

+++ barclays.de +++ comdirect.de +++ commerzbank.de +++ consorsbank.de +++ ing.de +++ interhyp.de +++ leasingmarkt.de +++ n26.com +++ null-leasing.com +++ postbank.de +++ psd-nuernberg.de +++ santander.de +++ sparkasse.de +++ targobank.de +++ und weitere 194 Banken +++

Studiensteckbrief

Studie eVisibility Banken 2025

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

April 2025



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie
eVisibility Banken 2025

Informationen zur Studie

Nutzwert der Studie:



Welche der **208 Anbieter** haben die beste eVisibility, welche bekannten Marken finden sich jenseits der Top 50, welche Newcomer zeigen Internetsichtbarkeit?



In welchen **Produktkategorien** sind welche Anbieter besonders sichtbar?



Welche **Vergleichsportale** sind in meiner Branche wichtig?



Welche **Positionierung** nehmen die Top 10-Anbieter im Wettbewerbsvergleich ein?



Wer sind die **Benchmarks** bei SERPs, Paid Search, Vergleichsportalen und Social Media?

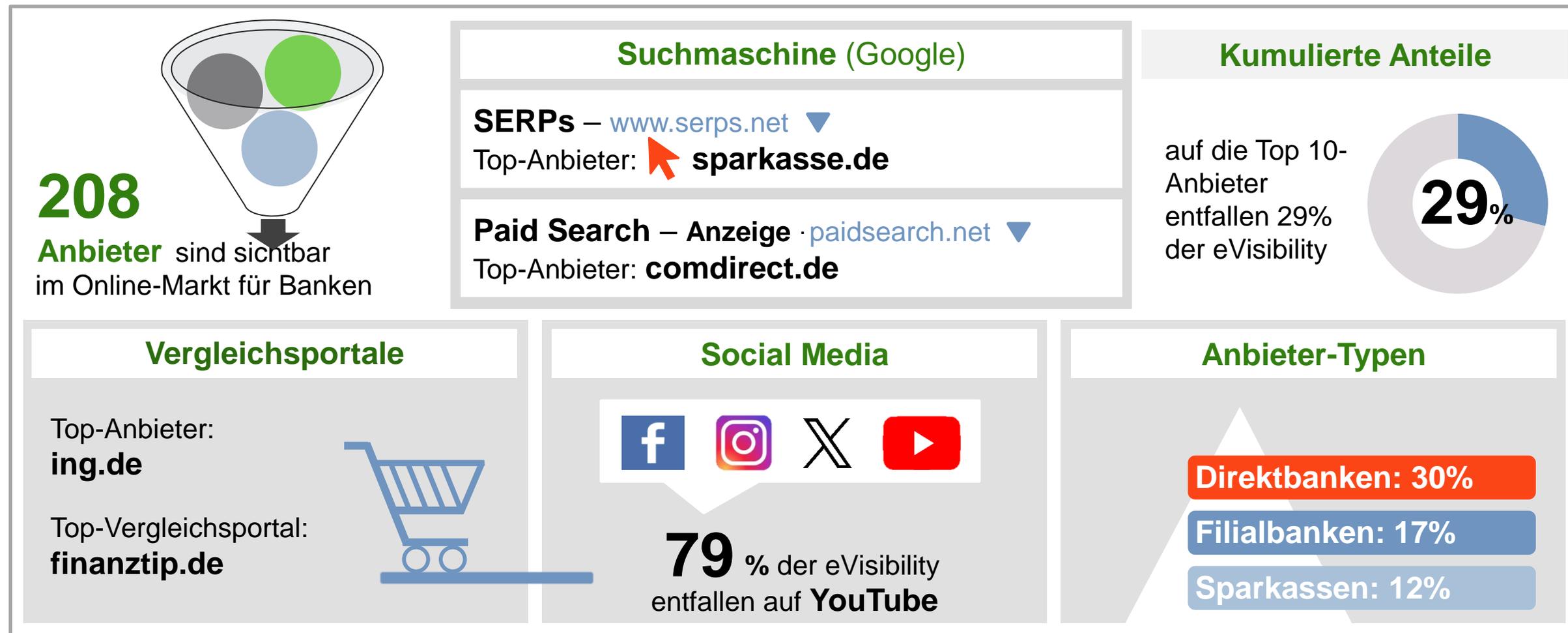


Welche Unternehmen konnten ihre Internetsichtbarkeit im **Vergleich zur Vorgängerstudie** am stärksten verbessern?



