

+++ auxmoney +++ Commerzbank +++ DekaBank +++ Deutsche Bank +++ ING +++ Postbank +++ Sparkassen +++ Targob. +++ Union Investm. +++ VR-Banken +++ u. weit. 290 FDLs mit quant. 5-Jahres-Trends

Studiensteckbrief

Werbemarktanalyse Banken 2019

Trends – Benchmarks – Strategien

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

April 2019

powered by:



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief
Werbemarktanalyse Banken 2019

Informationen zur Studie

Ausgewählte Key Facts:

- Für die mediale Kommunikation haben die werbungtreibenden Banken und Finanzdienstleister innerhalb eines Jahres insgesamt über 720 Millionen Euro ausgegeben. Im Vergleich zum Vorjahr hat sich das Werbevolumen um zwei Prozent erhöht.
- Das Werbevolumen für den Ratenkredit ist im Vorjahresvergleich um über 15 Millionen Euro zurückgegangen. Vermögensmanagement ist der Top-Aufsteigermarkt.
- Im Durchschnitt werben pro Monat 412 Marken für Bankprodukte und -services. Werbepeaks sind in den Monaten September bis Dezember festzustellen.
- Die Werbekonzentration der drei Topwerber summiert sich auf 21 Prozent.
- TV ist seit Jahren das Top-Werbemedium mit einem Anteil von aktuell 54 Prozent. Nur in wenigen Produktmärkten wird Radiowerbung eingesetzt.
- 18 Anbieter werben mit einem Volumen von mehr als zehn Millionen Euro. Sieben der zehn werbestärksten Finanzdienstleister haben die Werbeaktivitäten im Vergleich zum Vorjahr ausgeweitet.
- Bei den qualitativen Werbeerfolgskriterien sind ‚Alleinstellung‘ und ‚Designkonsistenz‘ unter den Topwerbern aktuell die größten Schwachpunkte.

Informationen zur Studie

Key Facts der Analysebereiche:

Werbevolumen Banken

2017/2018:
706 Mio €

2018/2019:
720 Mio €



Mediensplit



Zeitschriftenwerber Nr. 1:
Union Investment

14 Produktmärkte

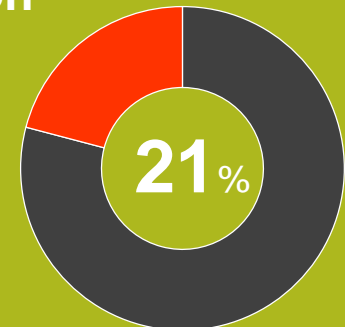


Top-Volumenmarkt:
Imagewerbung
Top-Aufsteigermarkt:
Vermögensmanagement

Werbekonzentration



Commerzbank
Deutsche Bank
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 278 PowerPoint-Seiten

