

+++ 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



Price

häufig niedrige
Jahreskosten:

➤ **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

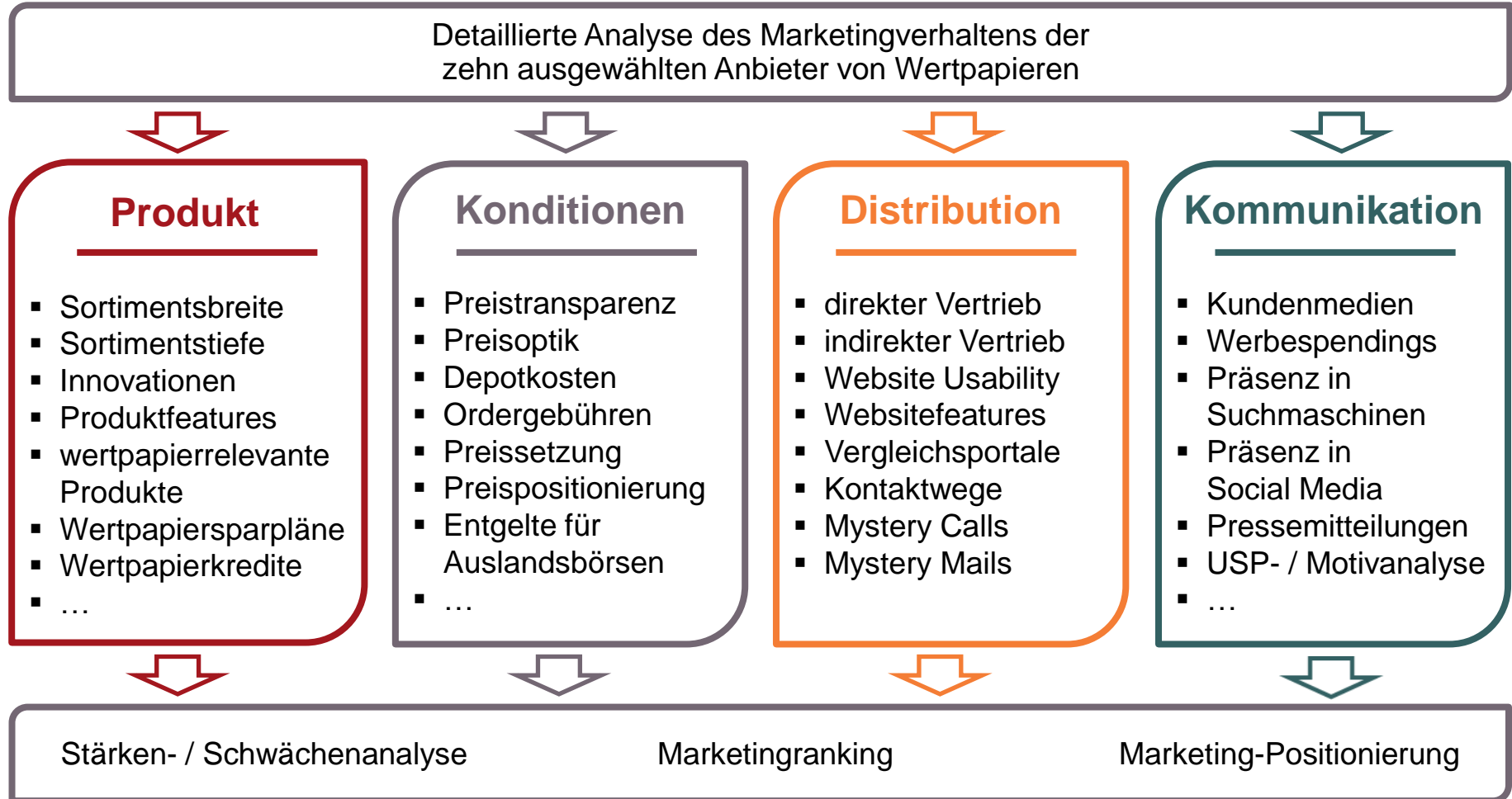
Union Investment

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

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



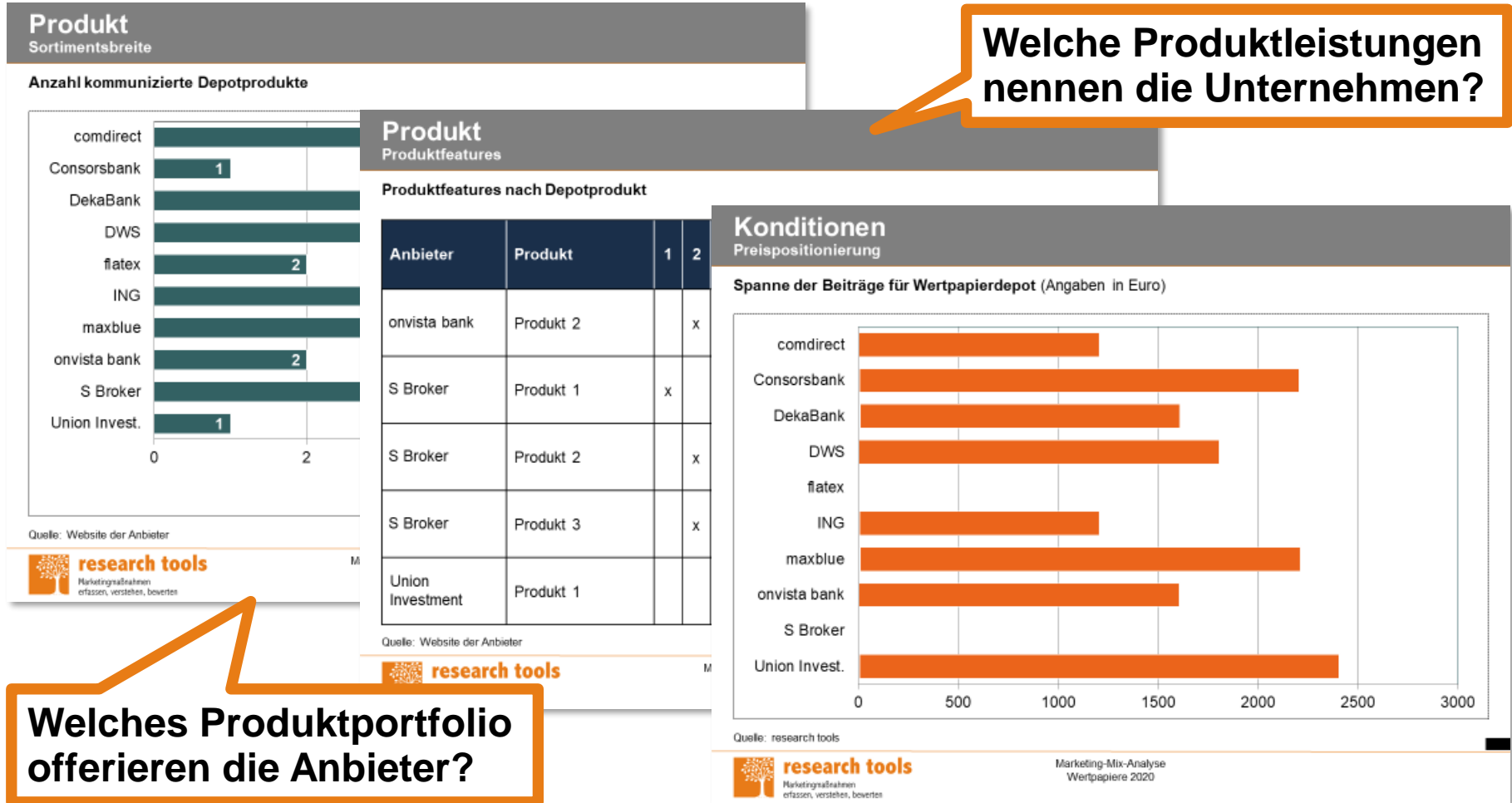
