

+++ ADAC +++ American Express +++ Bank Norwegian +++ Barclays +++ Consors Finanz +++ Hanseatic Bank +++ Payback +++ Sparkassen +++
+++ TF-Bank +++ VR-Banken +++ ADAC +++ American Express +++ Bank Norwegian +++ Barclays +++ Consors Finanz +++ Hanseatic Bank +++

Studiensteckbrief

Marketing-Mix-Analyse Kreditkarten 2024

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

Mai 2024

powered by:



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Marketing-Mix-Analyse
Kreditkarten 2024

Informationen zur Studie

Nutzwert der Studie:



Welche der zehn analysierten Anbieter punkten mit einem breiten **Produktportfolio**?



Welche **Preispositionierung** weisen die Marken auf?



Wie überzeugend ist die **Servicequalität** am Telefon und per Mail?



Welche Anbieter zeigen starke Präsenz über **Vergleichsportale** und in **Suchmaschinen**?



Über welche **Medien** kommunizieren die Marken?



Welche Anbieter sind in den **Social Media** am aktivsten?



Welche Marken sind die Benchmarks in den vier Mix-Bereichen **Product, Price, Place, Promotion**?



Management Summary

Key Facts der Marketing-Mix-Bereiche:



➤ **Ø 6,2**
Kreditkartenprodukte
pro Anbieter



Beste Performance in
Vergleichsportalen:
➤ **Bank Norwegian**



höchste Anzahl angebotener
Kontaktwege: ➤ **VR-Banken**

Marketing-Mix Kreditkarten



größte Preisspanne
der Jahresgebühr:
➤ **American Express**

➤ **Ø 20,3** Pressemeldungen
pro Anbieter p.a.



➤ **Ø 14,4** Postings
in Social Media
pro Anbieter p.a.



Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

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

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

ganzheitliche Wettbewerbsanalyse aus **Anbietersicht**

alle Informationen **im Wettbewerbsvergleich**
auf 398 PowerPoint-Seiten

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

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

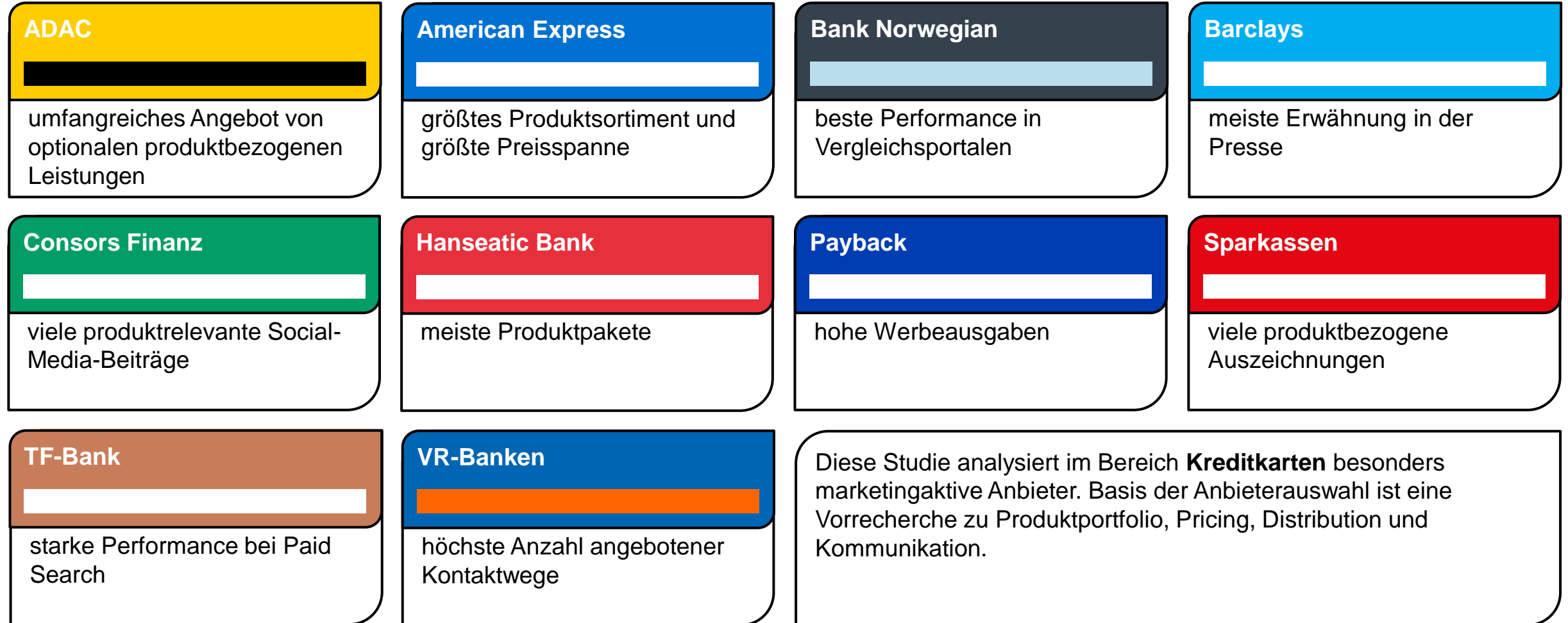
Nutzen: Basis für klare Positionierung und adäquate Reaktion auf Marketingmaßnahmen der Wettbewerber