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

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

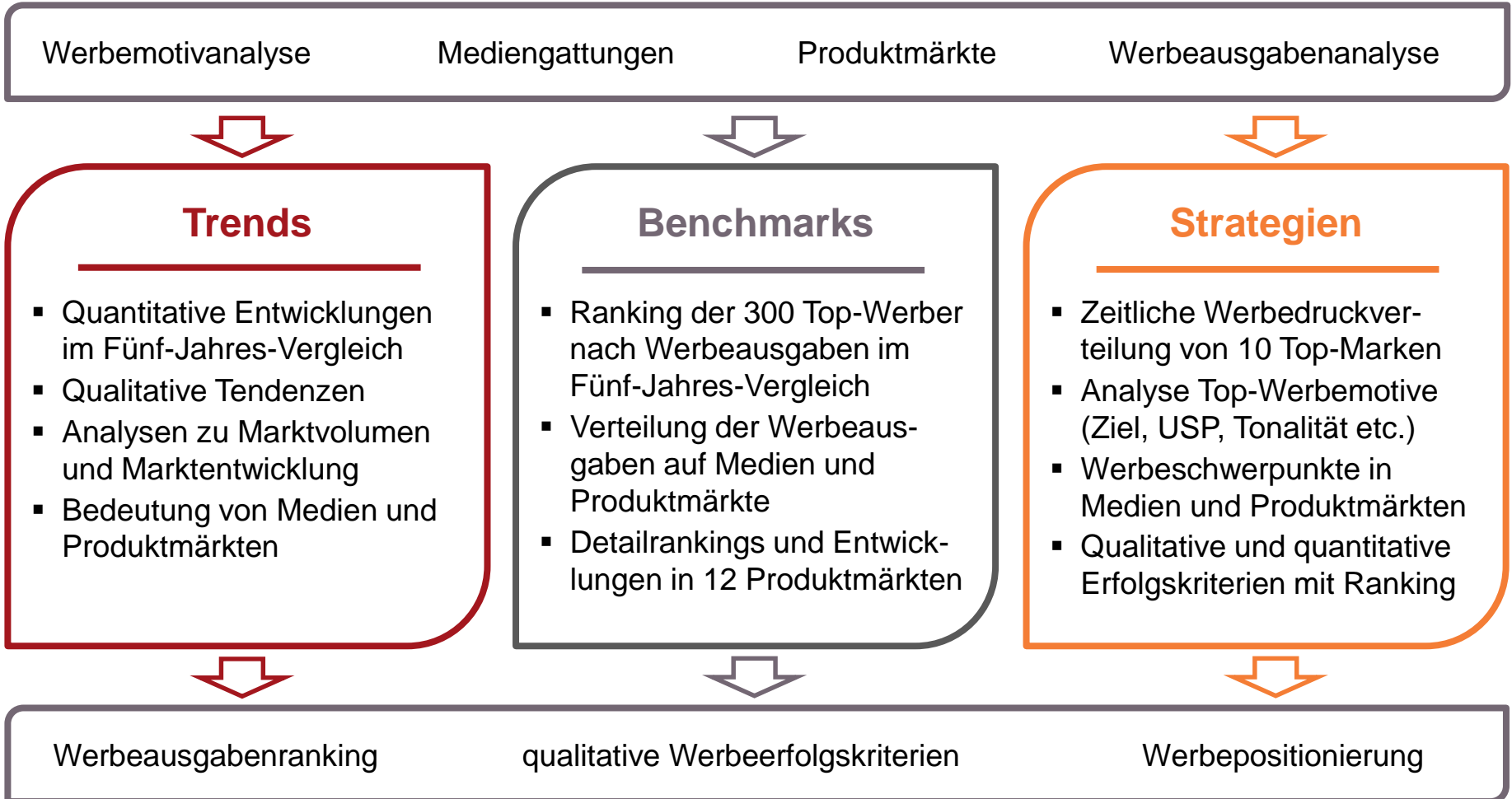
Nutzen: Analyse von Trends, Benchmarks und Strategien
ermöglichen einen unmittelbaren Wettbewerbsvergleich

Im Detail analysierte Marken:

- auxmoney
- Commerzbank
- DekaBank
- Deutsche Bank
- ING
- Postbank
- Sparkassen
- Targobank
- Union Investment
- VR-Banken
- + 5-Jahres-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 278 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 2018/2019	
▪ Quantitative Entwicklungen der Anbietergruppen im 5-Jahres-Vergleich	31
Werbeausgabenentwicklung nach Anbietergruppen, Anbietergruppen im Mediensplit, Werbekonzentration 2018/2019	
▪ Qualitative Tendenzen	38
Typische Motivbeispiele und Nutzenargumente 2018/2019, aktuelle Trends 2018/2019	



Inhaltsverzeichnis

➤	Benchmarks	46
▪	Werbeausgaben-Rankings auf Branchenebene	50
	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	89
	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	96
	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 2018/2019, 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	99
▪ bargeldloser Zahlungsverkehr	107
▪ Baufinanzierung	115
▪ Firmenkunden	123
▪ Girokonto	131
▪ Image	139
▪ Karten	147
▪ Kfz-Finanzierung	155
▪ Ratenkredit	163
▪ Sparprodukte	171
▪ Vermögensmanagement	179
▪ Wertpapiere	187



