

+++ ADAC +++ Bank of Scotland +++ Barclaycard +++ carcredit +++ ING-DiBa +++ Postbank +++ Sparkassen  
+++ SWK +++ Targobank +++ Volkswagen-Bank +++ ADAC +++ Bank of Scotland +++ Barclaycard +++ carcre

Studiensteckbrief  
**Marketing-Mix-Analyse  
Autokredit 2016**

erarbeitet von:  
research tools, Esslingen am Neckar

August 2016

powered by:



## Ausgewählte Ergebnisse:

- Die berücksichtigten Anbieter verfügen über ein Portfolio mit ein bis vier unterschiedlichen Autokreditprodukten.
- An Kreditzinsen nimmt der teuerste Anbieter für alle Nutzungsprofile einen mehr als doppelt so hohen Zins wie der billigste Anbieter.
- Ein Anbieter dominiert mit seiner Vergleichsportal-Performance die untersuchten Mitbewerber bei diesem Vertriebsweg.
- Deutliche Unterschiede bestehen hinsichtlich der Qualität des Kundendienstes. Nur ein Anbieter vermochte alle per E-Mail eingereichten Anfragen zu beantworten. Bei telefonischen Anfragen lag die Antwortqualität höher.
- Eine Bank hat erheblich mehr in mediale Werbung investiert als die übrigen Anbieter.
- Neun der zehn Anbieter unterhalten deutschsprachige Profile in Social Media und YouTube. Ein Anbieter hebt sich deutlich ab mit zahlreichen autokreditrelevanten Postings auf Facebook und Google+.

# Informationen zur Studie

## Wichtigste USPs:

Kern der Analyse ist das **Marketingverhalten** der zehn Anbieter

Analyseinhalte: **Product, Price, Place, Promotion**

ganzheitliche Wettbewerbsanalyse aus **Anbietersicht**

alle Information auf **322 PowerPoint -Seiten**

als **PDF- und PPT-Datei** kurzfristig verfügbar

Die Studie ist **objektiv, unabhängig** und **neutral**

**Nutzen:** Basis für klare Positionierung und adäquate Reaktion auf Marketingmaßnahmen der Wettbewerber

## Zehn Anbieter von Autokrediten:

- ADAC
- Bank of Scotland
- Barclaycard
- carcredit
- ING-DiBa
- Postbank
- Sparkassen
- SWK
- Targobank
- Volkswagen Bank

# Informationen zur Studie

Detaillierte Analyse des Marketingverhaltens  
von zehn ausgewählten Anbietern von Autokrediten

## Produkt

- Portfolio
- Services
- Tilgung
- Ratenpausen
- Kreditaufstockung
- Weitere Produktfeatures
- Auszeichnungen
- ...

## Konditionen

- Zinsrelevante Angaben
- Zinssatzfaktoren
- Nutzungsprofile
- Zinsspanne
- Weitere Konditionenmaßnahmen
- Besonderheiten
- ...

## Distribution

- Vertriebskanäle
- Vertriebsmodelle
- Hotline
- Websitefeatures
- Kontaktwege
- Präsenz in Vergleichsportalen
- Mystery Calls / Mails
- ...

## Kommunikation

- Kundenmedien
- Werbespendings
- Präsenz in Suchmaschinen
- Präsenz in Social Media
- Pressemitteilungen
- USP- / Motivanalyse
- ...

Stärken- / Schwächenanalyse

Marketingranking

Marketing-Positionierung

# Informationen zur Studie

## Analysen:

- Produktportfolio-Vergleich
- Vergleichsanalyse der Autokredite
- Gebühren und Zinsen im Vergleich
- Positionierung in Vergleichsportalen und Suchmaschinen
- Auswertung von Telefonanfragen bei den untersuchten Anbietern
- Auswertung von Onlineanfragen bei den untersuchten Anbietern
- Werbeausgaben / Motive in Internet, Print, Radio, TV
- Präsenz in Social Media (Facebook, Google+, Twitter, YouTube)
- Analyse von Konsistenz und Alleinstellung bei Vorteilsargumenten und Werbemotiven
- Marketing-Mix-Ranking auf Basis aller erfassten Marketingmaßnahmen
- statistische Analyse der Marketing-Positionierung