zehn Anbieter von Kreditkarten:

- ADAC
- American Express
- Bank Norwegian
- Barclays
- Consors Finanz
- Hanseatic Bank
- Payback
- Sparkassen
- TF-Bank
- VR-Banken

Informationen zur Studie

Analysierte Anbieter:



Informationen zur Studie

Konzeption:

Detaillierte Analyse des Marketingverhaltens der zehn ausgewählten Anbieter von Kreditkarten

Produkt

- Sortimentsbreite
- Sortimentstiefe
- Innovation
- Produktfeatures
- Produktqualität
- Alleinstellungsmerkmale
- ...

Konditionen

- Preistransparenz
- Preisoptik
- Preisgünstigkeit
- Preisdifferenzierung
- Preispositionierung
- Zusatzleistungen
- Nebenkonditionen
- ...

Distribution

- Vertriebswege
- Website Usability
- Vergleichsportale
- Kontaktwege
- Mystery Calls
- Mystery Mails
- ...

Kommunikation

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

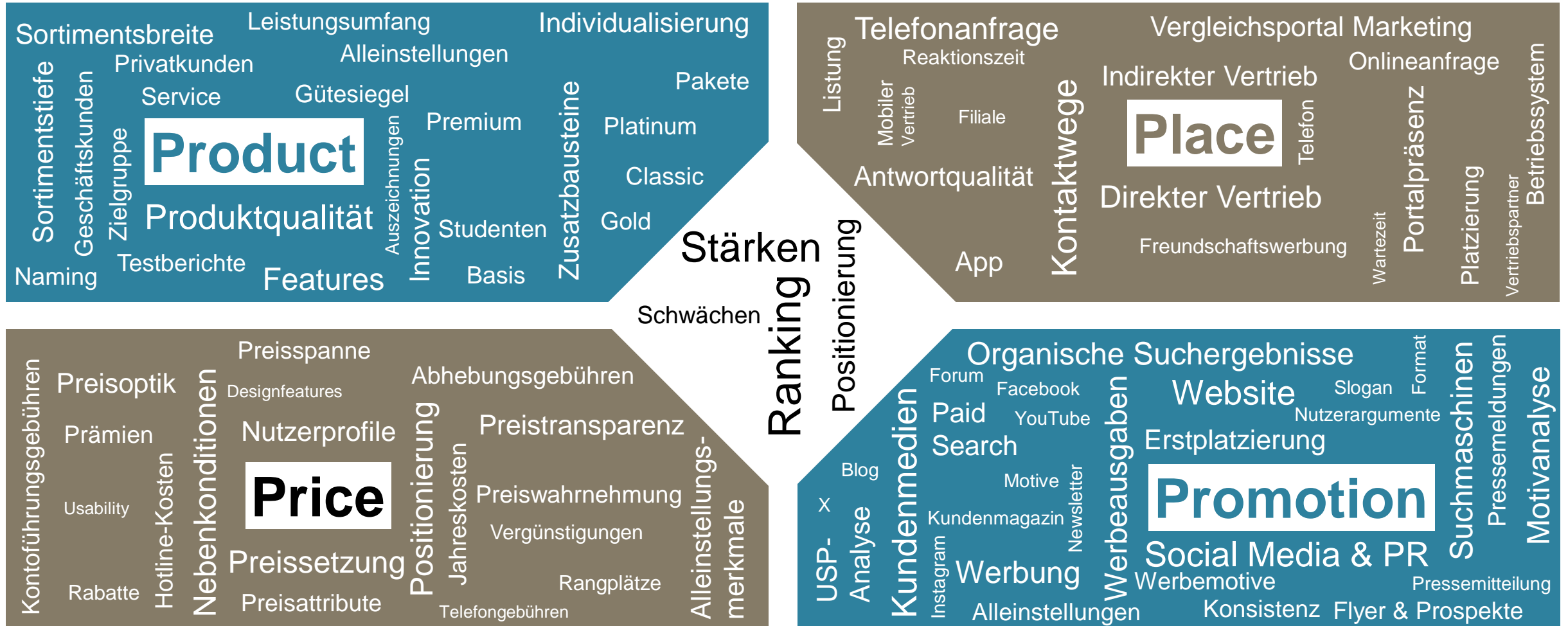
Stärken- / Schwächenanalyse

Marketingranking

Marketing-Positionierung

Informationen zur Studie

Analysierte Aspekte:



Informationen zur Studie

Studieninhalte:

Analysen:

- Produktportfolio-Vergleich, Zielgruppen, Produktfeatures
- Preisniveau, Preispositionierung, Preisvergleiche bei fünf Händlern
- Auswertung von Telefonanfragen bei den untersuchten Anbietern
- Auswertung von Onlineanfragen bei den untersuchten Anbietern
- Werbeausgaben / Motive in Internet, Print, Radio, TV
- Positionierung in Suchmaschinen
- Präsenz in Social Media (Facebook, Instagram, X, YouTube)
- Analyse von Konsistenz und Alleinstellung bei Vorteilsargumenten und Werbemotiven