Inhaltsverzeichnis

➤ Strategien	195
Die folgenden Analysen werden für jeden der zehn Top-Werbungtreibenden 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
▪ DekaBank	212
▪ Deutsche Bank	218
▪ ING	224
▪ Postbank	230
▪ Sparkassen	236
▪ Targobank	242
▪ Union Investment	248
▪ VR-Banken	254
▪ Bewertung der Kommunikationsstrategien im Vergleich	260
▪ Motiv-Highlights	266
Auswahl wichtiger oder herausragender Werbemotive	
➤ Kommunikationspositionierung	269
➤ Kontakt	277

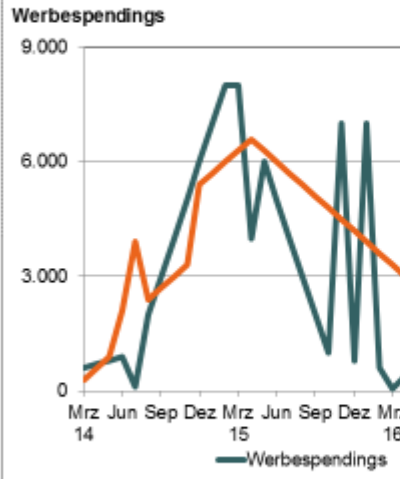
Analysebeispiele (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Trends

Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt

Entwicklung der Werbespendings produktmarktübergreifend (Angaben in Tsd. €) und Anzahl der Werbungtreibenden



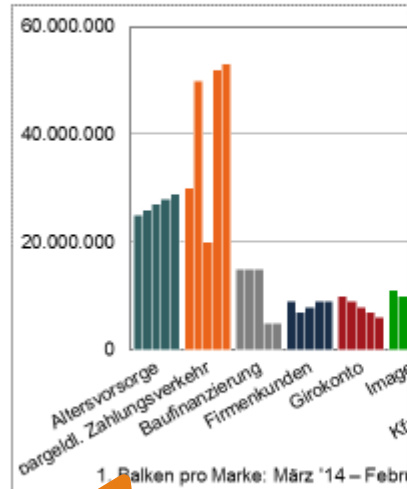
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



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

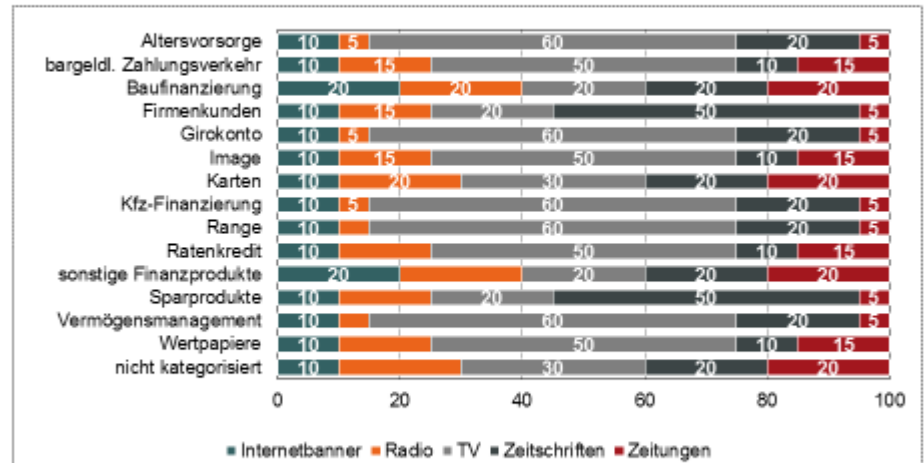


Auf welchen Mediensplit setzen die Marken in den Teilmärkten?

Trends

Quantitative Entwicklungen der Produktmärkte im 5-Jahres-Vergleich

Produktmärkte im Mediensplit 2018/2019 (Angaben in %)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Studiensteckbrief
Werbemarktanalyse Banken 2019

Welche Dynamik ist in den Produktmärkten erkennbar?

