

+++ Commerzbank +++ Deka Bank +++ Deutsche Bank +++ DZ Bank +++ HypoVereinsbank +++ ING +++
LBBW +++ Mercedes-Benz Bank +++ Postbank +++ Santander +++ Commerzbank +++ Deka Bank +++ Deuts

Studiensteckbrief

Studie Sponsoring Banken 2019

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

Dezember 2019



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie
Sponsoring Banken 2019

Informationen zur Studie

Ausgewählte Key Facts:

- Der Sponsoringschwerpunkt der zehn analysierten Banken liegt in der Förderung von sozialen Projekten. Auf die beiden Themenbereiche Sport und Umwelt entfällt weniger als ein Fünftel aller Projekte.
- Innerhalb von zwölf Monaten verzeichnen die zehn Banken mehr als 120 neue Sponsoringprojekte.
- Bei den zehn Banken entfallen auf die spezifische Zielgruppe Kinder, Jugendliche sowie Studenten zusammen rund ein Drittel der analysierten Sponsoringprojekte.
- Die LBBW weist die höchste Anzahl an sozialen Projekten in ihrem Sponsoring-Projektportfolio auf. Die Deutsche Bank legt einen Fokus auf Kulturprojekte, Santander sponsert verstärkt Bildungsprojekte.
- Der Anteil regionaler Projekte liegt über alle zehn Kreditinstitute gesehen bei 58 Prozent.
- Etwa jedes zweite geförderte Projekt erfährt einmalige Unterstützung.
- Fast alle Postings in Social-Media-Kanälen werden mit Fotos und/oder Videos angereichert. Rund ein Drittel der visuellen Elemente sind Videos.
- Im Durchschnitt ist der Sponsor bei 72 Prozent der Projekte auf der Website des Sponsoringnehmers sichtbar.

Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

Scope: Analyse von **538 Sponsoringprojekten**

von **zehn** ausgewählten **Banken**

Sponsoringbereiche: Bildung, Kultur, Soziales, Sport, Umwelt

alle Information auf **187 PowerPoint-Seiten**

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

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

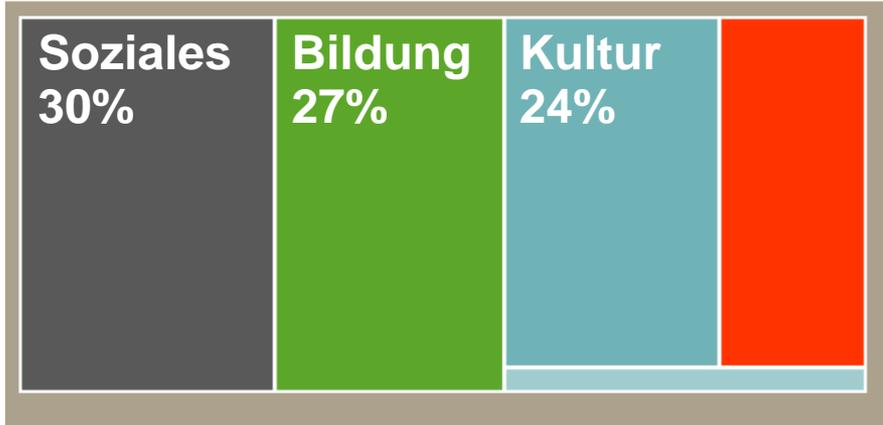
Nutzen: Basis für klare Positionierung, Benchmarking

untersuchte Banken:

- Commerzbank
- Deka Bank
- Deutsche Bank
- DZ Bank
- HypoVereinsbank
- ING
- LBBW
(inkl. BW-Bank)
- Mercedes-Benz Bank
- Postbank
- Santander

Informationen zur Studie

Key Facts der Analysebereiche:



größere Projekte:

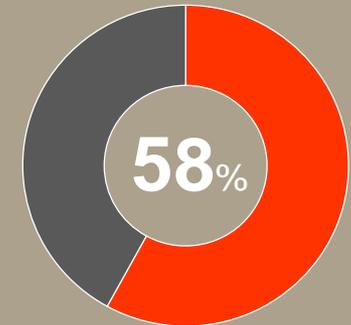
- UEFA Champions League (Santander)
- FC Bayern München (HypoVereinsb.)
- MMK Museum (Commerzbank)
- Startsocial (Deutsche Bank)
- ...