**Die 322 Seiten umfassende Studie kostet 3.600 EUR** zuzüglich MwSt

## Die Studie in Zahlen:

- 15 im Detail analysierte Autokreditprodukte
- Zinssätze für 10 Nutzungsprofile
- 20 analysierte Vergleichsportale
- 55 Mystery Calls, 55 Mystery Mails
- Werbeausgaben und -motive in 4 Mediengattungen
- 4 Social Media Kanäle
- 19 USP-Argumente

## Forschungsdesign:

Die Studie basiert auf Marktinformationen aus eigenen Erhebungen, Online-Datenbanken, Mystery Research und verschiedensten Sekundärquellen. Hier sind insbesondere die kostenpflichtigen Daten von **AdVision digital** (Werbependings, Werbemotive) zu nennen. Die Studie ist im August 2016 erschienen.

# Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	7
➤ Forschungsdesign	16
➤ Produkt	20
▪ Produktportfolio	25
▪ Produkteigenschaften Kreditbetrag, Laufzeit	26
▪ Voraussetzungen	29
▪ Services Beispielrechnung, Kreditrechner, Bonitätscheck online, Sofortzusage, Teilauszahlung	31
▪ Tilgung, Ratenpausen und Kreditaufstockung Verzögerter Tilgungsbeginn, vorzeitige Rückzahlung, Ratenpausen, Aufstockung	33
▪ Bedingungen für Ratenpausen und Sondertilgung	35
▪ Auszeichnungen Auszeichnungen mit Autokreditbezug, allgemeine Auszeichnungen	37
▪ Besonderheiten	41
▪ Versicherungen zum Autokredit Restkreditversicherung, Arbeitsunfähigkeitsversicherung, Arbeitslosenversicherung	43
▪ Weitere Produktmaßnahmen	46
▪ Alleinstellungsmerkmale	51



# Inhaltsverzeichnis

➤ Konditionen	53
▪ Zinsrelevante Angaben	57
▪ Zinsen Autokredit	65
Zinsspanne, Nutzungsprofile, Rangplätze	
▪ Faktoren für den Zinssatz	72
Volumenabhängig, laufzeitabhängig, bonitätsabhängig	
▪ Besonderheiten	73
Gebühren: Bearbeitung, Kontoführung, Hotline; Vorfälligkeitsentschädigung	
▪ Weitere Konditionenmaßnahmen	75
▪ Alleinstellungsmerkmale	80
➤ Distribution	82
▪ Vertriebswege	88
Filiale, Internet, mobiler Vertrieb, Telefon	
▪ Vertriebsmodelle	89
Freundschaftswerbung, Vertriebspartner	
▪ Wechselprämie	91
▪ Website	92
Usability, Features	
▪ Apps für mobile Endgeräte	96



# Inhaltsverzeichnis

▪ <b>Kontaktmöglichkeiten</b>	99
Hotline-Betriebszeiten, schriftlicher Kontakt, Social Media	
▪ <b>Vergleichsportal-Marketing</b>	106
Vergleichsportale, Listungen, Platzierungen, Scoring	
▪ <b>Servicecenter-Performance Telefon</b>	110
55 Mystery Calls zu Wartezeiten, Antwortqualität, Besonderheiten	
▪ <b>Servicecenter-Performance Online</b>	115
55 Mystery Mails zu Reaktionszeiten, Antwortqualität, Besonderheiten	
▪ <b>Weitere Distributionsmaßnahmen</b>	126
▪ <b>Alleinstellungsmerkmale</b>	131
➤ <b>Kommunikation</b>	133
▪ <b>Website</b>	142
Slogans, Nutzenargumente	
▪ <b>Flyer und Prospekte</b>	152
Formate, Inhalte, Motive	
▪ <b>Kundenmedien</b>	158
Kundenmagazin, Newsletter	
▪ <b>Werbung</b>	159
Werbeaufwendungen nach Mediengattungen, im Zeitverlauf, wichtige Werbemotive	
▪ <b>Suchmaschinen-Marketing</b>	172
Platzierung von Suchtreffern und Suchanzeigen, Scoring	