- Marketing-Mix-Ranking auf Basis der erfassten Marketingmaßnahmen
- statistische Analyse der Marketing-Positionierung

Die Studie in Zahlen:

- 10 Anbieter im Vergleich
- Analyse von 81 Produkten
- umfangreiche Preisvergleiche bei fünf Händlern
- 50 Mystery Calls,
- 50 Mystery Mails
- Werbeausgaben und Werbemotive in 5 Mediengattungen
- 4 Social-Media-Kanäle

Forschungsdesign:

Die Studie basiert auf Marktinformationen aus eigenen Erhebungen, Online-Datenbanken, Mystery Research und verschiedenen Sekundärquellen. Werbespendingdaten und Werbemotive beziehen sich auf den deutschen Markt und entstammen der Werbedatenbank des unabhängigen Medienbeobachters **AdVision digital**. Die Studie ist im Mai 2024 erschienen.

Preis: Die 398 Seiten umfassende Studie kostet **4.200 EUR** zuzüglich Mehrwertsteuer.

Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	6
➤ Forschungsdesign	15
➤ Produkt	19
▪ Sortimentsbreite	27
Anzahl Produkte, Kreditkartenart, Kreditkartengesellschaft	
▪ Sortimentstiefe	52
Zielgruppen: Reisende, Geschäftsleute, kaufaffine Kunden, Jugendliche/Studenten, Auto/Motorradfahrer	
▪ Sortiment Pakete	53
Anzahl der Pakete	
▪ Innovationen	56
Naming, Alleinstellungen	
▪ Produktfeatures Privatkundenkarten	59
Angebotene Features, Versicherungsarten	
▪ Produktfeatures Geschäftskundenkarten	95
Angebotene Features, Versicherungsarten	
▪ Produktqualität	106
Auszeichnungen, Testberichte, Gütesiegel	
▪ weitere Produktmaßnahmen	111
Partnerrabatte und exklusive Zugänge, weitere Maßnahmen	



