenanteil für Leasing hat sich innerhalb von fünf Jahren mehr als verdoppelt



Das Werbevolumen für Kfz-Finanzierungen ist im Vergleich zum Vorjahr zurückgegangen. Im Schnitt werben 25 Marken pro Monat für Ihre Produkte.

Esslingen am Neckar, 25. August 2023 – Die Werbeausgaben für Kfz-Finanzierungsprodukte sind nach zwei stärkeren Jahren wieder deutlich zurückgegangen. Mit rund 21 Millionen Euro liegen die Gesamtspendings auf einem ähnlichen Niveau wie im Analysejahr 2019/2020. Mit einem Anteil von 65 Prozent entfällt aktuell ein Großteil des Werbevolumens auf den Produktbereich Leasing. An zweiter Stelle nach Ausgaben steht der Kfz-Kredit. Im Fünf-Jahres-Vergleich hat der Volumenanteil für Leasing stark zugenommen. Betrug in der Periode 2018/2019 das Verhältnis der Werbevolumina von Kfz-Leasing zu Kfz-Kredit noch rund 1:1 so liegt es aktuell bei etwa 4,5:1.

Mehr als 70 Marken werben innerhalb von zwölf Monaten für Kfz-Finanzierungsprodukte. Die durchschnittliche Anzahl Werbungtreibender pro Monat ist innerhalb dieser Zeit nie unter 15 gefallen, in Spitzenzeiten steigt deren Zahl auf über 30 Marken. Die Verbreitung der Werbebotschaft erfolgt zunehmend mittels Internetwerbung. Deren Anteil hat sich innerhalb von nur drei Jahren fast verdoppelt, aktuell liegt er bei 83 Prozent. Entsprechend geringer fallen die Ausgaben für die Mediengattungen Out-of-Home, TV sowie Print aus. Alle zehn Topwerber werben via Internet, zwei schalten darüber hinaus TV-Spots.

Über alle Produktmärkte hinweg repräsentieren die zehn werbeaktivsten Marken zusammen einen Anteil von 83 Prozent der Gesamtspendings, was bei den rund 70 werbenden Marken eine starke Konzentration bedeutet. Die Spezialisten AIL und Null-Leasing stehen an der Spitze des Ausgabenrankings. Weitere Top 10-Werber sind zum Beispiel Assenheimer + Mulfinger, Postbank, Santander, Vehiculum sowie Volkswagen beziehungsweise Volkswagen Bank.

Über die Studie:

Die ‚Werbemarktanalyse Kfz-Finanzierung 2023‘ von *research tools* untersucht die Werbeausgaben für Kfz-Finanzierungsprodukte in Deutschland. Sie gibt auf 83 Seiten Einblick in Trends, Benchmarks und Strategien und zeigt quantitative Fünf-Jahres-Trends für 60 Marken auf. Für zehn Top-Marken visualisiert neben einer zeitlichen Werbendruckverteilung nach Mediengattungen eine statistische Kommunikationspositionierung auf Basis Jahreszeiten und Mediensplit die Allokation der Budgets.

Weitere Informationen zur Studie:

<https://research-tools.net/werbemarktanalyse-kfz-finanzierung-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

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