# Inhaltsverzeichnis

▪ Social Media-Marketing	189
Blog, Forum, Facebook, Google+, YouTube, Scoring	
▪ Public Relations	210
Pressemitteilungen, Presseresonanz, Presseeffizienz	
▪ USP-Analyse	223
Verwendete USPs nach Medien, Konsistenz über die Medien, Alleinstellungen	
▪ Motivanalyse	238
Verwendete Motive nach Medien, Konsistenz über die Medien, Alleinstellungen	
▪ Weitere Kommunikationsmaßnahmen	250
▪ Alleinstellungsmerkmale	255
➤ Stärken und Schwächen	257
➤ Marketingranking	271
▪ Produkt	275
▪ Konditionen	282
▪ Distribution	288
▪ Kommunikation	298
▪ Übersicht Marketing-Mix	308
▪ Marketing-Mix gesamt	309



# Inhaltsverzeichnis

➤ Marketing-Positionierung	311
➤ Quellenverzeichnis	319
➤ Kontakt	321



**research tools**

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

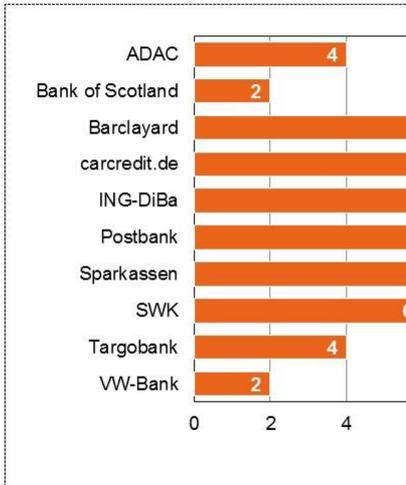
Studiensteckbrief Marketing-Mix-Analyse  
Autokredit 2016

# Beispielseiten (1)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Produkt Portfolio

Anzahl der Produkte in der Kategorie Autokredit der untersuchten Anbieter



Quelle: research tools



### Produkt Produkteigenschaften

Kreditbetrag und Laufzeit

Anbieter	Kreditname
ADAC	ADAC AutoKredit
Bank of Scotland	Unser Autokredit
Barclaycard	Barclaycard Autokredit
carcredit.de	Der herstellerunabhängige Autokredit – bei carcredit.de
ING-DiBa	ING-DiBa Autokredit

Quelle: Website der Anbieter



Welche Individualisierungsmöglichkeiten bieten die Banken an?

### Produkt Individualisierung

Tilgung, Ratenpausen und Kreditaufstockung

Anbieter	verzögerter Tilgungsbeginn	Ratenpausen	Sonder-tilgung	Kreditaufstockung	vorzeitige Rückzahlung	Hinterlegen Fahrzeugbrief
ADAC	ja	ja	ja	ja	ja	ja
Bank of Scotland	nein	ja	ja	ja	ja	nein
Barclaycard	ja	ja	ja	ja	ja	ja
carcredit.de	nein	ja	ja	ja	ja	nein
ING DiBa	ja	ja	ja	ja	ja	ja

Quelle: Website der Anbieter, Mystery Mails und Mystery Calls; \* neuer Antrag nötig; \*\* nur durch Widerrufsrecht bis zu einem Monat hinauszögerbar



Marketing-Mix Analyse Autokredit 2016

Welches Produktportfolio offerieren die Anbieter?

# Beispieleiten (2)

## Die Beispieleiten enthalten fiktive Daten

### Konditionen

Zinsen Autokredit

Effektiver Jahreszins für einen Autokredit nach Nutzungsprofilen

Anbieter	effektiver Jahreszins	
	Profil 7	Profil 8
Postbank	3,29%	3,29%
Sparkassen	4,99%	4,99%
SWK	3,29%	3,29%
Targobank	4,99%	4,99%
VW-Bank	3,29%	3,29%