Inhaltsverzeichnis

➤	Konditionen	115
▪	Preistransparenz	120
	Kanäle mit Preisinformationen	
▪	Preisoptik	122
	Designfeatures, Beiträge, Preisattribute, Usability	
▪	Preissetzung	126
	Jahreskosten, effektiver Jahreszins, Bargeldabhebung deutschlandweit in Euro, Bargeldabhebung EWR (Fremdwährung), Fremdwährungsgebühr, Auslandseinsatzgebühr	
▪	Preispositionierung	154
	Preisspanne der Jahresgebühr, Vergünstigungen	
▪	Nebenkonditionen	158
	Spezielle Antragsvoraussetzung für private Standardkreditkarte, Hotline-Kosten, weitere Konditionenmaßnahmen	
➤	Distribution	161
▪	Vertriebswege direkter Vertrieb	166
	Filiale, Online-Antrags-/Bestellformular, Mobiler Vertrieb, Telefon, Betriebssysteme	
▪	Vertriebswege indirekter Vertrieb	170
	Freundschaftswerbung und Vertriebspartner	
▪	Website Usability	172
▪	Website Features	173



Inhaltsverzeichnis

▪ Vergleichsportal-Marketing	176
Platzierungen, Listung, Portalpräsenz	
▪ Kontaktwege	180
▪ Servicecenter-Performance bei Telefonanfragen	184
Telefonanfragen: Hotlinezeiten, Mystery Calls zu Wartezeiten, Antwortqualität, Besonderheiten	
▪ Servicecenter-Performance bei Onlineanfragen	192
Onlineanfragen: Formulareigenschaften, Mystery Mails zu Reaktionszeiten, Antwortqualität, Besonderheiten	
▪ Servicecenter-Performance insgesamt	202
➤ Kommunikation	205
▪ Website	213
Slogans, Nutzenargumente	
▪ Flyer und Prospekte	223
Formate, Inhalte, Motive	
▪ Kundenmedien	228
Kundenmagazin, Newsletter, Blog, Forum	
▪ Werbung	232
Werbeausgaben, Werbemotive	



Inhaltsverzeichnis

▪ Suchmaschinen	245
Organische Suchergebnisse und Paid Search	
▪ Social Media & PR	262
Social Media: Facebook, YouTube; Influencer; PR: Pressemitteilungen, Presseresonanz, Presseeffizienz, Kommunikationstiming	
▪ USP-Analyse	314
Verwendete USPs nach Medien, Konsistenz über die Medien, Alleinstellungen	
▪ Motivanalyse	323
Verwendete Motive nach Medien, Konsistenz über die Medien, Alleinstellungen	
➤ Stärken und Schwächen	338
➤ Marketingranking	352
▪ Produkt	355
▪ Konditionen	364
▪ Distribution	370
▪ Kommunikation	378
▪ Marketing-Mix gesamt	387
➤ Marketing-Positionierung	390
➤ Quellenverzeichnis	398
➤ Kontakt	400



Analysebeispiele (1)

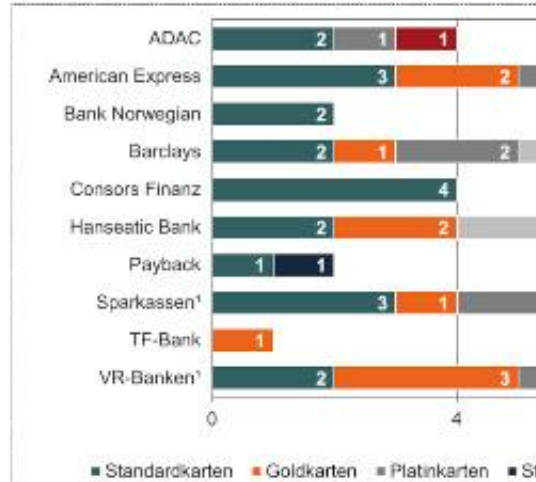
Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Wie positionieren sich die Marken hinsichtlich der Breite und Tiefe des Produktsortiments?

