

+++ comdirect +++ Consorsbank +++ DekaBank +++ DWS +++ flatex +++ ING +++ maxblue +++ onvista bank +++ S Broker +++ Union Investment +++ comdirect +++ Consorsbank +++ DekaBank +++ DWS +++ flate

# Studiensteckbrief Marketing-Mix-Analyse Wertpapiere 2020

erarbeitet von:  
research tools, Esslingen am Neckar

September 2020

powered by:



# Informationen zur Studie

## Ausgewählte Key Facts:

- Die zehn analysierten Anbieter halten zwischen ein und sieben Depotprodukte in ihrem Produktportfolio.
- Bei der Hälfte der Anbieter kann ein Wertpapiersparplan ab einer Sparrate von 25 Euro geführt werden.
- In der Analyse von unterschiedlichen Nutzerprofilen präsentieren sich zwei Anbieter in mindestens einem Kundenprofil als Finanzdienstleister mit den günstigsten Jahreskosten.
- Zwischen sieben und elf unterschiedliche Kontaktwege stellen die Anbieter zu Verfügung.
- Die Antwortqualität bei Telefonanfragen ist überwiegend mittelmäßig, jedoch immer noch besser als bei schriftlichen Anfragen.
- Über 70 Prozent der Werbeausgaben entfallen auf das Medium TV. Vier der zehn Anbieter setzen stark auf Internetbanner.
- Neun Finanzdienstleister kommunizieren produktrelevante Inhalte über ihre Social Media-Kanäle. Insgesamt 65 Beiträge wurden innerhalb von zwölf Monaten zum Thema Wertpapiere veröffentlicht.

# Informationen zur Studie

## Key Facts der Marketing-Mix-Bereiche:

 **Product**

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



beste Performance  
Servicecenter:  
➤ **ING**

beste Präsenz in  
Vergleichsportalen:  
➤ **flatex**

 **Place**

### Marketing-Mix Wertpapiere

häufig niedrige  
Jahreskosten:

 **Price**

➤ **onvista bank**

➤ **Ø 53,3** Pressemeldungen  
pro Anbieter p.a.

➤ **Ø 6,5** Postings  
in Social Media  
pro Anbieter p.a.

 **Promotion**



# 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 Information auf 364 **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 Wertpapieren

- comdirect
- Consorsbank
- DekaBank
- DWS
- flatex
- ING
- maxblue
- onvista bank
- S Broker
- Union Investment