Projektanteil Top 3:



LBBW (inkl. BW-Bank)
Deutsche Bank
Commerzbank



Informationen zur Studie

Konzeption:

Detaillierte Analyse aller Sponsoringprojekte der zehn Banken

Themenbereich

Sponsoring in Bildung, Kultur, Soziales, Sport und Umwelt

Regionalität

Bestimmung des Aktionsradius

Funktion

Funktion des Sponsors

Social Media

Sponsoring in Facebook, Twitter und YouTube

Unterthemen

Analyse nach Themenbereichs-segmenten

Periodizität

Periodizität der Sponsoringprojekte

Stiftung

Anteil Stiftungsprojekte

Presse

Presseresonanz Sponsoringprojekte

Sponsoring-Kennzahlen

Sponsoring-Benchmarking

Positionierung der Sponsoren

Informationen zur Studie

Studieninhalte:

Analysen:

- Branchenüberblick zu den Themenbereichen
- Anbieterkennzahlen zu Themenbereichen, Reichweite, Periodizität, Funktion des Sponsors, Stiftungsprojekten
- Projekte nach Themenbereichen und Kategorien
- Übersicht über sämtliche Sponsoringprojekte im Zwölf-Monats-Zeitraum
- Kommunikation der Projekte in Presse und Social Media
- Sponsoringausgaben auf Hochrechnungsbasis im Anbietervergleich
- Statistische Positionierungsanalyse der Anbieter.

Die Studie in Zahlen:

- 538 analysierte Sponsoringprojekte
- 5 Themenbereiche
- 24 Unterthemen
- 10 Banken
- 3 analysierte Social Media Kanäle
- 112 Pressemitteilungen

Forschungsdesign:

Für die Studie wurden mittels Desk Research folgende Quellen ausgewertet: Anbieterwebsites, Tageszeitungen, Publikumszeitschriften und Fachzeitschriften, Social Media Kanäle, Suchmaschinenrecherche, Websites der Sponsoringnehmer. Die Analysen umfassen rund 538 Sponsoringprojekte von September 2018 bis August 2019. Erfasst wurden alle Sponsoringprojekte der Banken, die in den genannten Quellen Sichtbarkeit zeigten. Die Studie ist im Dezember 2019 erschienen.

Preis der Studie: Die 187 Seiten umfassende Studie kostet **3.200 EUR** zuzüglich MwSt.

Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	5
➤ Forschungsdesign	10
➤ Branchenüberblick	16
▪ Themenbereiche	20
▪ Themenübergreifende Kennzahlen	25
➤ Anbieterkennzahlen	27
▪ Überblick	33
▪ Themenanteile im Sponsorenvergleich	37
▪ Periodizität	44
▪ Regionalität	45
▪ Zielgruppen	46
▪ Funktion des Sponsors	47
▪ Stiftungsprojekte	48
➤ Sponsoringausgaben (Hochrechnung)	49
➤ Projektübersicht	58
▪ Commerzbank	61
▪ Deka Bank	66



Inhaltsverzeichnis

▪ Deutsche Bank	70
▪ DZ Bank	75
▪ HypoVereinsbank	79
▪ ING	83
▪ LBBW (inkl. BW-Bank)	86
▪ Mercedes-Benz Bank	91
▪ Postbank	94
▪ Santander	98
➤ Sponsoringleistungen	102
▪ Commerzbank	105
▪ Deka Bank	112
▪ Deutsche Bank	115
▪ DZ Bank	123
▪ HypoVereinsbank	127
▪ ING	130



Inhaltsverzeichnis

▪ LBBW (inkl. BW-Bank)	133
▪ Mercedes-Benz Bank	142
▪ Postbank	144
▪ Santander	147
➤ Kommunikation	152
▪ Kommunikationsniveau	156
▪ Social Media Postings	157
▪ Sichtbarkeit des Sponsors	159
▪ Timeline Social Media	160
▪ Pressearbeit	170
➤ Neue und wichtige Projekte	173
➤ Markenpositionierung	179
➤ Kontakt	186



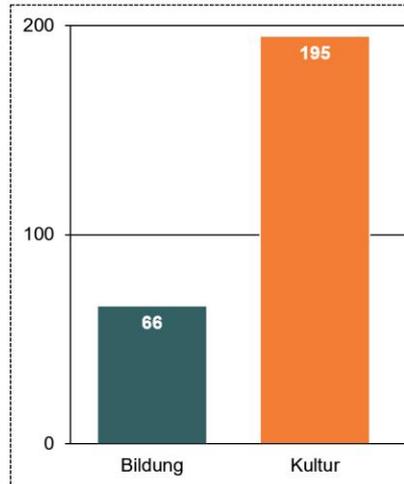
Analysebeispiele (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Branchenüberblick