Informationen zur Studie

Key Facts der Online-Kategorien:



Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

Detaillierte Analyse von 100 Banken mit der höchsten eVisibility

Gesamtränge für **insgesamt 208 Anbieter**

in den Online-Kategorien **organische Suchmaschinenergebnisse, Paid Search, Vergleichsportale, Social Media** auf Basis von 96 Top 10-Rankings

alle Informationen **im Wettbewerbsvergleich** auf 77 PowerPoint-Seiten

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

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

Nutzen: Benchmarks zur Sichtbarkeit im Internet, umfassender Wettbewerbsüberblick Handel und Marken

208 Anbieter mit eVisibility:

- ...
- hanseaticbank.de
- haspa.de
- hmpbrokers.com
- ...
- sparkasse-aachen.de
- sparkasse-bochum.de
- sparkasse-darmstadt.de
- ...
- vreg.de
- vr-genobank.de
- wfs.de
- ...



Informationen zur Studie

Konzeption:

Produktkategorien & Suchbegriffe

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



Ranking insgesamt

Ranking nach Online-Kategorien

Ranking nach Suchbegriffen

Ranking nach Anbietertyp

Positionierung

Informationen zur Studie

Studieninhalte:

Die Studie in Zahlen:

208

Banken

4

Online-Kategorien: organische Suchmaschinenergebnisse, Paid Search, Vergleichsportale, Social Media

12

Suchbegriffe

14

Anbietergruppen

96

Top 10-Rankings

Forschungsdesign:

research tools ermittelt für die wichtigsten Produktkategorien zentrale Suchbegriffe und analysiert auf dieser Basis die Sichtbarkeit der Anbieter im Internet innerhalb des deutschsprachigen Raums. Dabei werden die Anbieter individuell gesichtet, die Platzierungen in den organischen Suchmaschinenergebnissen, Paid Search, Vergleichsportalen und Social Media von den Marketinganalytikern ermittelt, analysiert und zu einem Gesamtranking verdichtet. Die Studie wurde objektiv, unabhängig und neutral erstellt und ist im April 2025 erschienen.

Preis der Studie: Die 77 Seiten umfassende Studie kostet **1.200 EUR** zuzüglich Mehrwertsteuer.



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie
eVisibility Banken 2025

Inhaltsverzeichnis

| | |
|--|----|
| ➤ Management Summary | 3 |
| ➤ Forschungsdesign | 9 |
| ➤ eVisibility-Rankings nach Online-Kategorien | 12 |
| ▪ organische Suchmaschinenergebnisse | 13 |
| ▪ Paid Search | 15 |
| ▪ Vergleichsportale | 18 |
| ▪ Social Media | 23 |
| ▪ Gesamtranking nach Online-Kategorien | 30 |
| ▪ Gesamtranking Ränge 101ff | 42 |
| ▪ Gesamtranking Vergleich mit Vorgängerstudie | 43 |
| ➤ eVisibility-Rankings nach Suchbegriffen | 49 |
| ▪ Gesamtranking der Top 10 nach Suchbegriffen | 50 |
| ▪ Gesamtranking der Top 100 nach Suchbegriffen | 53 |
| ▪ Top 5 Rankings nach Suchbegriffen | 60 |
| ➤ eVisibility der Anbietergruppen | 63 |
| ▪ Gesamtranking nach Anbieter-Typen | 64 |
| ▪ Anteile der Top-Anbieter | 71 |
| ➤ eVisibility-Positionierung | 73 |
| ➤ Kontakt | 76 |