# Informationen zur Studie

## Analysierte Anbieter:

**comdirect**

starke Präsenz in Suchmaschinen

**Consorsbank**

starke Präsenz in Vergleichsportalen

**DekaBank**

hohe Anzahl relevanter Pressemeldungen

**DWS**

kurze Wartezeiten bei Telefonanfragen

**flatex**

häufig günstige Jahreskosten

**ING**

hohe Antwortqualität bei Onlineanfragen

**maxblue**

großer Impact auf Facebook

**onvista bank**

geringe durchschnittliche Jahreskosten

**S Broker**

zahlreiche kommunizierte Depotfeatures

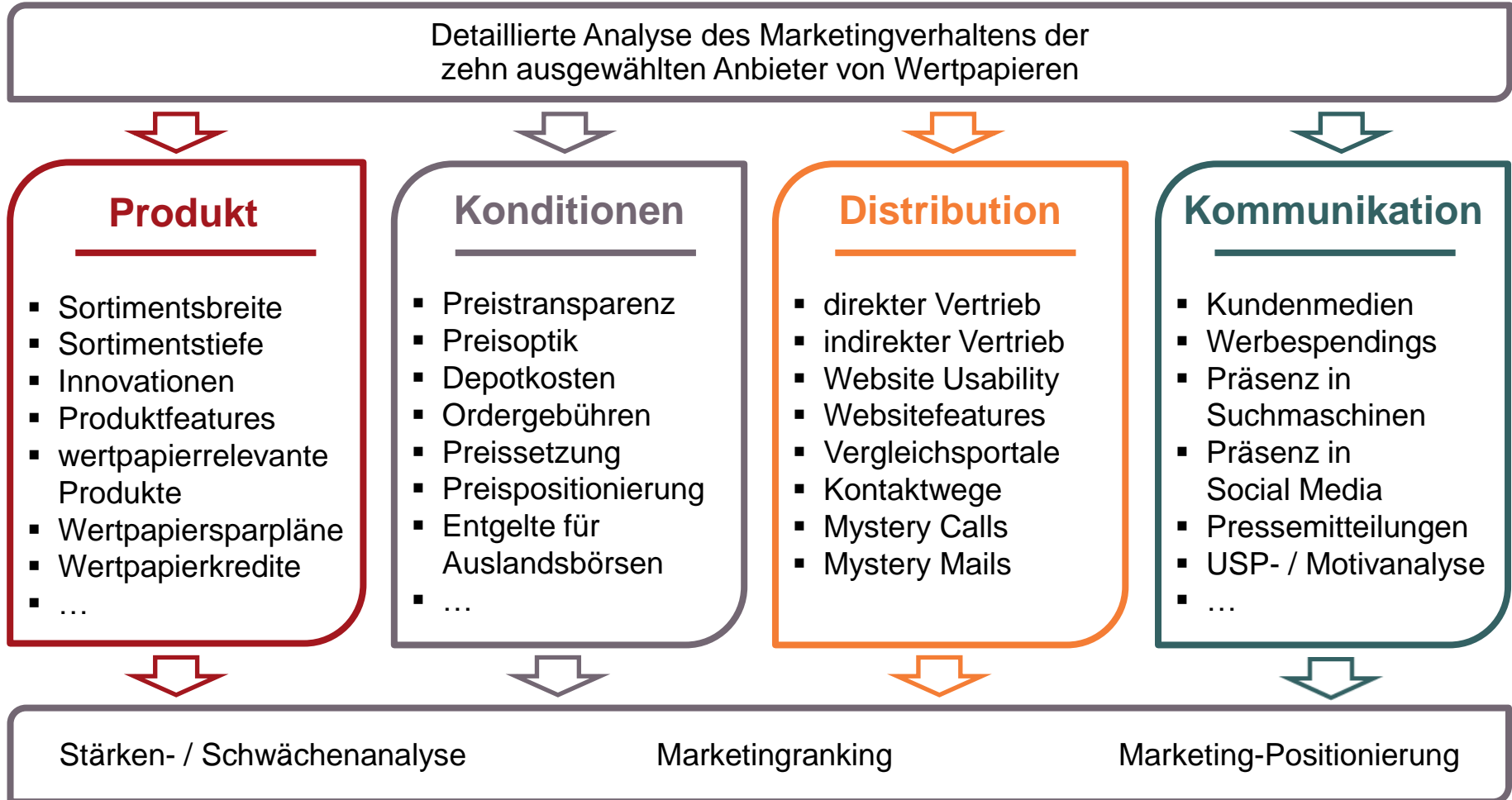
**Union Investment**

hohe mediale Werbeausgaben

Diese Studie analysiert im Bereich Wertpapiere besonders marketing-aktive Anbieter. Basis der Anbietersauswahl ist eine Vorrecherche zu Produktportfolio, Pricing, Distribution und Kommunikation.

