

+++ commerzbank.de +++ dkb.de +++ hanseaticbank.de +++ hypovereinsbank.de +++ lbs.de +++ mercedes-benz-bank.de +++ n26.com +++ volkswagenbank.de +++ vr.de +++ und weitere 219 Anbieter für Bankprodukte

Studiensteckbrief Studie eVisibility Banken 2017

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

März 2017



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie
eVisibility Banken 2017

Informationen zur Studie

Ausgewählte Ergebnisse:

- Unter den zehn Anbietern mit der größten eVisibility finden sich fünf Direktbanken und eine Versicherungsgesellschaft.
- Vier Anbieter aus den Top 10 weisen Sichtbarkeit in allen vier Online-Kategorien auf.
- Bei sechs der zehn Top-Anbieter entfällt die eVisibility zu mindestens 50 Prozent auf nur eine Online-Kategorie.
- 30 Prozent aller ermittelten Anbieter zeigen Präsenz über die Suchanzeigen.
- Innerhalb der Social Media vereint YouTube mit 48 Prozent die höchsten eVisibility-Anteile auf sich. Der Anteil von Google+ liegt bei 24 Prozent
- Auf Direktbanken entfallen 32 Prozent der Branchen-eVisibility. Bei den vier Bankengruppen zeigen sich starke Abweichungen der eVisibility vom Marktanteil.

Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

Detaillierte Analyse von 100 Anbietern für **Bankprodukte**
mit der höchsten eVisibility

Gesamtränge für **insgesamt 228 Anbieter**

in den vier Online-Kategorien **Suchtreffer, Suchanzeigen, Vergleichsportale, Social Media** auf Basis von 88 Top 10-Rankings

alle Informationen **im Wettbewerbsvergleich**
auf 72 PowerPoint-Seiten

als PDF-Datei **kurzfristig** verfügbar

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

Nutzen: Analyse der Sichtbarkeit im Internet,
umfassender Wettbewerbsüberblick

Untersuchte Anbieter:

- ...
- bankofscotland.de
- barclaycard.de
- ...
- consorsbank.de
- crediteurope.de
- creditplus.de
- debeka.de
- degussa-bank.de
- deka.de
- ...
- n26.com
- netbank.de
- ...

Informationen zur Studie

Konzeption:

Produktkategorien

- Baufinanzierung
- Bausparvertrag
- Festgeld
- Geldanlage
- Girokonto
- Kreditkarte
- Leasing
- Ratenkredit
- Sparbuch
- Tagesgeld
- Wertpapiere



Suchtreffer
(Organische
Suchmaschinen-
ergebnisse)

Suchanzeigen
(Paid Search)

**Vergleichs-
portale**
(Platzierungen
und Anzeigen)

Social Media
(Facebook,
Google+, Twitter,
YouTube,
YouTube-
Anzeigen)

Ranking

Positionierung

Informationen zur Studie

Die Studie analysiert unter anderem folgende **Aspekte**:

- welche Anbieter schalten Suchanzeigen in Suchmaschinen?
- welche Unternehmen sind bei der Suchergebnislistung on Top gelistet?
- welche Mitbewerber sind in Vergleichsportalen gelistet?
- mit welcher Präsenz machen die Banken in Social Media auf sich aufmerksam?
- welche Anbieter zeigen in ihrer eVisibility eine durchgehende Präsenz in allen vier Online-Kategorien?
- welchen Anteil an der gesamten eVisibility nehmen die einzelnen Kategorien ein?
- welche Großbanken, Bausparkassen, Wertpapierspezialisten finden sich unter den Top 100 eVisibility?
- welche Positionierung nehmen die Top 10 Anbieter im Wettbewerbsvergleich ein?

Forschungsdesign:

research tools ermittelt für die wichtigsten Produktkategorien zentrale Suchbegriffe und analysiert auf dieser Basis die Sichtbarkeit der Online-Shops im Internet innerhalb des deutschsprachigen Raums. Dabei werden die Platzierungen in Suchtreffern, Suchanzeigen, Vergleichsportalen und Social Media ausgewertet und zu einem Gesamtranking verdichtet. Die Studie wurde objektiv, unabhängig und neutral erstellt und ist im März 2017 erschienen.

Preis der Studie: Die 72 Seiten umfassende Studie kostet **800 EUR** zuzüglich Mehrwertsteuer.

