

++ auxmoney +++ Commerzbank +++ Deutsche Bank +++ ING-DiBa +++ Mastercard +++ Postbank+++ Sparkassen +++ Targobank +++ Union Investment +++ VR-Banken +++ 300 FDLs mit quant. 5-Jahres-Trends

Studiensteckbrief

Werbemarktanalyse Banken 2018

Trends – Benchmarks – Strategien

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

April 2018

powered by:



Informationen zur Studie

Ausgewählte Key Facts:

- Für die mediale Kommunikation haben die werbungtreibenden Banken und Finanzdienstleister innerhalb eines Jahres insgesamt rund 700 Millionen Euro ausgegeben.
- ‚Bargeldloser Zahlungsverkehr‘ und ‚Vermögensmanagement‘ sind die Aufsteigermärkte. In beiden Produktmärkten hat das Werbevolumen im Vorjahresvergleich um mehr als 15 Millionen Euro zugenommen.
- Im Durchschnitt werben pro Monat 397 Marken im Bankenmarkt. Werbepeaks fallen auf die Monate September bis Dezember.
- Die Werbekonzentration der drei Topwerber summiert sich auf 23 Prozent.
- Seit Jahren ist TV das Top-Werbemedium, aktuell mit einem Anteil von mehr als 50 Prozent. Auf Platz zwei liegt das Werbemedium Internet-Bannerwerbung.
- 14 Anbieter werben mit einem Volumen von mehr als zehn Millionen Euro, fünf davon haben ihre Werbeaktivitäten im Vergleich zum Vorjahr ausgeweitet.
- Die Erfolgsfaktoren ‚Alleinstellung‘ und ‚Designkonsistenz‘ sind in der Branche der aktuell größte Schwachpunkt unter den qualitativen Werbeerfolgsfaktoren.

Informationen zur Studie

Key Facts der Analysebereiche:

Werbevolumen Banken

2016/2017:
657 Mio €

2017/2018:
695 Mio €



Mediensplit



Radiowerber Nr. 1:
Renault Bank

14 Produktmärkte

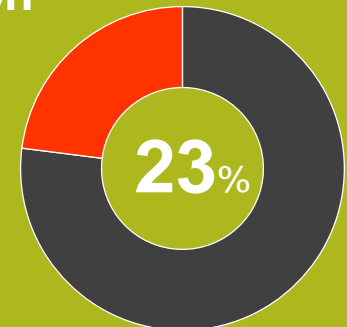


Top-Volumenmarkt:
Image
Top-Aufsteigermarkt:
**bargeldloser
Zahlungsverkehr**

Werbekonzentration



**Deutsche Bank
ING-DiBa
Targobank**



Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

Werbetrends für die **300 Banken** und **Finanzdienstleister**
mit den höchsten Werbeausgaben

detaillierte **qualitative und quantitative Analyse** für 10 Top-Werber

in **14 Teilmärkten**, darunter zwölf im Detail wie z.B. bargeldloser
Zahlungsverkehr, Baufinanzierung, Girokonto, Ratenkredit, Wertpapiere