# Informationen zur Studie

## Konzeption:



# Informationen zur Studie

## Analysierte Aspekte:



# Informationen zur Studie

## Studieninhalte:

### Analysen:

- Produktportfolio-Vergleich, Produktfeatures
- Jahreskosten, Nutzerprofile
- Positionierung in Vergleichsportalen
- 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, Twitter, YouTube)
- Analyse der Vorteilsargumente und Werbemotive
- Marketing-Mix-Ranking auf Basis aller erfassten Marketingmaßnahmen
- statistische Analyse der Marketing-Positionierung

### Die Studie in Zahlen:

- 10 Anbieter im Vergleich
- Analyse von 26 Produkten
- 10 Jahreskosten nach Nutzerprofilen
- 20 analysierte Vergleichsportale
- 50 Mystery Calls, 50 Mystery Mails
- Werbeausgaben und -motive in 5 Mediengattung.
- 4 Social Media-Kanäle

### Forschungsdesign:

Die Studie basiert auf Marktinformationen aus eigenen Erhebungen, Online-Datenbanken, Mystery Research und verschiedenen Sekundärquellen. Hier sind insbesondere die kostenpflichtigen Daten von **AdVision digital** (Werbependings, Werbemotive) zu nennen. Die Studie ist im September 2020 erschienen.

**Preis:** Die 364 Seiten umfassende Studie kostet **3.600 EUR** zuzüglich Mehrwertsteuer.



# Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	6
➤ Forschungsdesign	13
➤ Produkt	16
▪ Sortimentsbreite	21
Depotprodukte, Naming	
▪ Sortimentstiefe	23
Zielgruppen: Schüler/Studenten, Eltern, Intensivtrader, Premiumkunden, Fondsanleger, CFD-Trader, Anlegerclubs	
▪ Innovationen	24
Alleinstellungen	
▪ Produktfeatures	26
kommunizierte Depotfeatures, Anzahl, Spanne, Grad der Abdeckung	
▪ wertpapierrelevante Produkte	37
Wertpapiersparpläne, VL-Förderung, Riester-/Rürup-Förderung, Wertpapierkredite	
▪ Wertpapiersparpläne	39
▪ Wertpapierkredite	43
▪ Wertpapierangebot der Banken	46
Aktien, Anleihen, CFDs, ETFs, Fonds, Optionsscheine, Zertifikate	
▪ Fondsgesellschaften	48

# Inhaltsverzeichnis

▪ Produktqualität	53
Auszeichnungen, Testberichte, Gütesiegel	
▪ weitere Produktmaßnahmen	58
➤ Konditionen	60
▪ Preistransparenz	64
Kanäle mit Preisinformationen	
▪ Preisoptik	65
Usability, Designfeatures, Kosten, Preisattribute	
▪ Depotkosten	71
▪ Orderkosten	77
▪ Preissetzung	82
Nutzungsprofil, Jahreskosten, Ranking, günstigster und teuerster Tarif, arithmetisches Mittel, Median, Rangplatz bei Profilen	
▪ Preispositionierung	90
Spanne der Ränge, Häufigkeit eines Rangplatzes im Bereich 1-4, mittlere Abweichung vom durchschnittlichen Rang, Spanne der Kosten	
▪ Weitere Konditionen	96
Auftragsänderung, Bezugsrechte, Teilausführung	
▪ Entgelte für Auslandsbörsen und außerbörslicher Handel	98
▪ Depoteröffnung und –übertrag	101



# Inhaltsverzeichnis

▪ Verrechnungskonten	103
▪ Wertpapiersparpläne	105
▪ Wertpapierkredite	107
▪ Nebenkonditionen	109
➤ Distribution	111
▪ Vertriebswege direkter Vertrieb	116
Filiale, Online-Antrags-/Bestellformular, Mobiler Vertrieb, Telefon, Apps	
▪ Vertriebswege indirekter Vertrieb	120
Freundschaftswerbung und Vertriebspartner	
▪ Website Usability	122
▪ Website Features	123
▪ Vergleichsportal Marketing	126
Platzierungen, Listung, Portalpräsenz	
▪ Kontaktwege	131
▪ Servicecenter-Performance bei Telefonanfragen	135
Telefonanfragen: Hotlinezeiten, Mystery Calls zu Wartezeiten, Antwortqualität, Besonderheiten	