Themenbereiche

Anzahl Sponsoringprojekte in den Themenbereichen



Branchenüberblick

Themenbereiche

Verteilung der Sponsoringprojekte auf Themenbereiche und Kategorien*



* zur Legende Sponsoringkategorien

Welchen Anteil halten die einzelnen Unterthemen?

research tools

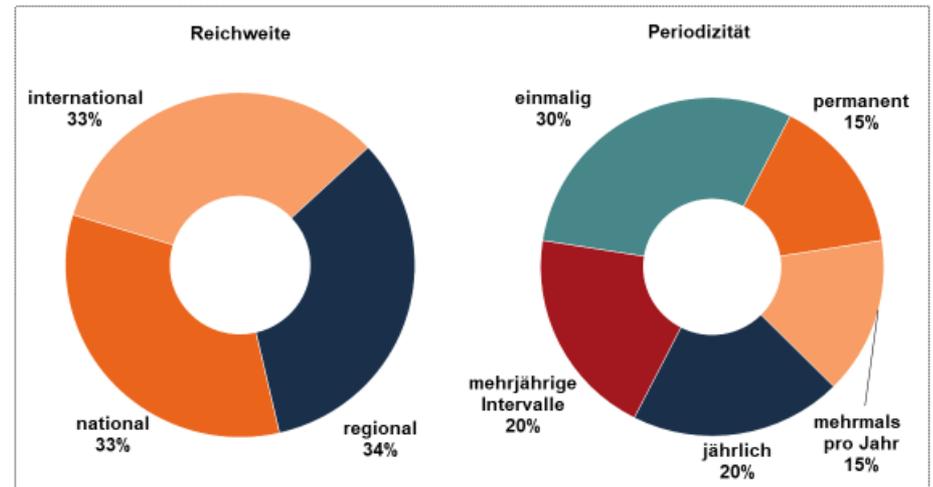
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Welcher Themenbereich dominiert im Sponsoring?

Branchenüberblick

Themenübergreifende Kennzahlen

Reichweite und Periodizität der Sponsoringprojekte (Angaben in Prozent aller Projekte)



research tools

Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

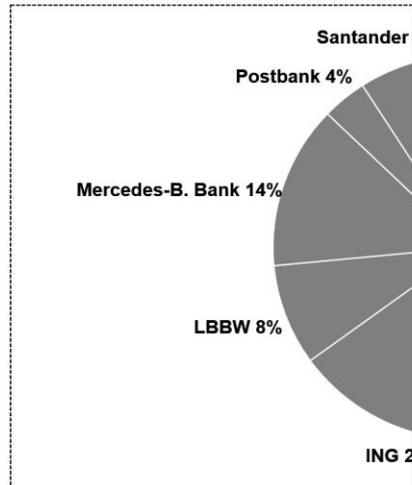
Studie Sponsoring Banken 2019

Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

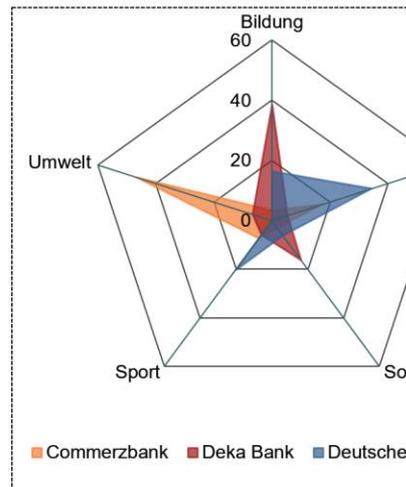
Anbieterkennzahlen Themenanteile im Sponsorenvergleich