Quelle: Website der Anbieter, Stand: 08.06.2016



research tools  
Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

### Distribution

Beratungs- und Verkaufsprozess bei Telefonanfragen

Telefonanfragen

Anbieter	Erster Kontakt	Zeit in Warte- schleife
ADAC	Bandansage	0:20-4:32 Ø 2:30 n
Bank of Scotland	persönlich	-
Barclaycard	Bandansage	0:20-4:32 Ø 2:30 n
carcredit.de	Bandansage	0:20-4:32 Ø 2:30 n
ING DiBa	persönlich	-

### Distribution

Vergleichsportal-Marketing

Platzierung in Vergleichsportalen (Angabe: Rang)

Anbieter	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
Postbank	13	3	2	22	1	7	2	6	10		6	2	13	3	2	22				
Sparkassen	1	5		1	4		1	3	7		1	1	1	5		1	10	11	8	9
SWK																				
Targobank	13	3	2	22	1	7	2	6	10		6	2	13	3	2	22				
VW-Bank	1	5		1	4		1	3	7		1	1	1	5		1	10	11	8	9

Quelle: research tools



research tools  
Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

Marketing-Mix Analyse  
Autokredit 2016

Welche Anbieter profilieren sich durch gute Vergleichsportalpräsenz?

Welche Anbieter überzeugen bei Kundenanfragen mit hoher Antwortqualität?

# Beispielseiten (3)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Kommunikation Suchmaschinen-Marketing

Platzierungen in Suchmaschinen (Angabe in Anzahl Platzierungen)

Anbieter	bing.de			
	1	2	3	4
ADAC		2		
Bank of Scottd.				
Barclaycard				
carcredit.de		2	1	2
ING-DiBa		2		
Postbank				
Sparkassen	1			
SWK				
Targobank		2	1	2
VW-Bank		2		

Quelle: research tools

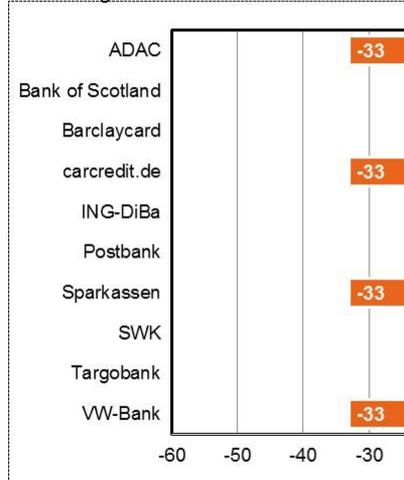


### Kommunikation

#### Presseeffizienz

#### Presseeffizienz

Berechnung: Anteil bei Presseartikeln minus Anteil bei Pressemitteilungen



Quelle: Deutsche Tageszeitungen, Publikumszeitschriften und Fach:

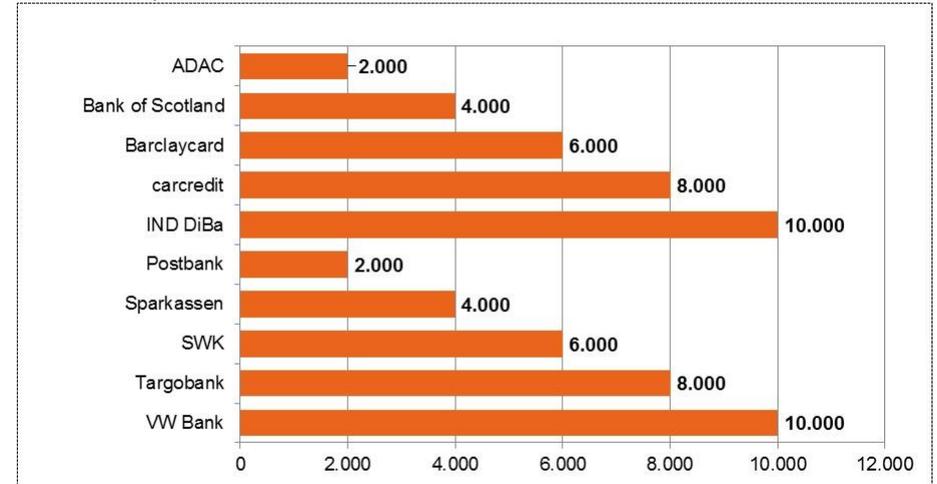


Welche Ausgaben für mediale Werbung tätigen die Anbieter?