Produkt

Sortimentsbreite

Anzahl der Kreditkartenprodukte für Privatkunden der untersuchten Anbieter nach Kartenart*



Quelle: Webseiten der Anbieter; 1 häufigster Wert entlang den untersuchten Sparkassen

Produkt

Produktfeatures Privatkundenkarten

Standardkarten für Privatkunden – Produktfeatures

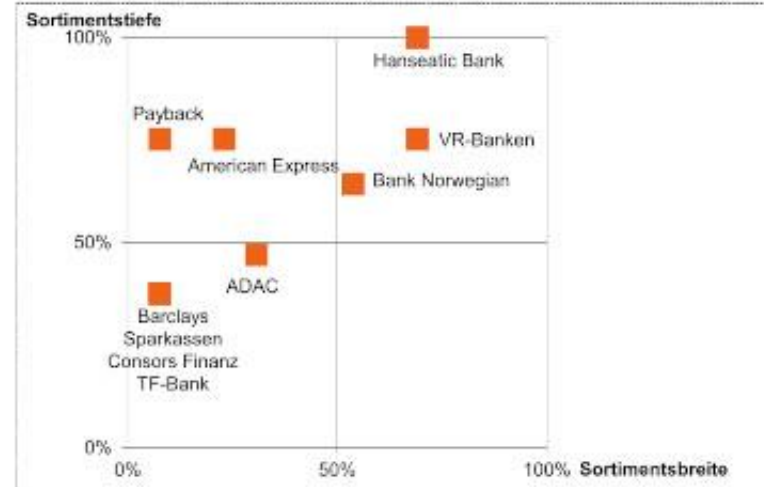
Anbieter	Produkt	1	2	3
ADAC	ADAC Kreditkarte	x	x	
American Express	American Express Card	x		
American Express	Blue Card			
Bank Norwegian	Bank Norwegian Visa Card	x	x	
Barclays	Barclays Visa			x

Quelle: Webseiten der Anbieter

Produkt

Produktfeatures

Positionierung der Anbieter



- Drei Anbieter setzen bei den Angebotenen Produkten auf hohe Vielfalt.
- Das Größte Sortiment bezogen auf die Anzahl der Kategorien findet man bei der Hanseatic Bank. Die höchste Anzahl an Kategorien bietet ebenfalls die Hanseatic Bank, gleichauf mit den VR-Banken und gefolgt von Bank Norwegian.
- Die niedrigste Anzahl an Kategorien bieten Barclays, Sparkassen, Consors Finanz, Payback und die TF-Bank.

Welches Produktportfolio offerieren die Anbieter?

Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Konditionen Preissetzung

Standardkarten für Privatkunden

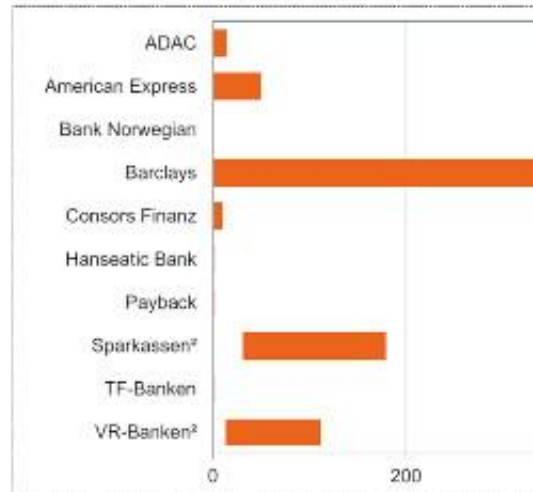
Anbieter	Produkt	Jahreskosten (Hauptkarte)
Consors Finanz	Consors Finanz Mastercard	0 €
Hanseatic Bank	GenialCard	60,00 € ¹
Payback	American Express Payback	0 €
Sparkassen	Visa Card Standard	0 €
Sparkassen	CleverClick Mastercard Standard	0 €