Inhaltsverzeichnis

▪ 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	Distribution	
	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

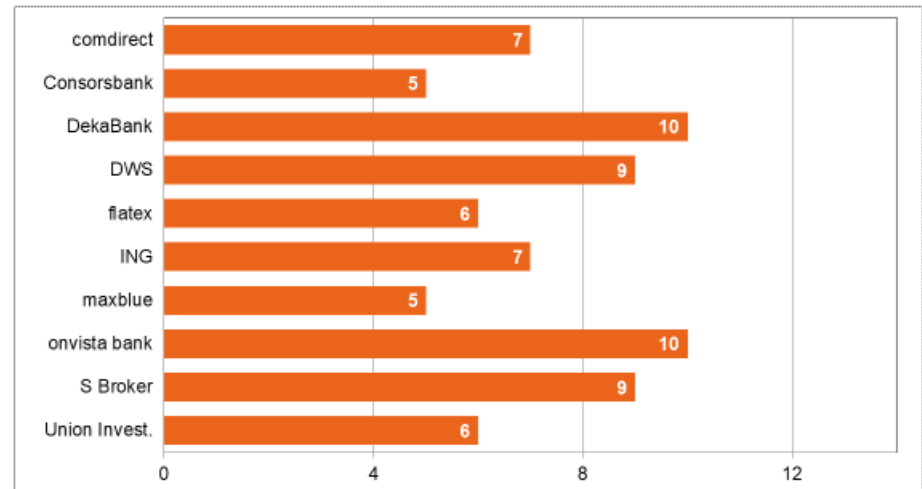
Quelle: research tools



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

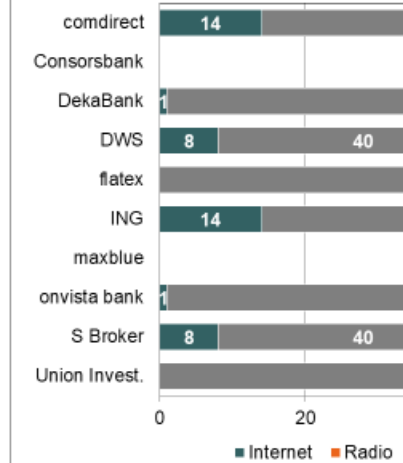


Welche Präsenz zeigen die Anbieter in Suchmaschinen?