Inhaltsverzeichnis

| | |
|--|----|
| ➤ Management Summary | 3 |
| ➤ Forschungsdesign | 8 |
| ➤ eVisibility-Rankings nach Online-Kategorien | 11 |
| ▪ Suchtreffer | 12 |
| ▪ Suchanzeigen | 14 |
| ▪ Vergleichsportale | 17 |
| ▪ Social Media | 23 |
| ▪ Gesamtranking nach Online-Kategorien | 29 |
| ▪ Gesamtranking Ränge 101ff | 41 |
| ▪ Gesamtranking Vorjahresvergleich | 43 |
| ➤ eVisibility-Rankings nach Suchbegriffen | 45 |
| ▪ Gesamtranking der Top 10 nach Suchbegriffen | 45 |
| ▪ Gesamtranking der Top 100 nach Suchbegriffen | 49 |
| ▪ Top 5 Rankings nach Suchbegriffen | 56 |
| ➤ eVisibility der Anbietergruppen | 59 |
| ▪ Gesamtranking nach eShop-Typen | 60 |
| ▪ Anteile der Top-Anbieter | 66 |
| ➤ eVisibility-Positionierung | 68 |
| ➤ Kontakt | 71 |



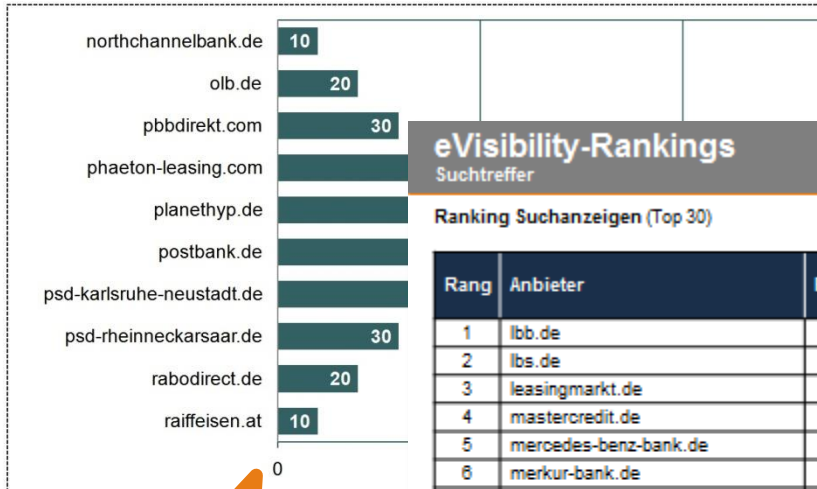
Beispieleiten (1)

Die Beispieleiten enthalten fiktive Daten

eVisibility-Rankings

Suchtreffer

Ranking Suchtreffer (Top 10)



eVisibility-Rankings

Suchtreffer

Ranking Suchanzeigen (Top 30)

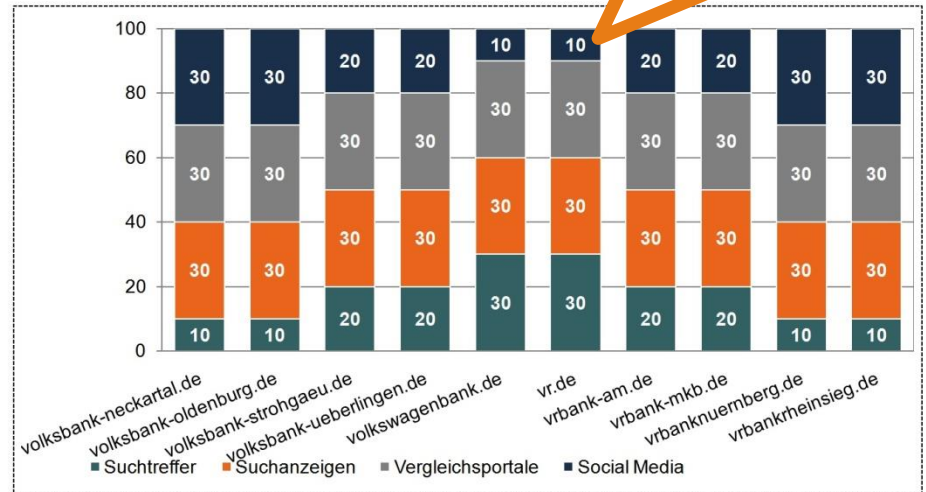
| Rang | Anbieter | P |
|------|--------------------------------|---|
| 1 | lbb.de | |
| 2 | lbs.de | |
| 3 | leasingmarkt.de | |
| 4 | mastercredit.de | |
| 5 | mercedes-benz-bank.de | |
| 6 | merkur-bank.de | |
| 7 | miles-and-more-kreditkarte.com | |
| 8 | mkhyp.de | |
| 9 | moneyou.de | |
| 10 | n26.com | |
| 11 | netbank.de | |
| 12 | nibodirect.de | |

Welche Schwerpunkte in den Bereichen der eVisibility setzen die Unternehmen?

eVisibility-Rankings

Gesamtranking nach

Gesamtranking (Top 10) in Anteilen (Angaben in %)



Welche Anbieter werden in Suchmaschinen on Top gelistet?