Quelle: Webseiten Anbieter



Konditionen Preispositionierung

Preisspanne der Jahresgebühr¹ bei Kreditkarten für Privatkunden (Angaben in Euro)



Quelle: research tools; 1 ohne Kooperationskarten, Vergünstigungen wurden nicht berücksichtigt

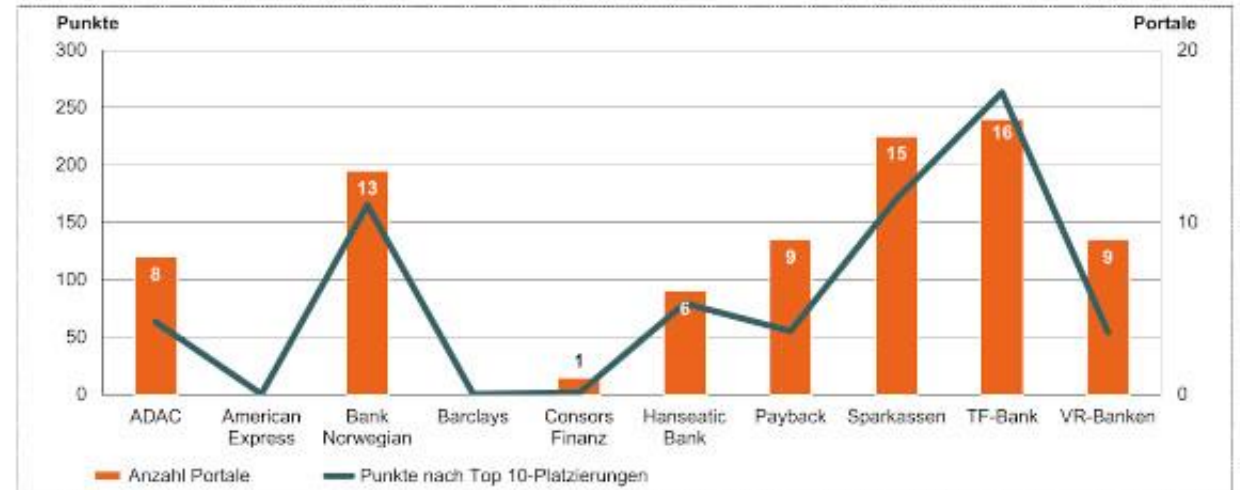


Wie performen die Anbieter in Vergleichsportalen?

Distribution

Vergleichsportal-Marketing – Platzierungen

Portalpräsenz nach Anbieter



Quelle: research tools



Marketing-Mix-Analyse
Kreditkarten 2024

Welche Anbieter decken die meisten Preissegmente ab?

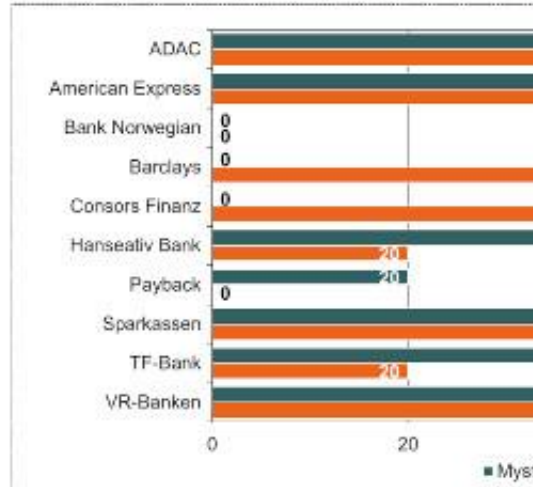
Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Distribution

Servicecenter-Performance – Zusammenfassung

Antwortqualität bei Mystery Calls und Mystery Mails (in %)