alle Informationen im **Wettbewerbsvergleich**
auf 291 PowerPoint-Seiten

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

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

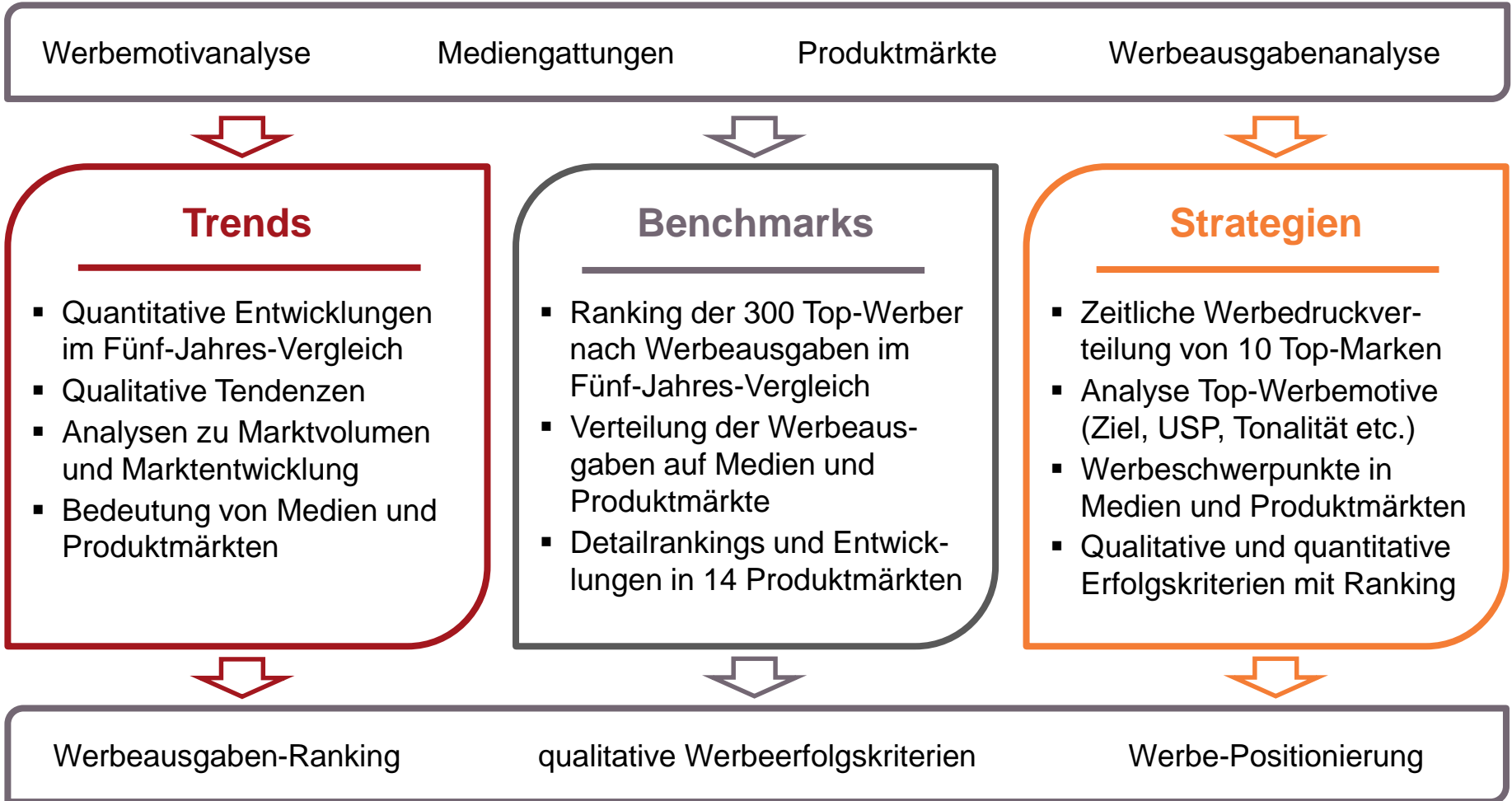
Nutzen: Analyse von Trends, Benchmarks und Strategien
ermöglichen einen unmittelbaren Wettbewerbsvergleich

Im Detail analysierte Marken:

- auxmoney
- Commerzbank
- Deutsche Bank
- ING-DiBa
- Mastercard
- Postbank
- Sparkassen
- Targobank
- Union Investment
- VR-Banken
- + Spendings für
290 weitere Marken

Informationen zur Studie

Konzeption:



Informationen zur Studie

Studieninhalte:

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

- welche allgemeinen Werbeausgabentrends sind zu beobachten?
- welche sind die werbeintensivsten und /- dynamischsten Marken?
- mit welchen Motiven werben die Unternehmen?
- welche Entwicklungen sind in verschiedenen Produktmärkten zu erkennen?
- welche Werbestrategien wenden die zehn detailliert analysierten Unternehmen an?
- welchen Werbedruck entfalten die Top 10 Marken?
- mit welchen Slogans und/oder Motiven wird in der Werbung argumentiert?
- welche Zielsetzung, USPs, Tonalität, Zielgruppenansprache liegt den Topmotiven zugrunde?
- welche Stärken und Schwächen der Top 10 Anbieter zeigt die qualitative Motivanalyse auf?
- wie positionieren sich die Top-Marken im Werbemarkt?