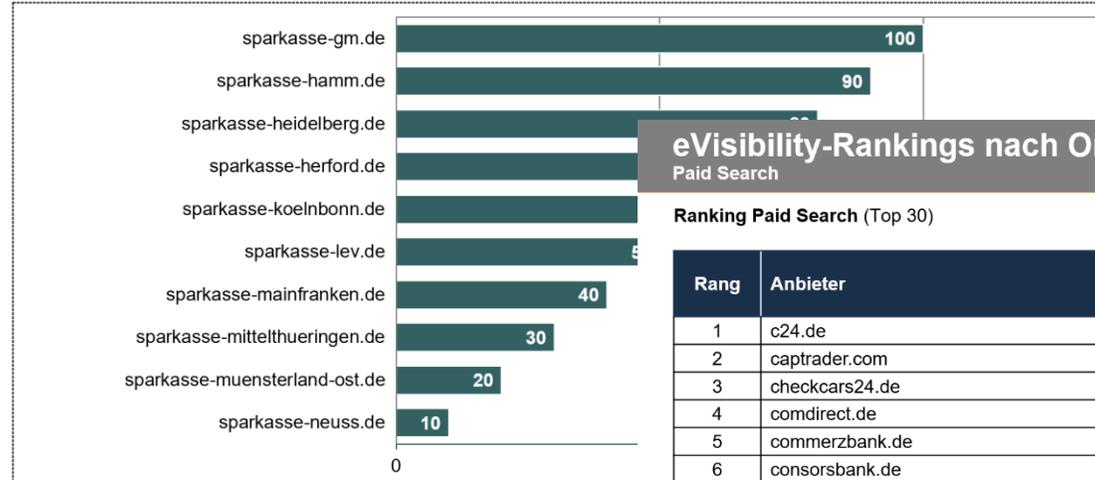


Analysebeispiele (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

eVisibility-Rankings nach Online-Kategorien Organische Suchmaschinenergebnisse

Ranking organische Suchmaschinenergebnisse (Top 10, Angaben als eVisibility-Punkte*)



* ein Anbieter, der bei allen Suchbegriffen Platz eins belegt, könnte maximal 182 Punkte erreichen.



Studie eVisi
Banken 2025

Welche Anbieter dominieren bei Suchanzeigen?

eVisibility-Rankings nach Online-Kategorien Paid Search

Ranking Paid Search (Top 30)

| Rang | Anbieter |
|------|----------------------|
| 1 | c24.de |
| 2 | captrader.com |
| 3 | checkcars24.de |
| 4 | comdirect.de |
| 5 | commerzbank.de |
| 6 | consorsbank.de |
| 7 | deutsche-leasing.com |
| 8 | dkb.de |
| 9 | easycredit.de |
| 10 | ethikbank.de |
| 11 | flatex.de |
| 12 | fyrst.de |
| 13 | ginmon.de |
| 14 | gls.de |
| 15 | hanseaticbank.de |

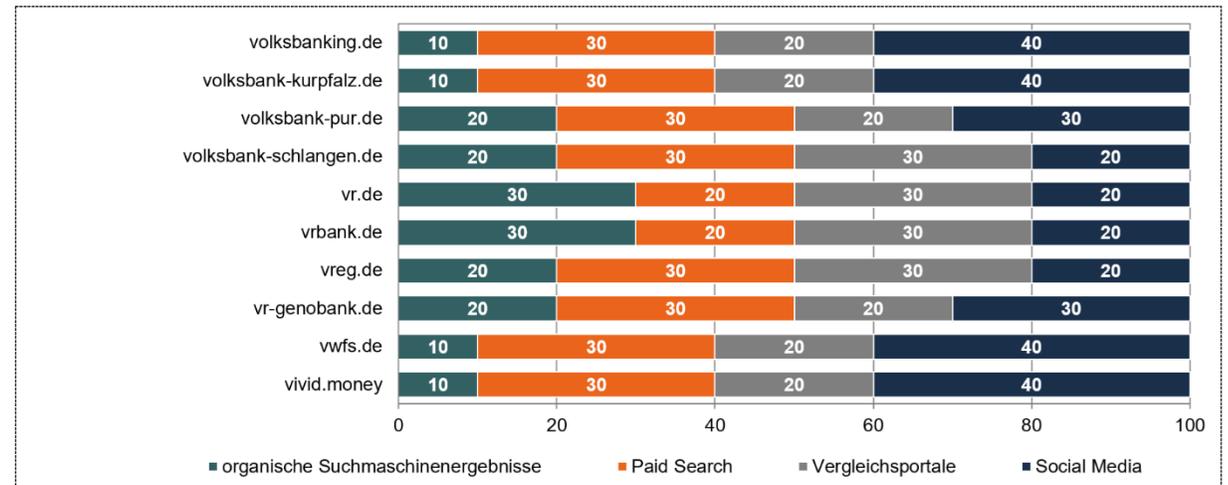


Studie eVisibility
Banken 2025

In welchen Online-Kategorien zeigt sich Potenzial?