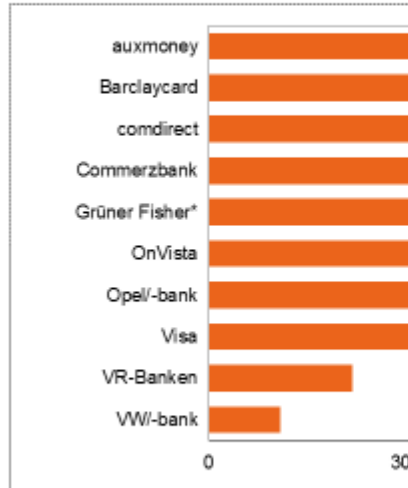
Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

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



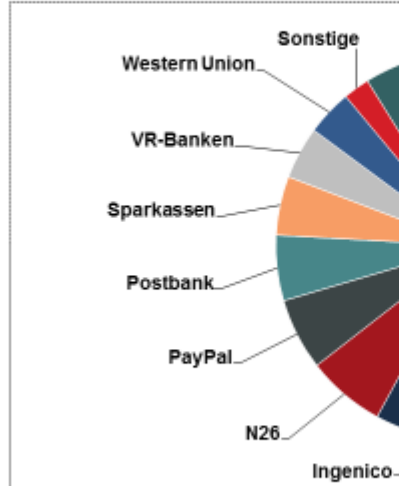
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital. * k



Benchmarks

bargeldloser Zahlungsverkehr

bargeldloser Zahlungsverkehr | Share of Advertising der Top 10 Marken nach Werbevolumen im Zeitraum '18/'19



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

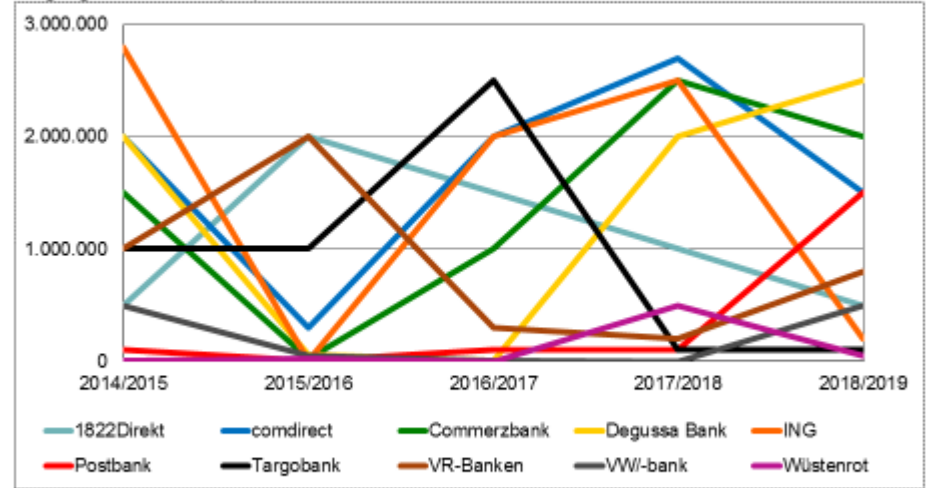


Wo liegen in den Produktmärkten die saisonalen Werbebepeaks?

Benchmarks

Girokonto

Girokonto | Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10 Marken aus dem Zeitraum '18/'19 in den vergangenen 5 Jahren (in €)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Studiensteckbrief
Werbemarktanalyse Banken 2019

Welche Marken zeigen die größte Dynamik?

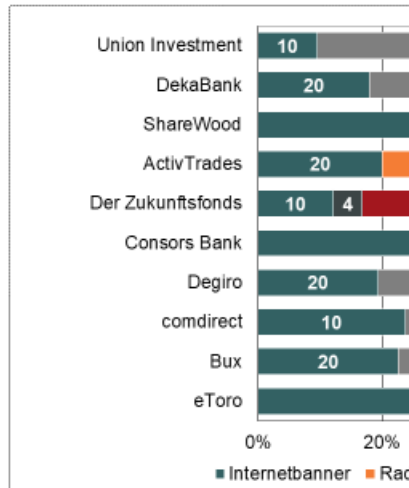
Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Benchmarks

Wertpapiere

Wertpapiere | Mediensplit der Top 10 Marken nach Werbevolumen im Zeitraum '18/'19 (in %)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Strategien