Themenanteile Soziales der Anbieter



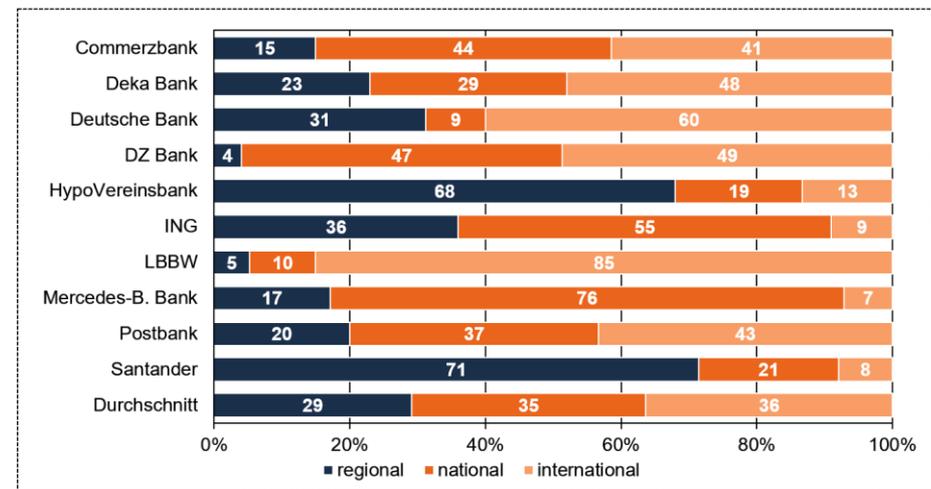
Anbieterkennzahlen Themenanteile im Sponsorenvergleich

Anteile der Anbieter an den Themenbereichen (Angaben in Prozent)



Anbieterkennzahlen Regionalität

Regionalität der Sponsoringprojekte nach Anbietern



Welche Bank setzt am stärksten auf internationale Projekte?

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Welche Anbieter halten im Sozialsponsoring hohe Anteile?

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Studie Sponsoring Banken 2019

45

Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Projektübersicht

Unternehmen A

Sponsoringprojekte nach Themenbereichen und Kategorien

Themenbereich	Kategorie	Sponsoring
Bildung	Hochschule	Goethe-Univ
	Professionals	TDWI Konfe
	SCH/VS*	Grundschule
	Wirtschaft	-
	Sonstiges	-
Kultur	Architektur	Dt. Architekt
	BK*	MMK Museu
	DK*	Stiftung für F
	Musik	Bundesjugei
	Sonstiges	-

* SCH/VS: Schule und Vorschule; BK: Bildende Kunst; DK: Darstelle

research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Sponsoringleistungen

Unternehmen C

Sponsoreneleistungen aller Projekte

Kategorie*	Sponsoringprojekt	Ablauf / L
HS	Berlin-B Akad./Wissens.	30.000 € f
	Dr.-Walter-Seipp-Preis	Preisverge
	FIRE Forschungszentr.	Gefördert
	Goethe-Universität	Gefördert
	Humboldt-Universität	Förderung
	Leopoldina Award	Preisverge
	Philipps-Universität	Gefördert
	EBS Universität	Das Unter
	Bergische Universität	Förderung
	PRO	Asia Pacific Conference
SCH/VS	Bildungspaten-Programm	Unternehm
	business@school	Bildungsir
	The English Theatre	Gesponse
	„Digit. Klassenzimmer“	Unterstütz
	Verbraucherschulen	Jährliche /
	Startup Teens	Unterstütz

* HS: Hochschule; PRO: Professionals; SCH/VS: Schule und Vorsc

research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

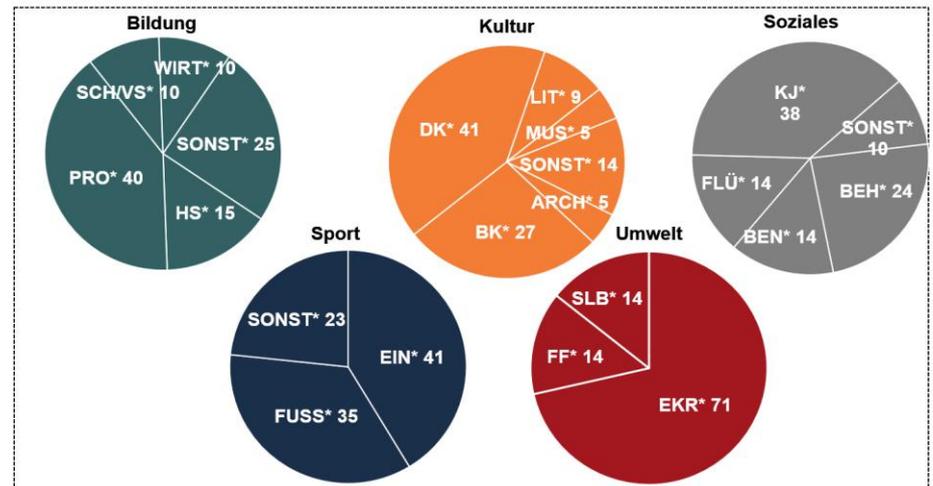
Welche Sponsoringprojekte werden im Einzelnen gefördert?

Welche Detaillleistungen erbringen die Kreditinstitute?