eVisibility-Rankings nach Online-Kategorien Gesamtranking nach Online-Kategorien

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



Studie eVisibility
Banken 2025

Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

eVisibility-Rankings nach Online-Kategorien

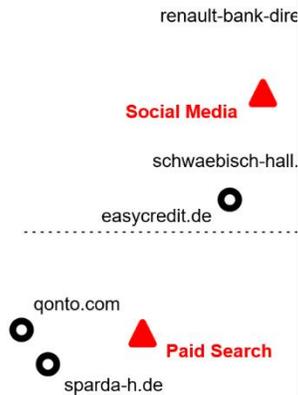
Gesamtranking nach Online-Kategorien

Ranking eVisibility gesamt nach Kategorien

| Rang | Anbieter | org. Such-ergebnisse | | Paid Search | | Vergleichs-portale | | Social Media | |
|------|-----------------------|----------------------|------|-------------|------|--------------------|------|--------------|-----|
| | | Punkte | % | Punkte | % | Punkte | % | Punkte | % |
| 1 | advanzia.com | 106,0 | 56,1 | 82,9 | 43,9 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| 2 | akbank.de | 50,6 | 33,1 | 65,5 | 42,8 | 36,8 | 24,1 | 0,0 | 0,0 |
| 3 | akf.de | 28,5 | 19 | | | | | | |
| 4 | allvest.de | 31,6 | 23 | | | | | | |
| 5 | americanexpress.com | 0,0 | 0 | | | | | | |
| 6 | anadibank.com | 41,1 | 32 | | | | | | |
| 7 | awa7.de | 53,8 | 44 | | | | | | |
| 8 | bank11.de | 0,0 | 0 | | | | | | |
| 9 | bankofscotland.de | 0,0 | 0 | | | | | | |
| 10 | barclays.de | 0,0 | 0 | | | | | | |
| 11 | bbbank.de | 3,2 | 5 | | | | | | |
| 12 | berliner-sparkasse.de | 4,7 | 8 | | | | | | |
| 13 | bigbank.de | 7,9 | 14 | | | | | | |
| 14 | bkm.de | 0,0 | 0 | | | | | | |
| 15 | bmwbank.de | 17,4 | 34 | | | | | | |

eVisibility-Positionierung

Positionierung/Ähnlichkeit der Anbieter



Welche Performance zeigen die Anbieter in den Detailrankings?

eVisibility-Rankings nach Online-Kategorien

Gesamtranking nach Online-Kategorien

Ranking eVisibility gesamt nach Kategorien (Top 10)

| Rang | Anbieter | org. Such-ergebnisse | | Paid Search | | Vergleichs-portale | | Social Media | | Punkte gesamt |
|------|------------------|----------------------|------|-------------|------|--------------------|------|--------------|------|---------------|
| | | Punkte | Rang | Punkte | Rang | Punkte | Rang | Punkte | Rang | |
| 1 | ing.de | 8,1 | 38 | 71,4 | 1 | 53,4 | 1 | 137,2 | 1 | 270,1 |
| 2 | interhyp.de | 28,0 | 5 | 40,2 | 3 | 0,0 | 73 | 82,6 | 2 | 189,3 |
| 3 | kontist.com | 26,1 | 6 | 47,3 | 2 | 8,3 | 47 | 62,8 | 5 | 161,5 |
| 4 | leasingmarkt.de | 0,0 | 110 | 30,4 | 8 | 10,0 | 37 | 76,0 | 4 | 144,5 |
| 5 | meinebank.de | 0,0 | 110 | 26,8 | 11 | 8,3 | 47 | 77,7 | 3 | 143,6 |
| 6 | meine-rvb.de | 17,1 | 13 | 36,6 | 6 | 38,4 | 5 | 19,8 | 13 | 135,8 |
| 7 | mkbag.de | 0,0 | 110 | 3,6 | 69 | 40,1 | 4 | 44,6 | 7 | 125,2 |
| 8 | n26.com | 8,1 | 38 | 0,0 | 102 | 46,7 | 2 | 28,1 | 9 | 102,6 |
| 9 | norisbank.de | 0,0 | 110 | 6,3 | 48 | 25,0 | 10 | 46,3 | 6 | 96,2 |
| 10 | null-leasing.com | 11,7 | 24 | 27,7 | 10 | 35,1 | 6 | 0,0 | 57 | 74,5 |

Wie positionieren sich die Top 10 im Wettbewerbsumfeld?