Die Studie in Zahlen:

- Werbevolumen von 300 Banken und FDLs im 5-Jahres-Vergleich
- Werbespendings in 14 Produktmärkten
- Werbespendings für fünf Mediengattungen
- Qualitative Strategien & Motivanalyse von zehn Top-Marken
- Positionierungsanalyse Werbestrategie für zehn Top-Anbieter

Forschungsdesign:

Analyse und Vergleich sämtlicher Werbeausgaben in Internet (Bannerwerbung), Print, Radio und TV sowie der Werbemotive für diese Mediengattungen plus Kino und Outdoor. Werbespendingdaten und Werbemotive beziehen sich auf den deutschen Markt und entstammen der Werbedatenbank von **AdVision digital**.

Preis der Studie: Die 291 Seiten umfassende Studie kostet **4.800 EUR** zzgl. Mehrwertsteuer.

Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	6
➤ Forschungsdesign	11
➤ Trends	17
▪ Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt	20
Entwicklung der Werbeausgaben der Werbungtreibenden, Entwicklung der Anzahl beworbener Marken und der monatlichen Werbespendings, Werbeausgabenentwicklung nach Medien,	
▪ Quantitative Entwicklungen der Produktmärkte im 5-Jahres-Vergleich	24
Werbeausgabenentwicklung nach Produktmärkte, Produktmärkte im Mediensplit, Werbeausgabenkonzentration in 2017/2018	
▪ Quantitative Entwicklungen der Anbietergruppen im 5-Jahres-Vergleich	31
Werbeausgabenentwicklung nach Anbietergruppen, Anbietergruppen im Mediensplit, Werbekonzentration 2017/2018	
▪ Qualitative Tendenzen	38
Typische Motivbeispiele und Nutzenargumente 2017/2018, aktuelle Trends 2017/2018	



Inhaltsverzeichnis

➤	Benchmarks	45
▪	Werbeausgaben-Rankings auf Branchenebene	49
	Share of Advertising der Top 10 Marken, Ranking der Top 300 Marken nach Werbevolumen, Ranking der Top 10/Low 10 Marken nach absoluter Werbedynamik	
▪	Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10 Marken im 5-Jahres-Vergleich	88
	Entwicklung der jährlichen Werbeausgaben der Top 10 Marken im 5-Jahres-Vergleich, Entwicklung der monatlichen Werbeausgaben der Top 10 Marken im Verlauf der letzten 60 Monate, Verteilung der Werbeausgaben der Top 10 Marken auf die Monate im 5-Jahres-Vergleich, Werbeverzicht in Monaten	
▪	Verteilung der Werbeausgaben und Werbemotive der Top 10 Marken in den letzten zwölf Monaten	94
	Verteilung der Werbeausgaben der Top 10 Marken nach Produktgruppen in den letzten zwölf Monaten, Verteilung der Werbeausgaben und Werbemotive der Top 10 Marken auf die Mediengattungen in den letzten zwölf Monaten	



Inhaltsverzeichnis

Diese Analysen werden für jeden der folgenden Produktmärkte durchgeführt: Share of Advertising 2016, Top 10-Werbeausgabenranking, Entwicklung Werbeausgaben der Top 10 Marken zum Vorjahr, Werbedynamik-Ranking Top 10 und Low 10, Entwicklung Werbeausgaben der Top 10-Marken in den letzten 12 bzw. 60 Monaten, Mediensplit der Top 10-Marken