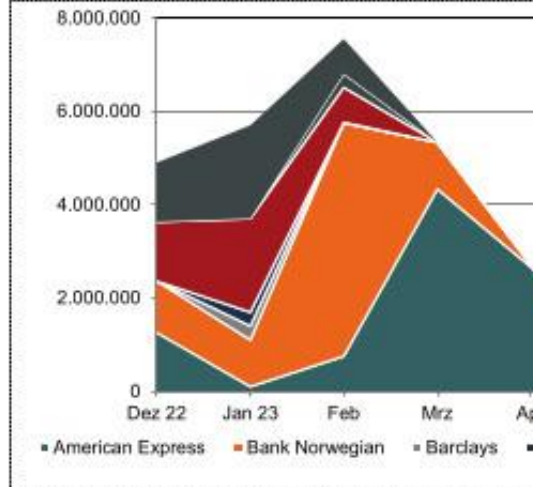
Quelle: research tools



Kommunikation

Werbung

Entwicklung der Werbeausgaben der zehn betrachteten Anbieter für Kreditkarten im Zeitverlauf Dezember 2022 und November 2023 (Angaben in Euro)



Quelle: AdVision digital, Berechnung durch research tools

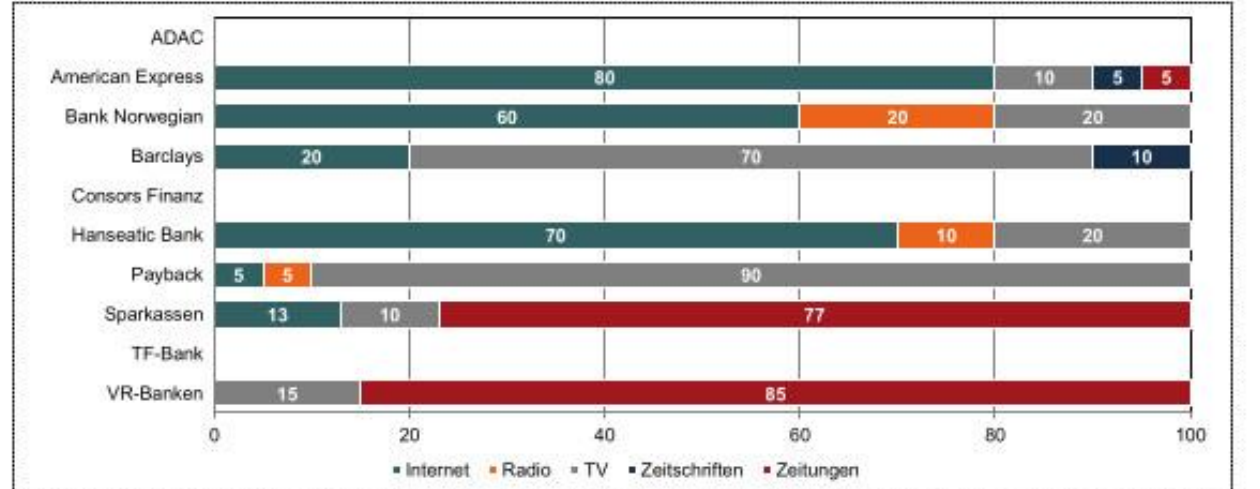


Welche Ausgaben für mediale Werbung tätigen die Anbieter?

Kommunikation

Werbung

Verteilung der Werbeausgaben für Kreditkarten auf die Medien und Anbieter im Zeitraum Dezember 2022 bis November 2023 (Angaben in Prozent)



Quelle: AdVision digital, Berechnung durch research tools



Marketing-Mix-Analyse
Kreditkarten 2024

Welche Anbieter überzeugen bei Kundenanfragen?