Beispielseiten (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

eVisibility-Rankings

Gesamtranking nach Online-Kategorien

Ranking eVisibility gesamt nach Kategorien (Top 100)

| Rang | Anbieter | Such-treffer | Such-anzeigen | Vergleichs-portale | Social Media |
|------|-------------------------------|--------------|---------------|--------------------|--------------|
| 1 | sigavest.de | 29,8 | 14,5 | 77,8 | 37,7 |
| 2 | sixt-leasing.de | 34,3 | 17,5 | 65,3 | 33,3 |
| 3 | skatbank.de | 14,1 | 0,5 | 50,5 | 25,1 |
| 4 | skodabank.de | 14,1 | 0,5 | 50,5 | 25,1 |
| 5 | sparda.de | 14,1 | 0,5 | 50,5 | 25,1 |
| 6 | sparda-bw.de | 14,1 | 0,5 | 50,5 | 25,1 |
| 7 | sparda-hessen.de | 14,1 | 0,5 | 50,5 | 25,1 |
| 8 | sparda-west.de | 14,1 | 0,5 | 50,5 | 25,1 |
| 9 | sparen-mit-hausinvest.de | 14,1 | 0,5 | 50,5 | 25,1 |
| 10 | sparkasse.at | 14,1 | 0,5 | 50,5 | 25,1 |
| 11 | sparkasse.de | 14,1 | 0,5 | 50,5 | 25,1 |
| 12 | sparkasse-aachen.de | 14,1 | 0,5 | 50,5 | 25,1 |
| 13 | sparkasse-bielefeld-online.de | 14,1 | 0,5 | 50,5 | 25,1 |
| 14 | sparkasse-guetersloh.de | 14,1 | 0,5 | 50,5 | 25,1 |
| 15 | sparkasse-neuwied.de | 14,1 | 0,5 | 50,5 | 25,1 |

eVisibility-Positionierung

Positionierung/Ähnlichkeit der Anbieter



Welche Performance zeigen die Top 10 eVisibility-Unternehmen in den Detailrankings?

eVisibility Gesamtranking

Ranking eVisibility gesamt nach Kategorien (Top 10)

| Rang | Anbieter | Such-treffer | | Such-anzeigen | | Vergleichs-portale | | Social Media | | Punkte gesamt |
|------|------------------------------|--------------|------|---------------|------|--------------------|------|--------------|------|---------------|
| | | Pkt. | Rang | Pkt. | Rang | Pkt. | Rang | Pkt. | Rang | |
| 1 | heloobank.at | 8,1 | 38 | 71,4 | 1 | 53,4 | 1 | 137,2 | 1 | 270,2 |
| 2 | hypovereinsbank.de | 28,0 | 5 | 40,2 | 3 | 0,0 | 73 | 82,6 | 2 | 150,8 |
| 3 | icscards.de | 26,1 | 6 | 47,3 | 2 | 8,3 | 47 | 62,8 | 5 | 144,6 |
| 4 | ikb.de | 0,0 | 110 | 30,4 | 8 | 10,0 | 37 | 76,0 | 4 | 116,4 |
| 5 | ing-diba.de | 0,0 | 110 | 26,8 | 11 | 8,3 | 47 | 77,7 | 3 | 112,8 |
| 6 | interhyp.de | 17,1 | 13 | 36,6 | 6 | 38,4 | 5 | 19,8 | 13 | 112,0 |
| 7 | kitzventure.com | 0,0 | 110 | 3,6 | 69 | 40,1 | 4 | 44,6 | 7 | 88,3 |
| 8 | klarna.com | 8,1 | 38 | 0,0 | 102 | 46,7 | 2 | 28,1 | 9 | 83,0 |
| 9 | kreissparkasse-ravensburg.de | 0,0 | 110 | 6,3 | 48 | 25,0 | 10 | 46,3 | 6 | 77,6 |
| 10 | ksk-fds.de | 11,7 | 24 | 27,7 | 10 | 35,1 | 6 | 0,0 | 57 | 74,5 |



Welche Positionierung und Fokussierung nehmen die Anbieter im Wettbewerbsumfeld ein?