▪ Altersvorsorge	98
▪ bargeldloser Zahlungsverkehr	106
▪ Baufinanzierung	114
▪ Firmenkunden	122
▪ Girokonto	130
▪ Image	138
▪ Karten	146
▪ Kfz-Finanzierung	154
▪ Ratenkredit	162
▪ Sparprodukte	170
▪ Vermögensmanagement	178
▪ Wertpapiere	186



Inhaltsverzeichnis

➤ Strategien	194
Die folgenden Analysen werden für jeden der Top 10 Marken durchgeführt: Werbeausgaben nach Produkten und Mediengattungen, zeitliche Werbedruckverteilung nach Produkten in den letzten 24 Monaten, Analyse Top-Werbemotive, Quantitative und qualitative Erfolgskriterien	
▪ auxmoney	201
▪ Commerzbank	206
▪ Deutsche Bank	215
▪ ING-DiBa	224
▪ Mastercard	232
▪ Postbank	241
▪ Sparkassen	248
▪ Targobank	256
▪ Union Investment	262
▪ VR-Banken	268
▪ Bewertung der Kommunikationsstrategien im Vergleich	273
▪ Motiv-Highlights	279
Auswahl wichtiger oder herausragender Werbemotive	
➤ Kommunikationspositionierung	282
➤ Kontakt	290



Beispielseiten (1)

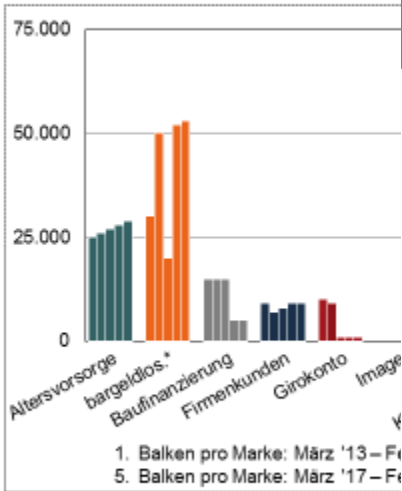
Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Auf welchen Mediensplit setzt die Branche?

Trends

Quantitative Entwicklungen der Produktmärkte im 5-Jahres-Vergleich

Werbespendings aller Marken produktmarktübergreifend im 5-Jahres-Vergleich (Angaben in Tsd. €)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital. * 2



Trends

Qualitative Tendenzen

Aktuelle Trends 2017/2018

Kategorie	Top 1
Meist beworbene Produkte	Image
Meist geschaltete Medienkanäle	Internet
Meist genutzte Werbemedium	Medium A
Anzahl Motive	Internet (xxx)
Designelemente	Familien, Kinder, F
Kreativagenturen	Agentur A

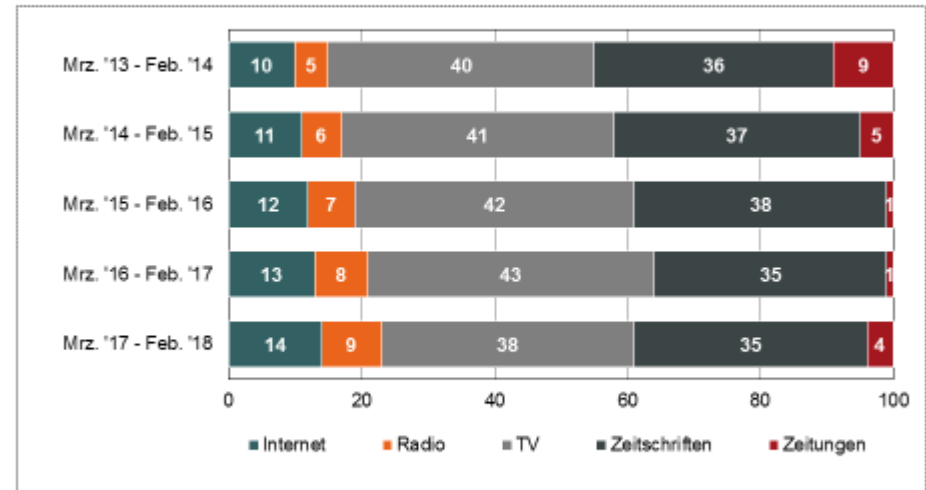
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Trends

Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt im 5-Jahres-Vergleich

Entwicklung des Mediensplits aller Marken im 5-Jahres-Vergleich (Angaben in %)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Studiensteckbrief
Werbemarktanalyse Banken 2018

Welche Dynamik ist in den Produktmärkten erkennbar?

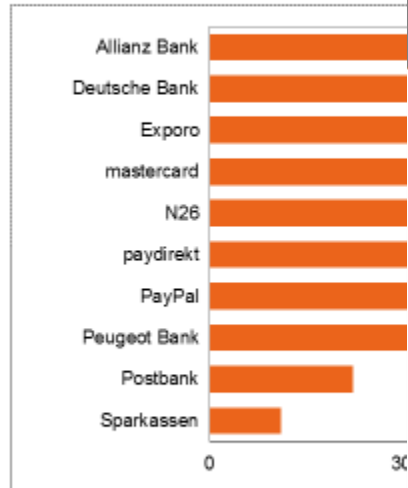
Beispielseiten (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 10 Marken nach absoluter Werbedynamik im Vorjahresvergleich (Angaben in T €)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

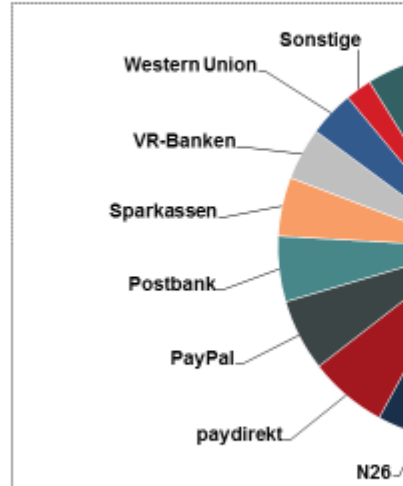


Werber

Benchmarks

bargeldloser Zahlungsverkehr

bargeldloser Zahlungsverkehr | Share of Advertising der Top 10 Marken nach Werbevolumen im Zeitraum '17/'18



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



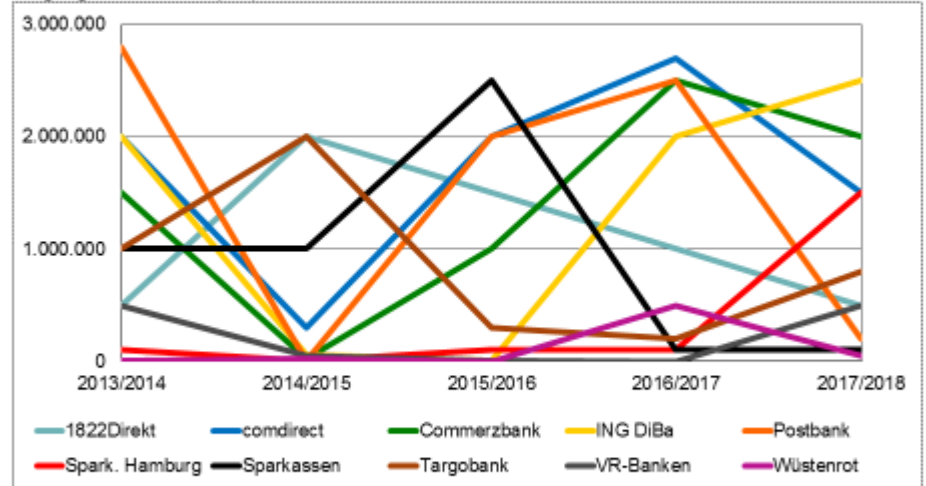
Werber

Wo liegen in den Produktmärkten die saisonalen Werbebepeaks?