Analysebeispiele (4)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Kommunikation

Social Media & PR – Zusammenfassung

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

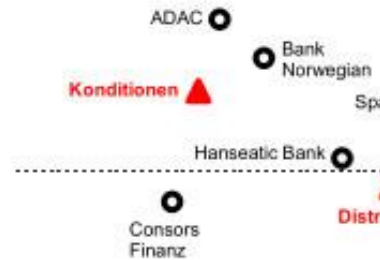
Anbieter	Facebook	Instagram
ADAC	0,4	27,6
American Express	0,0	0,0
Bank Norwegian	8,7	0,0
Barclays	21,9	0,0
Consors Finanz	12,2	0,0
Hanseatic Bank	4,7	23,9
Payback	32,3	0,0
Sparkassen	0,3	20,1
TF-Bank	0,0	0,0
VR-Banken	19,6	28,5

Quelle: research tools; 1 Pressemitteilungen; 2 Presseartikel



Marketing-Positionierung

Positionierung/Ähnlichkeit der Anbieter

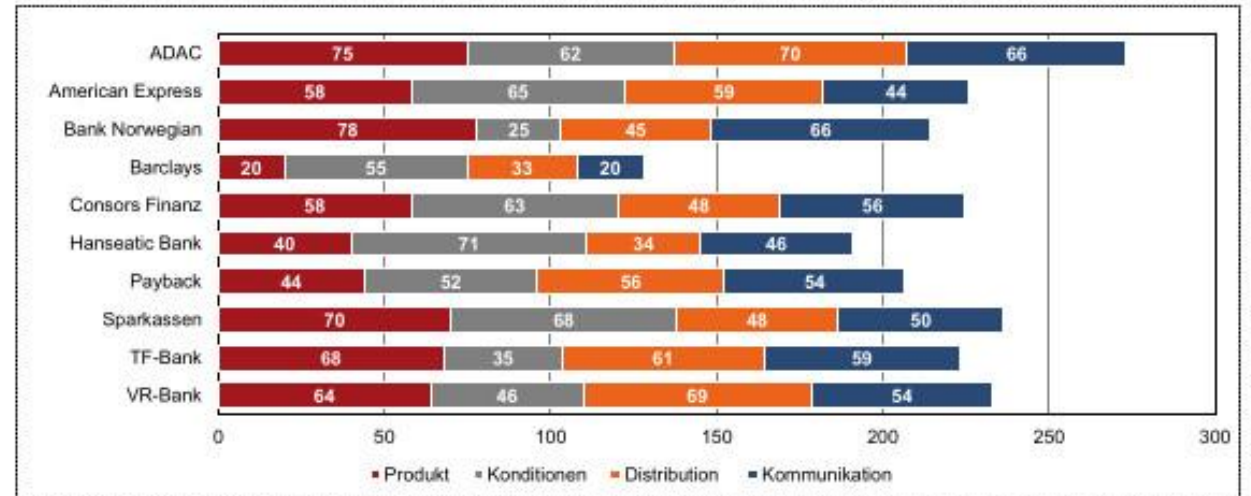


Welche Anbieter betreiben im Marketing-Mix hohen Aufwand?

Marketingranking

Marketing-Mix gesamt

Marketing-Mix-Efforts (Angaben in Prozent)



In welchen PR-Medien weisen die Anbieter Stärken auf?



Marketing-Mix-Analyse
Kreditkarten 2024

Bestellformular

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

E-Mail: 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 4.200 EUR zzgl. MwSt. die **Marketing-Mix-Analyse Kreditkarten 2024**.

Auftraggeber:

Firma: _____

Ansprechpartner: _____

E-Mail: _____

Position/Funktion: _____

Datum, Ort, Unterschrift: _____

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

research tools
Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar
www.research-tools.net

research tools, Marketingmaßnahmen erfassen – verstehen – bewerten

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Spezialist für Marketinganalyse, -controlling und -monitoring.

In der Studienreihe ‚Marketing-Mix-Analysen‘ sind seit 2019 über 30 Marktstudien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

Weitere relevante Studien zur Bankenbranche:

- Studie eVisibility Banken 2024
- Studie Operatives Produktmarketing Banken 2024
- Studie Kundenpfade Banken 2023
- Studie Unternehmensprofile Banken 2023
- Marketing-Mix-Analyse Girokonto 2023
- Werbemarktanalyse Karten 2022

Bankenbranche: seit 2020 mehr als 50 Studien veröffentlicht