### Kommunikation

#### Werbung

Verteilung der Werbeausgaben für Girokonten nach Anbieter von Januar bis Dezember 2015 (Angaben in Tausend Euro)



Quelle: AdVision digital; Berechnungen durch research tools



Marketing-Mix Analyse  
Autokredit 2016

Welche Präsenz zeigen die Anbieter in Suchmaschinen?

# Beispielseiten (4)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Kommunikation

Aktive und passive Medienpräsenz: Verteilung des Impacts betreffend Facebook, Google+, Twitter und YouTube sowie Anteile bei Pressemitteilungen und Presseresonanz (Angaben in Prozent)

Anbieter	Faceb.	Google+	Twitter
ADAC	20,0	20,0	40
Bank of Scotld.	40,0	20,0	
Barclaycard	-	20,0	20
carcredit.de	-	-	
ING-DiBa	-	-	
Postbank	20,0	20,0	
Sparkassen	-	-	
SWK	-	-	
Targobank	-	-	
VW-Bank	20,0	20,0	40

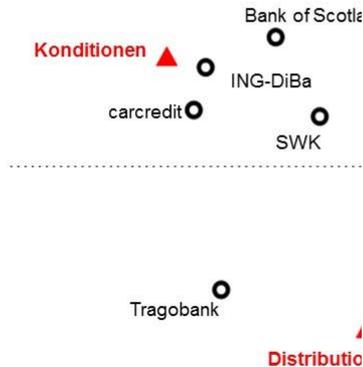
Quelle: research tools; \* Pressemitteilungen \*\* Presseartikel



In welchen PR-Medien weisen die Anbieter Stärken auf?

### Marketing-Similarity

Positionierung/Ähnlichkeit der Anbieter

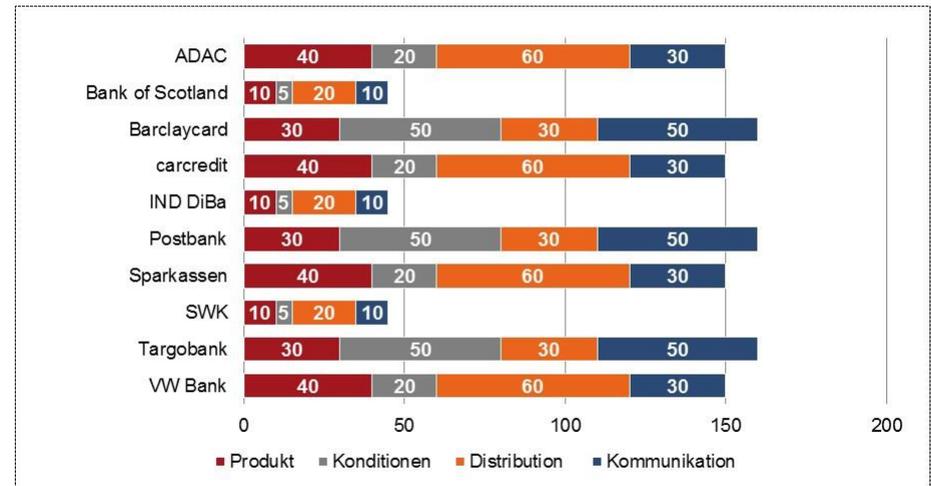


Welche Anbieter ähneln sich hinsichtlich ihrer Fokussierung auf einzelne Marketingbereiche?

### Marketingranking

Marketing-Mix gesamt

Marketing-Mix-Efforts (Angaben in Prozent)



Marketing-Mix Analyse  
Autokredit 2016

# Bestellformular

Ihre Bestellung nehmen wir gerne per formloser E-Mail oder mit ausgefülltem Bestellformular entgegen.