# Inhaltsverzeichnis

Servicecenter-Performance bei Onlineanfragen	144
Onlineanfragen: Formularangaben, Mystery Mails zu Reaktionszeiten, Antwortqualität, Besonderheiten	
▪ Servicecenter-Performance insgesamt	153
➤ Kommunikation	152
▪ Website	156
Slogans, Nutzenargumente	
▪ Flyer und Prospekte	191
Formate, Inhalte, Motive	
▪ Kundenmedien	200
Kundenmagazin, Newsletter, Blog, Forum	
▪ Werbung	208
Werbeausgaben, Werbemotive	
▪ Suchmaschinen	224
Organische Suchergebnisse, Paid Search	
▪ Social Media & PR	235
Social Media: Facebook, Instagram, Twitter, YouTube; Influencer; PR: Pressemitteilungen, Presseresonanz, Presseeffizienz, Kommunikationstiming	
▪ USP-Analyse	281
Verwendete USPs nach Medien, Alleinstellungen	



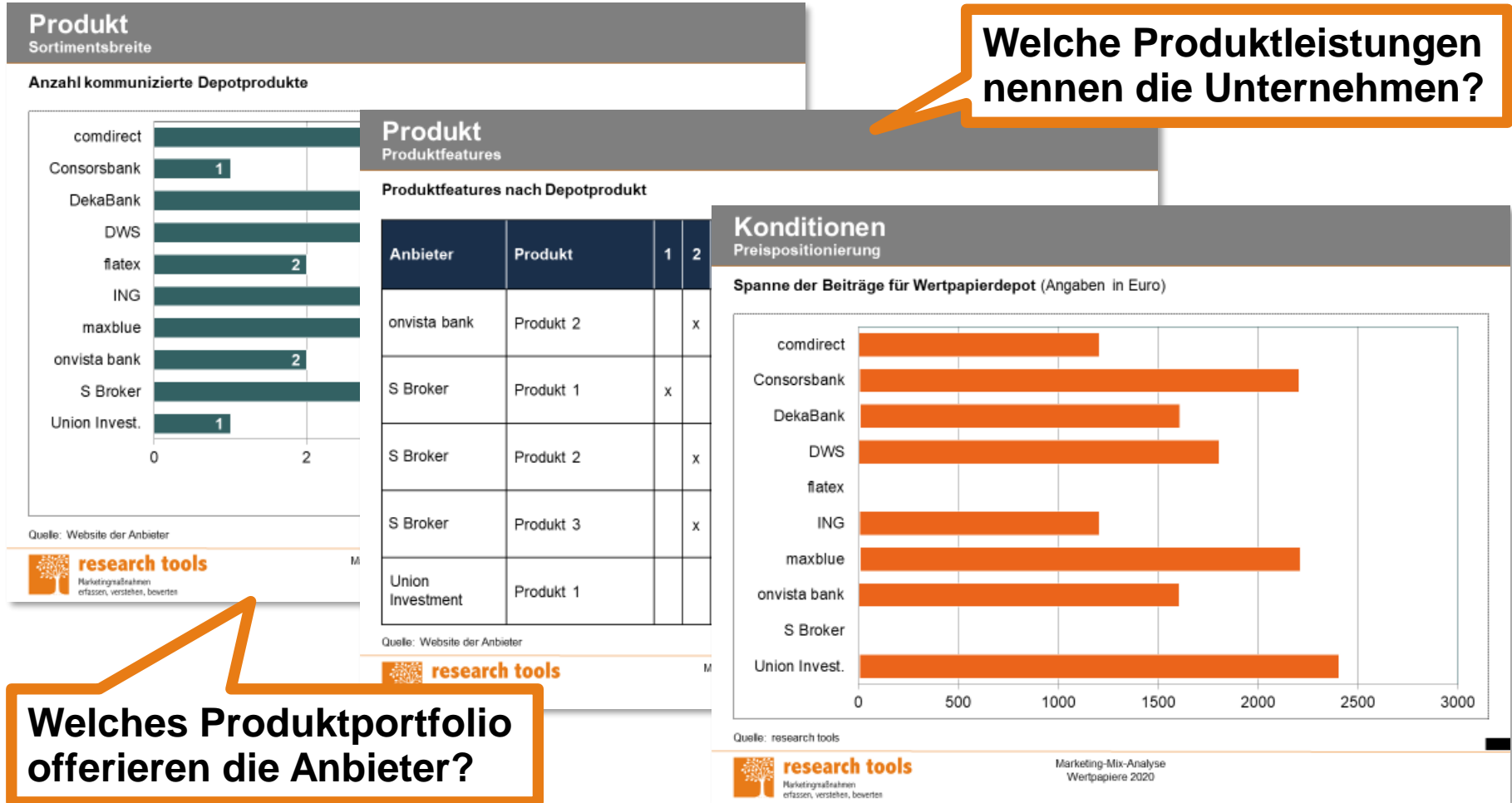
# Inhaltsverzeichnis

▪ Motivanalyse	289
Verwendete Motive nach Medien, Konsistenz über die Medien, Alleinstellungen	
➤ Stärken und Schwächen	304
➤ Marketingranking	317
▪ Produkt	320
▪ Konditionen	327
▪ Distribution	333
▪ Kommunikation	341
▪ Marketing-Mix gesamt	350