Benchmarks

Girokonto

Girokonto | Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10 Marken aus dem Zeitraum '17/'18 in den vergangenen 5 Jahren (in €)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Studiensteckbrief
Werbemarktanalyse Banken 2018

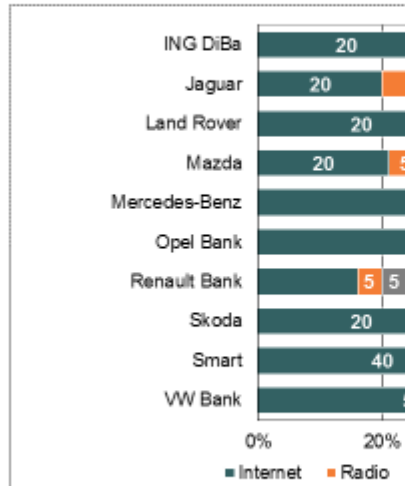
Welche Marken zeigen die größte Dynamik?

Beispielseiten (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Benchmarks Kfz-Finanzierung

Kfz-Finanzierung | Mediensplit der Top 10 Marken nach Werbevolumen im Zeitraum '17/'18 (in %)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Strategien Marke A

Marke A | Quantitative und qualitative Erfolgskriterien

Strategie	Qualitative Beschreibung
Werbeausgaben absolut in '17/18	xxx € , + xx% zu '16/17, % Anteil ges. Branche (Rang xx)
Alleinstellung	Alleinstellung mit dem Motto „xxx“ im Produkt xxx
Aufmerksamkeitsstärke	Testimonial mit xxx, corporate colour Tiere
Design-Konsistenz	medienübergreifend anders, im Zeitverlauf unterschiedliche Motive

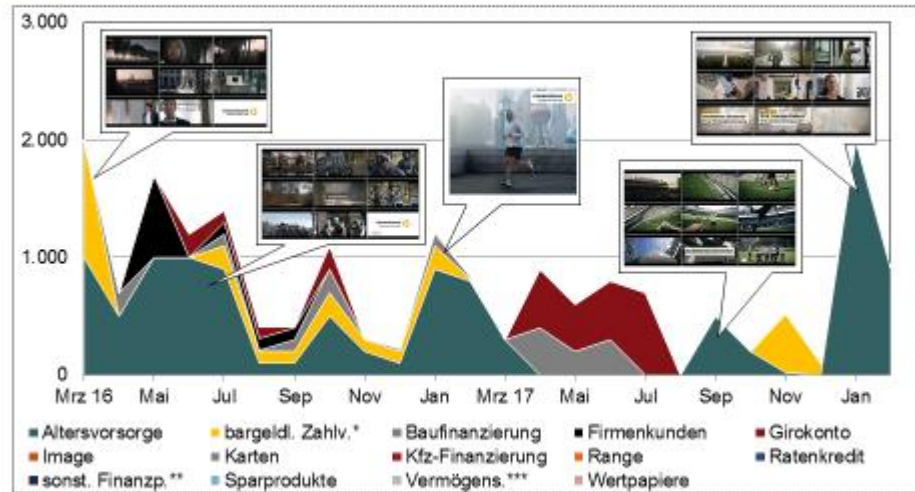
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Welche Dynamik zeigt sich im Zeitablauf in den Teilmärkten?

Strategien Marke C

Marke C | Zeitliche Werbedruckverteilung in den letzten 24 Monaten nach Produktgruppen (in Tsd. €)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital, * Zahlungsverkehr ** Finanzprodukte *** Vermögensmanagement



Studiensteckbrief
Werbemarktanalyse Banken 2018

Bei welchen Erfolgsparametern werden Schwächen deutlich?