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)

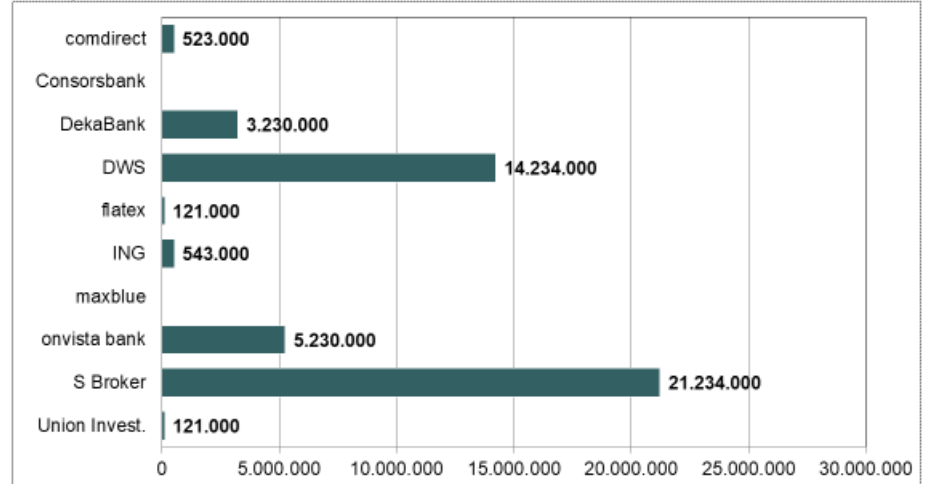


Quelle: AdVision digital, Berechnung durch research tools



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)

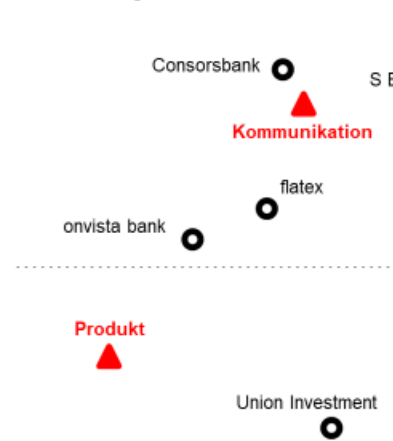
Anbieter	Facebook	Instagram	T
comdirect		30,0	
Consorsbank	40,0		
DekaBank			
DWS			
flatex			
ING		30,0	
maxblue	40,0		
onvista Bank			
S Broker			
Union Invest.		30,0	

Quelle: research tools; * Pressemitteilungen; ** Presseartikel



Marketing-Positionierung

Positionierung/Ähnlichkeit der Anbieter

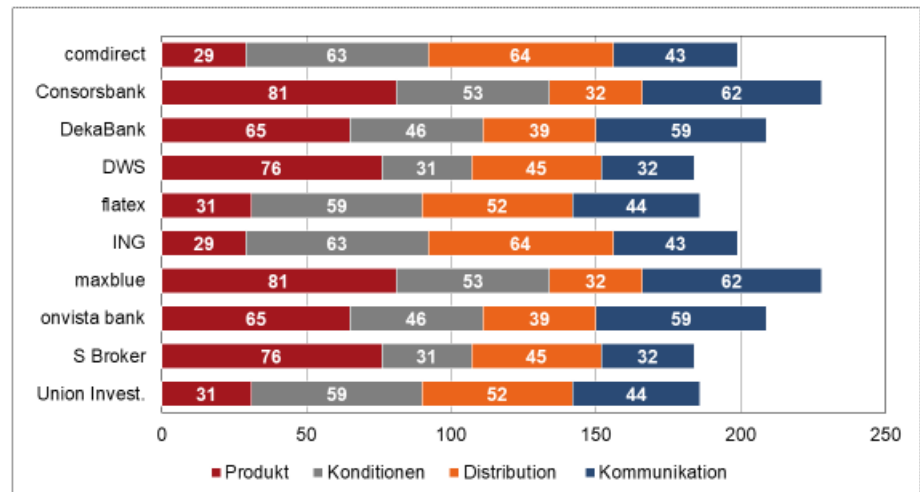


Welche Anbieter betreiben im Marketing-Mix hohen Aufwand?

Marketingranking

Marketing-Mix gesamt

Marketing-Mix-Efforts (Angaben in Prozent)



In welchen PR-Medien weisen die Unternehmen Stärken auf?



Marketing-Mix-Analyse
Wertpapiere 2020

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 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:

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

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.