➤ Marketing-Positionierung	353
➤ Quellenverzeichnis	361
➤ Kontakt	363



# Analysebeispiele (1)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten



# Analysebeispiele (2)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Konditionen Preissetzung

Jahreskosten nach Profile (Angaben in Euro)

Anbieter	1	2
comdirect	53,10	151,0
Consorsbank	42,21	243,20
DekaBank	67,30	186,10
DWS	43,40	321,0
flatex	55,53	220,50
ING	53,10	151,0
maxblue	42,21	243,20
onvista bank	67,30	186,10
S Broker	43,40	321,0
Union Invest.	55,53	220,50

Quelle: Handelsblatt in Zusammenarbeit mit FMH Finanzberatung



### Distribution Vergleichsportal-Marketing

Platzierungen in Vergleichsportalen (Angabe: Rang)

Anbieter	1	2	3	4	5	6
comdirect	12	9	15	11	12	9
Consorsbank	5	2	5	2	5	2
DekaBank		12		12		12
DWS	7		13		7	1
flatex	6	4		4	6	4
ING		1		1		1
maxblue	8		8		8	
onvista bank	3	5	3	5	3	5
S Broker		10		10		10
Union Invest.		6	4	6		6

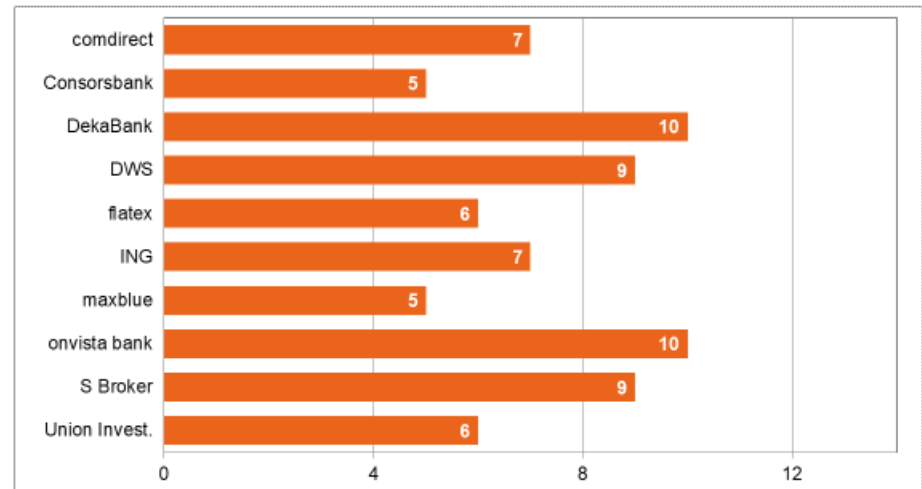
Quelle: research tools



Welche Anbieter punkten durch ihre Vergleichsportalspräsenz?