Beispielseiten (4)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Strategien Markenranking

Bewertung der Kommunikationsstrategie im Vergleich

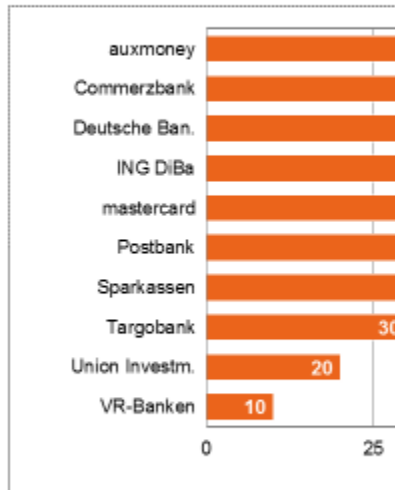
Marken	Awareness		Durchg.
	Allein- stellung	Aufmerk- samkeit	
Targobank	●●●●●	●●●●●	●●●●●
Mastercard	●●●●●	●●●●●	●●●●●
Postbank	●●●●●	●●●●●	●●●●●
VR-Banken	●●●●●	●●●●●	●●●●●
Commerzbank	●●●●●	●●●●●	●●●●●
Deutsche Ban.	●●●●●	●●●●●	●●●●●
ING-DiBa	●●●●●	●●●●●	●●●●●
Union Investm.	●●●●●	●●●●●	●●●●●
Sparkassen	●●●●●	●●●●●	●●●●●
auxmoney	●●●●●	●●●●●	●●●●●

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Strategien Markenranking

Markenranking (Angaben in % der maximal erreichbaren Punkte)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

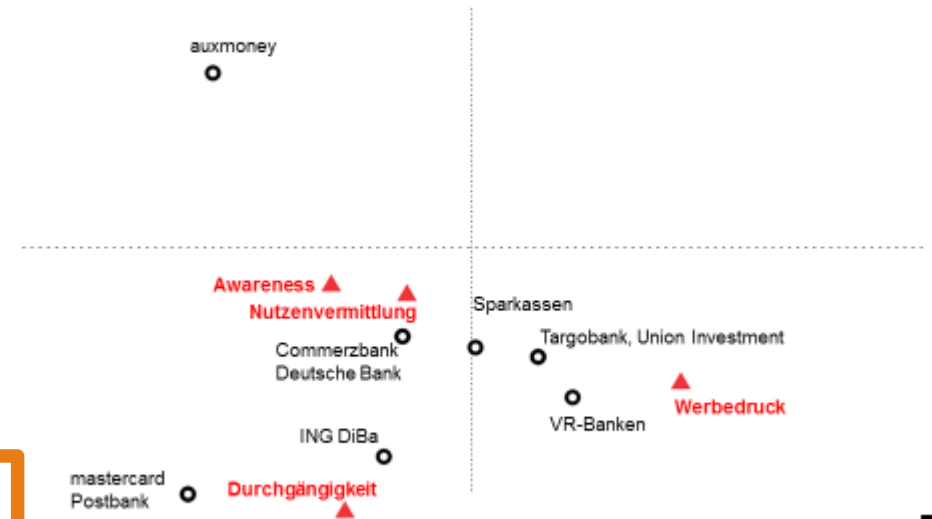


Werba

Wie positionieren sich die Marken im Wettbewerbsumfeld?

Kommunikationspositionierung

Positionierung/Ähnlichkeit der Marken



Studiensteckbrief
Werbemarktanalyse Banken 2018

Wo liegen im Wettbewerbsvergleich Stärken und Schwächen?

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 4.800 EUR zzgl. MwSt. die
Werbemarktanalyse Banken 2018.

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

Jüngste Studien aus der Bankenbranche:

- Studie eVisibility Banken 2018
- Studie Operatives Produktmarketing Banken 2018
- Studie Kundenpfade Banken 2017
- Marketing-Mix-Analyse Kreditkarten 2017
- Studie Vergleichsportal-Marketing Banken 2017
- Studie eVisibility Banken 2017

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. In der Reihe ‚Werbemarktanalysen‘ sind seit 2016 über 50 Marktstudien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