Marke A

Marke A | Quantitative und qualitative Erfolgskriterien

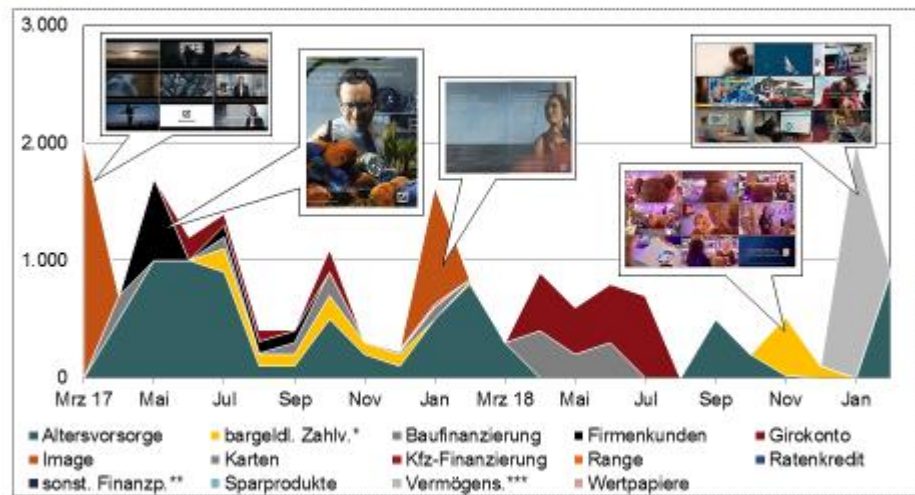
Strategie	Qualitative Kriterien
Werbeausgaben absolut in '18/19	xxx € , + xx% zu '17/18, % Anteil ges. Branche (Rang xx)
Alleinstellung	Alleinstellung mit dem Motto „xxx“ im Produkt xxx
Aufmerksamkeitsstärke	Testimonial mit xxx, corporate colour Tiere
Design-Konsistenz	medienübergreifend anders, im Zeitverlauf unterschiedliche Motive

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

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 2019

Welche Dynamik zeigt sich im Zeitablauf in den Teilmärkten?

Bei welchen Erfolgsparametern werden Schwächen deutlich?

Analysebeispiele (4)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Strategien Markenranking

Bewertung der Kommunikationsstrategien im Vergleich

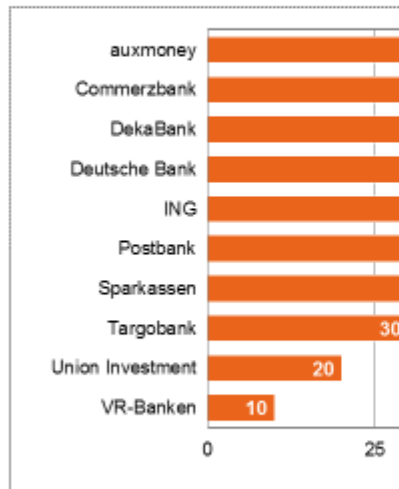
Marken	Awareness		De
	Allein- stellung	Aufmerk- samkeit	
auxmoney	●○○	●○○	●
Commerzbank	●○○	○○●	●
DekaBank	●○○	○○●	●
Deutsche Bank	●○○	○○●	●
ING	●○○	○○●	●
Postbank	●○○	○○●	●
Sparkassen	●○○	○○●	●
Targobank	○○●	○○●	●
Union Investment	●○○	○○●	●
VR-Banken	●○○	○○●	●

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



Wie positionieren sich die Marken im Wettbewerbsumfeld?

Kommunikationspositionierung

Positionierung/Ähnlichkeit der Marken



Werbemarktanalyse Banken 2019

271

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 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

Jüngste Studien zur Bankenbranche:

- Marketing-Mix-Analyse Girokonto 2019
- Studie eVisibility Banken 2019
- Studie Operatives Produktmarketing Banken 2019
- Marketing-Mix-Analyse Autokredit 2018
- Werbemarktanalyse Direktbanken 2018
- Werbemarktanalyse Karten 2018

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. In der Reihe ‚Werbemarktanalysen‘ sind seit 2016 über 70 Marktstudien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