Studie eVisibility Banken 2017

Studie eVisibility Banken 2017

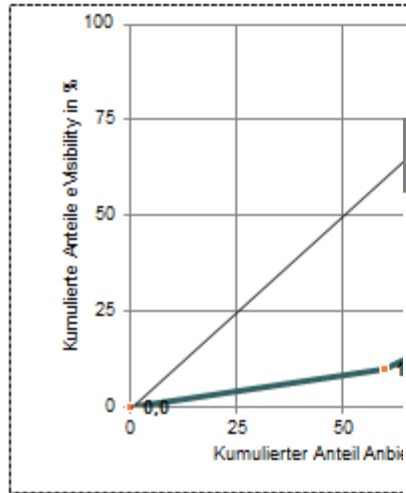
Beispieleiten (3)

Die Beispieleiten enthalten fiktive Daten

eVisibility der Anbietergruppen

Anteile der Top-Anbieter

Kumulierte Anteile eVisibility (Angaben in %, Darstellung als Lorenzkurve)



eVisibility-Rankings nach Gesamtranking nach Suchbegriffen

Gesamtranking nach Suchbegriffen (Top 10, e)

| | | | | | |
|----------------|----|----|----|----|----|
| dhbbank.de | 30 | 40 | 25 | 20 | |
| diebank.de | 20 | 20 | 50 | 35 | |
| die-vrbank.de | 25 | 40 | 45 | | |
| dkb.de | 20 | 20 | 30 | 55 | |
| dl-leasing.com | 30 | 20 | 45 | 20 | |
| drklein.de | 20 | 40 | 35 | 40 | |
| dws.de | 25 | 30 | 20 | 25 | 60 |
| dzbank.de | 20 | 20 | 30 | 40 | |
| easycredit.de | | 40 | 25 | 20 | |
| ebase.com | 20 | 20 | 50 | | |



Welche Trefferquote ergeben die Suchbegriffe?

Welche sind die Top-Anbieter bei Differenzierung nach Anbietertyp?

eVisibility der Gesamtranking nach Anbieter-Typ

Top 5 nach Anbieter-Typ (Rang und Punktezahl)

Direktbanken

| | | |
|-----|-------------------|------|
| 1. | consorsbank.de | 10,7 |
| 3. | bankofscotland.de | 10,3 |
| 10. | n26.com | 9,1 |
| 11. | netbank.de | 7,8 |
| 49. | rabodirect.de | 4,9 |

Filialbanken

| | | |
|-----|--------------------|------|
| 54. | hypovereinsbank.de | 12,2 |
| 72. | denizbank.de | 9,8 |
| 77. | deutsche-bank.de | 8,5 |
| 78. | gls.de | 5,4 |
| 79. | merkur-bank.de | 5,3 |

Bausparkassen

| | | |
|-----|---------------------|------|
| 61. | bhw.de | 25,8 |
| 68. | bkm.de | 24,7 |
| 94. | lbs.de | 22,4 |
| 99. | schwaebisch-hall.de | 20,0 |

Autobanken

| | | |
|-----|------------------------|------|
| 19. | audibank.de | 12,2 |
| 23. | mercedes-benz-bank.de | 11,8 |
| 30. | renault-bank-direkt.de | 10,6 |
| 32. | skodabank.de | 10,3 |
| 46. | volkswagenbank.de | 9,1 |



Studie eVisibility Banken 2017

1. Festgeld, 3. Tagesgeld, 4. Baufinanzierung, 5. Bausparvertrag, 6. Wertpapiere, 7. Kreditkarte, 8. Ratenkredit, 9. Leasing

Studie eVisibility Banken 2017

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 800 EUR zzgl. MwSt. die
Studie eVisibility Banken 2017.

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

Zuletzt erschienen zur Bankenbranche:

- Studie Operatives Produktmarketing Banken 2017
- Marketing-Mix-Analyse Sparprodukte 2017
- Studie Bankzielgruppe Baufinanzierer 2016
- Studie Unternehmensprofile Banken 2016
- Marketing-Mix-Analyse Bausparen 2016
- Studie Sponsoring Banken 2016

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. Seit 2015 sind 19 Studien zur Bankenbranche erschienen. In der Studienreihe eVisibility sind innerhalb von zwölf Monaten 30 Studien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