### Distribution Kontaktwege

Anzahl der angebotenen Kontaktwege



Quelle: Website der Anbieter



Marketing-Mix-Analyse  
Wertpapiere 2020

Welche Unternehmen profilieren sich mit günstigen Konditionen?

# Analysebeispiele (3)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Kommunikation Suchmaschinen

Organische Erstplatzierung in Suchmaschinen (Angabe: Position der ersten Listung)

Anbieter	bing.de			
	1	2	3	4
comdirect				
Consorsbank		15		
DekaBank	7			
DWS				9
flatex	10	10	14	
ING				8
maxblue	8			
onvista Bank				
S Broker		16		
Union Invest.				

Quelle: research tools; \* Berechnung: „(100 - Wert der Platzierung)“  
Ergebnisse werden summiert und durch 500 geteilt

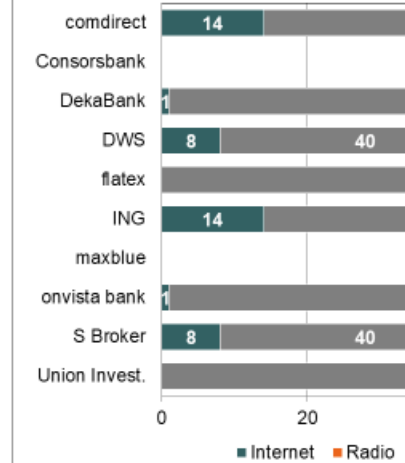


**Welche Präsenz zeigen die Anbieter in Suchmaschinen?**

**Welche Ausgaben für mediale Werbung tätigen die Unternehmen?**

### Kommunikation Werbung

Verteilung der Werbeausgaben für Wertpapierprodukte auf die Medien nach Anbieter im Zeitraum August 2019 und Juli 2020 (Angaben in Prozent)

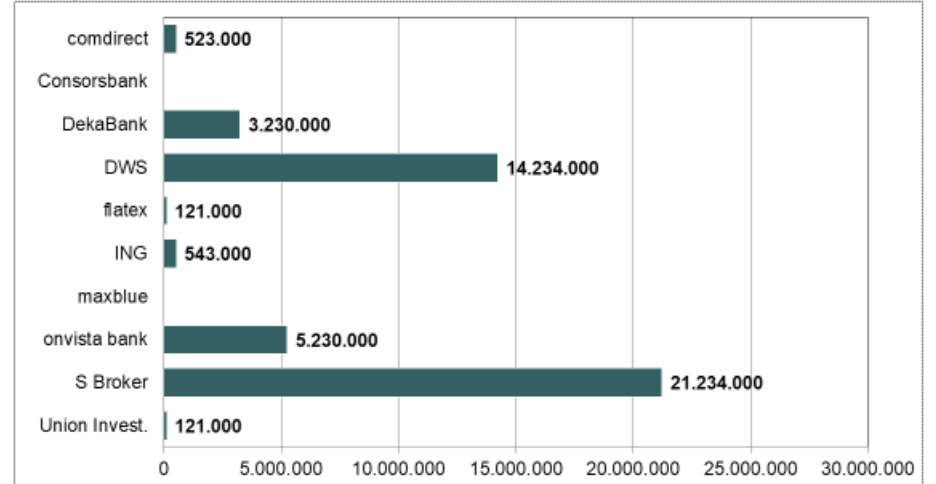


Quelle: AdVision digital, Berechnung durch research tools



### Kommunikation Werbung

Werbeausgaben der Anbieter für Wertpapierprodukte im Zeitraum August 2019 und Juli 2020 (Angaben in Euro)