research tools
Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

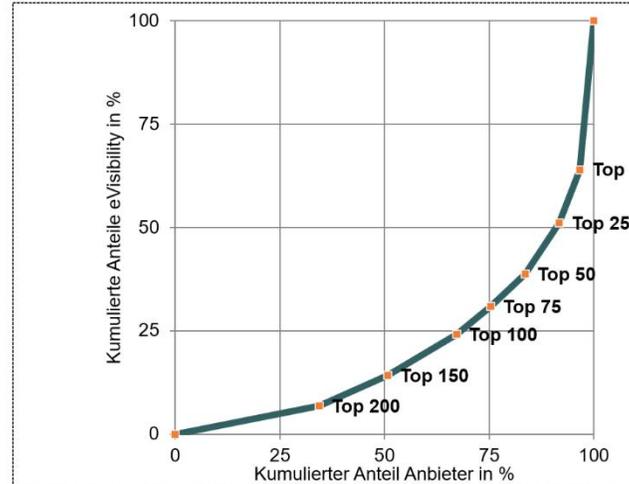
Studie eVisibility
Banken 2025

Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

eVisibility der Anbietergruppen Anteile der Top-Anbieter

Kumulierte Anteile eVisibility



Die nebenstehende Lorenzkurve ist ein Indikator für die Konzentration der eVisibility der Anbieter mit der größten eVisibility. Die Kurve nach unten durchhängt, desto die Konzentration. Die ausgewiesenen

eVisibility-Rankings nach Suchbegriffen Gesamtranking der Top 10 nach Suchbegriffen

Gesamtranking nach Suchbegriffen (Top 10, abs...

| | | |
|------------------|----|----|
| olb.de | 15 | 30 |
| opelbank.de | 20 | 20 |
| openbank.de | 25 | 10 |
| oskar.de | 20 | 20 |
| pax-bank.de | 15 | 30 |
| pbbdirekt.com | 20 | |
| postbank.de | 25 | |
| psd-nord.de | 20 | 20 |
| psd-nuernberg.de | 15 | 10 |
| qonto.com | 20 | 20 |

eVisibility der Anbietergruppen Gesamtranking nach Anbieter-Typen

Top 5 nach Anbieter-Typ (Angaben als eVisibility-Rang und -Punkte)

| Direktbanken | | |
|--------------|---------------|-------|
| 1. | 1822direkt.de | 105,7 |
| 2. | dkb.de | 101,3 |
| 9. | fyrst.de | 88,5 |
| 17. | qonto.com | 72,9 |
| 22. | swkbank.de | 71,8 |

| Filialbanken | | |
|--------------|------------------|------|
| 15. | bbbank.de | 76,5 |
| 18. | consorsfinanz.de | 72,6 |
| 21. | creditplus.de | 72,2 |
| 35. | deutsche-bank.de | 64,7 |
| 40. | grenke.de | 59,5 |

| Bausparkassen | | |
|---------------|-----------------|------|
| 61. | bhw.de | 33,6 |
| 68. | bkm.de | 30,7 |
| 94. | lbs.de | 22,4 |
| 99. | si-bausparen.de | 20,0 |
| 103. | wuestenrot.de | 18,7 |

| Autobanken | | |
|------------|------------------------|------|
| 19. | bmwbank.de | 72,2 |
| 23. | opelbank.de | 71,6 |
| 24. | renault-bank-direkt.de | 70,6 |
| 32. | vwfs.de | 68,5 |

Welche Unternehmen liegen in ihrer Anbietergruppe vorne?

In welchen Produktkategorien besteht Optimierungspotenzial?

Suchbegriffe: 1. Girokonto, 2. Festgeld, 3. Tagesgeld, 4. Baufinanzierung, 5. Bausparvertrag, 6. Wertpapiere, 7. Kreditkarte, 8. Ratenkredit, 9. Leasing, 10. Spargbuch, 11. Geldanlage, 12. Girokonto

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 1.200 EUR zzgl. MwSt. die **Studie eVisibility Banken 2025**.

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

Seit 2005 arbeitete research tools für mehr als 100 Banken. In der Bankenbranche hat research tools bereits über 150 Studien veröffentlicht.

Innerhalb der vergangenen zwölf Monate sind mehr als 30 eVisibility-Studien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

Zuletzt zur Bankenbranche erschienen :

- Werbemarktanalyse Banken 2025
- Studie Customer Journey Online Broker 2025
- Studie Operatives Produktmarketing Banken 2025
- Studie Bankzielgruppe Ratenkreditnehmer 2024
- Studie Kundenpfade Banken 2024
- Werbemarktanalyse Karten 2024

Bankenbranche: seit 2020 mehr als 50 Studien veröffentlicht