**E-Mail:** [uwe.matzner@research-tools.net](mailto:uwe.matzner@research-tools.net)

**FAX:** +49 (0)711 – 55090384

**Auftragnehmer:** research tools, Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar

Hiermit bestellen wir zum Preis in Höhe von 3.600 EUR zzgl. MwSt. die  
**Marketing-Mix-Analyse Autokredit 2016.**

**Auftraggeber:**

Firma: \_\_\_\_\_

Ansprechpartner: \_\_\_\_\_

E-Mail: \_\_\_\_\_

Position/Funktion: \_\_\_\_\_

Datum, Ort, Unterschrift: \_\_\_\_\_

# Kontakt / Branchenerfahrung

## Ihr Ansprechpartner für diese Studie ist:

### Uwe Matzner



Geschäftsführer  
Diplom-Kaufmann, Marktforscher BVM  
Tel. +49 (0)711 - 55090381, Fax +49 (0)711 - 55090384  
E-Mail: [uwe.matzner@research-tools.net](mailto:uwe.matzner@research-tools.net)

research tools  
Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar  
[www.research-tools.net](http://www.research-tools.net)

research tools: Marketingmaßnahmen erfassen – verstehen – bewerten

### Zuletzt zur Bankenbranche erschienen:

- Werbemarktanalyse Karten 2016
- Marketing-Mix-Analyse Girokonto 2016
- Werbemarktanalyse Finanzierung 2016
- Studie Operatives Produktmarketing Banken 2016
- Studie eVisibility Banken 2016
- Marketing-Mix-Analysis Money Transfer 2015

Seit 2005 arbeitete research tools für mehr als 80 Banken. In der Bankenbranche erschienen seit Anfang 2012 über 40 Marktstudien. In der Studienreihe Marketing-Mix-Analysen sind bisher 48 Marktstudien erschienen.



# Analysierte Aspekte

Alleinstellungen USPs, Alleinstellungsmerkmale, Android, Ansprechpartner, Antragsformular, Apps, Aufrufe, Auszeichnungen, Autokredit, Autoreply, Beispielrechnung, Belege, Beratungsleistungen, Blog, Blogbeiträge, Bonitätscheck, Brief, Call-Back, Call-Center, Chat, Co-Browsing, Cross-Selling, Deckblatt-Slogan, De-Mail, Dispozins eMail, Effektivzinsszen, Facebook, FAQ, Filialen, Filialfinder, Flyer, Follower, Formular, Formularangaben Onlinekontakt, Forum, Freundschaftswerbung, Gebühren, Google+, Gütesiegel, Hilfeleistungen, Hinterlegung Fahrzeugbrief, Headline, Hotline-Betriebszeiten, Hotlinegebühren, Impact, Inbound, Internet, Internetwerbung, iOS, Konsistenz USPs, Kontaktwege, Kreditaufstockung, Kreditbetrag, Kreditkarten, Kreditversicherungen, Kreditzinsen, Kündigungsformular, Kundenberichte, Kundenmagazin, Kundenservice, Laufzeit, Leistungsargumente, Live-Beratung, Mailanfrage Antwortqualität, Mailanfragen Reaktionszeit, mobile Seiten, mobiler Vertrieb, Motivanalyse, Motivkonsistenz, Mystery Calls, Mystery Mails, Newsletter, Nutzenargumente, Nutzungsprofile, Optionen, Pflichtangaben, Portallistungen, Portalpräsenz, Positionierung, Postings, Presseeffizienz, Pressemitteilungen, Presseresonanz, Produkterweiterungen, Produktfeatures, Produktportfolio, Prospekte, Rabatte, Radiowerbung, Ranking, Ratenpausen, Reaktionszeit, Serviceargumente, Slogans, Sonderkonditionen, Social Media, Sollzinsen, spezielle Angebote, spezielle Zahlweisen, Stärken und Schwächen, Suchmaschinenlistung, Suchmaschinenpräsenz, Suchmaschinenanzeigen, Telefonanfragen Antwortqualität, Telefonanfragen Wartezeit, Testberichte, TV-Werbung, Tweets, Twitter, Umschuldung, Usability Homepage, USP-Argumente, Vergleichsportal-Listung, Vergleichsportalpräsenz, Vertriebspartnerschaften, Vertriebswege, Videoberatung, Vorfälligkeitsentschädigung, Website-Features, Website-Usability, Weiterempfehlung, Werbeausgaben, Werbemotive, Werbung in Zeitungen, Windows Phone, YouTube, Zeitschriftenwerbung, Zielgruppen, Zinssatz volumenabhängig / laufzeitabhängig