Quelle: AdVision digital, Berechnung durch research tools



Marketing-Mix-Analyse  
Wertpapiere 2020



# Analysebeispiele (4)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Kommunikation

Social Media & PR

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

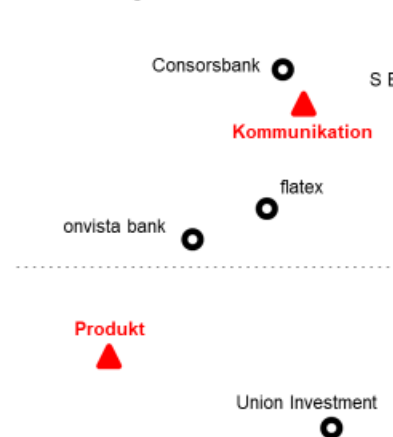
Anbieter	Facebook	Instagram	T
comdirect		30,0	
Consorsbank	40,0		
DekaBank			
DWS			
flatex			
ING		30,0	
maxblue	40,0		
onvista Bank			
S Broker			
Union Invest.		30,0	

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



### Marketing-Positionierung

Positionierung/Ähnlichkeit der Anbieter

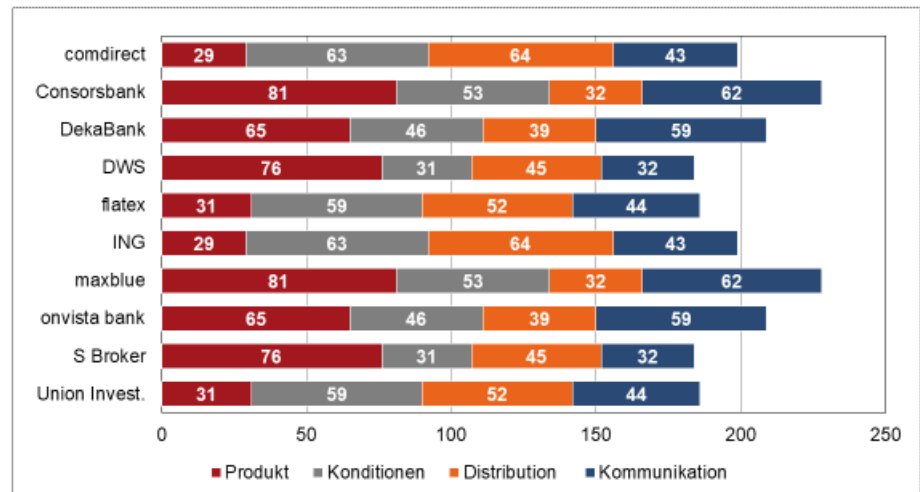


Welche Anbieter betreiben im Marketing-Mix hohen Aufwand?

### Marketingranking

Marketing-Mix gesamt

Marketing-Mix-Efforts (Angaben in Prozent)



In welchen PR-Medien weisen die Unternehmen Stärken auf?

# Bestellformular

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

**E-Mail:** [matijas.kocijan@research-tools.net](mailto:matijas.kocijan@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 Wertpapiere 2020.**

**Auftraggeber:**

Firma:

---

Ansprechpartner:

---

E-Mail:

---

Position/Funktion:

---

Datum, Ort, Unterschrift:

---

# Kontakt / Branchenerfahrung

## Ihr Ansprechpartner für diese Studie ist:

### Matijas Kocijan



Marketinganalytiker

M.Sc. Economics

Tel. +49 (0)711 - 55090382, Fax +49 (0)711 - 55090384

E-Mail: [matijas.kocijan@research-tools.net](mailto:matijas.kocijan@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 erschienene Studien zur Bankenbranche:

- Werbemarktanalyse Finanzierung 2020
- Studie Bankzielgruppe Mobile Device 2020
- Werbemarktanalyse Karten 2020
- Studie Bankzielgruppe Wertpapierbesitzer 2020
- Studie Vergleichsportal-Marketing Banken 2020
- Studie Paid Search Banken 2020

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. Zur Bankenbranche erschienen seit 2019 über 20 Studien. In der Studienreihe Marketing-Mix-Analysen wurden seit 2018 mehr als 20 Studien veröffentlicht.