Sponsoringleistungen

Unternehmen B

Themenbereiche und Kategorien Unternehmen B (Angaben in Prozent)



* zur Legende Sponsoringkategorien

research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studie Sponsoring
Banken 2019

105

research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie
Sponsoring Banken 2019

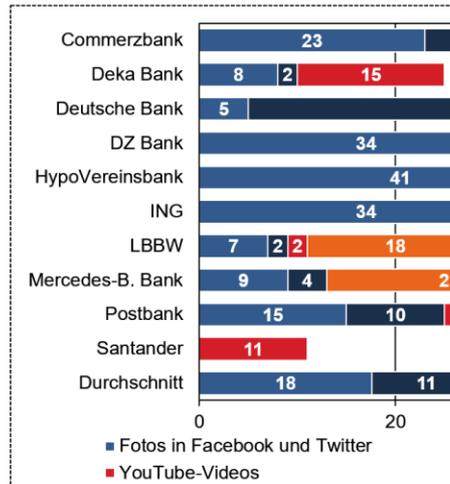
Analysebeispiele (4)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Kommunikation

Social Media Postings

Social Media Postings nach visuellen Elementen (Angabe als Anzahl der Postings)



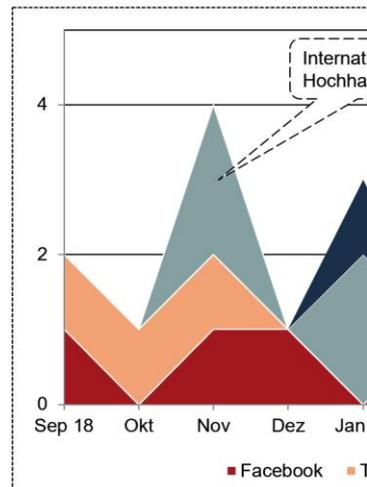
Quellen: Accounts der Anbieter auf Facebook, Twitter, YouTube



Kommunikation

Timeline Social Media

Anzahl der Postings nach Monaten – Unternehmen D



Quelle: Social Media-Seiten und Websites der Anbieter

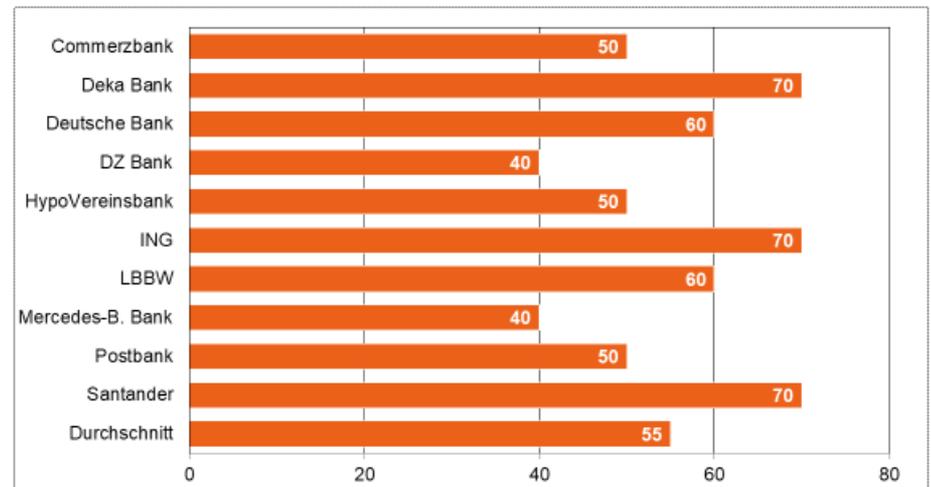


Welche Sichtbarkeit erzielt das Sponsoring?

Kommunikation

Sichtbarkeit des Sponsors

Sichtbarkeit des Sponsors auf der Website des Sponsoringnehmers (Angaben in Prozent)



Studie Sponsoring Banken 2019

Welche Social Media-Kanäle fokussieren die Banken?

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 3.200 EUR zzgl. MwSt. die
Studie Sponsoring Banken 2019

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 zur Bankenbranche erschienen:

- Marketing-Mix-Analyse Kreditkarten 2019
- Werbemarktanalyse Wertpapiere 2019
- Marketing-Mix-Analyse Ratenkredit 2019
- Werbemarktanalyse Banken 2019
- Marketing-Mix-Analyse Girokonto 2019
- Studie eVisibility Banken 2019

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. Zur Bankenbranche erschienen seit 2016 über 30 Studien. In der Studienreihe Sponsoring sind bisher insgesamt acht Studien erschienen.

