

+++ Americ. Express +++ Commerzbank +++ easyCredit +++ ING +++ PayPal +++ Postbank +++ Sparkassen
+++ Targobank +++ Union Investment +++ VR-Banken +++ u. weit. 490 Anbieter mit quantit. 5-Jahres-Trends

Studiensteckbrief

Werbemarktanalyse Banken 2021

Trends – Benchmarks – Strategien

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

April 2021



powered by:



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief
Werbemarktanalyse Banken 2021

Informationen zur Studie

Ausgewählte Key Facts:

- Für die mediale Kommunikation haben die werbungstreibenden Banken und Finanzdienstleister innerhalb eines Jahres insgesamt über eine Milliarde Euro ausgegeben.
- Größter Produktmarkt bezogen auf die Werbespendings sind die Wertpapiere, der bargeldlose Zahlungsverkehr verzeichnet das stärkste Ausgabenwachstum.
- Im Durchschnitt werben pro Monat 579 Marken im Banken- und Finanzdienstmarkt. Werbebeaks fallen auf die Monate September und Oktober.
- Die Werbekonzentration der drei Topwerber summiert sich auf 17 Prozent.
- Internet und TV sind die beiden Mediengattungen mit Anteilen im zweistelligen Bereich.
- 26 Marken werben mit einem Volumen von mehr als zehn Millionen Euro.
- Bei den qualitativen Werbeerfolgskriterien sind ‚Alleinstellung‘ und ‚Designkonsistenz‘ unter den Topwerbern aktuell die größten Schwachpunkte.

Informationen zur Studie

Key Facts der Analysebereiche:

Werbevolumen Banken

2020/2021

1.042
Mio. €



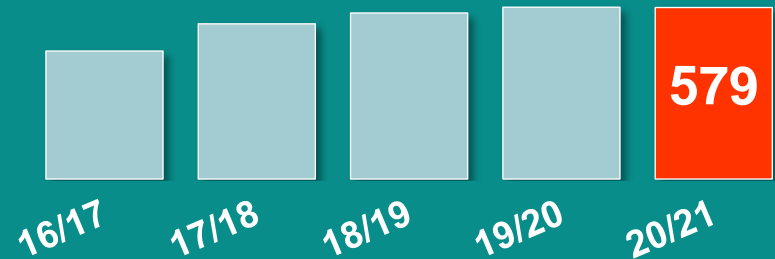
davon
21%
im Produktmarkt
Wertpapiere

Mediensplit



Out-of-Home-Werber Nr. 1:
PayPal

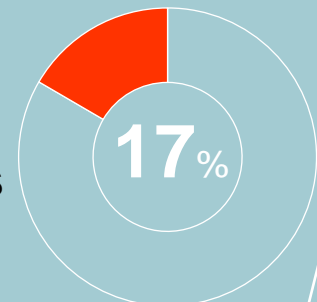
Werbungtreibende pro Monat im Ø



Werbekonzentration



Americ. Express
ING
Targobank



Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

Werbetrends für die **500 Banken und FDLs**
mit den höchsten Werbeausgaben

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

in **14 Teilmärkten**, darunter zehn 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**

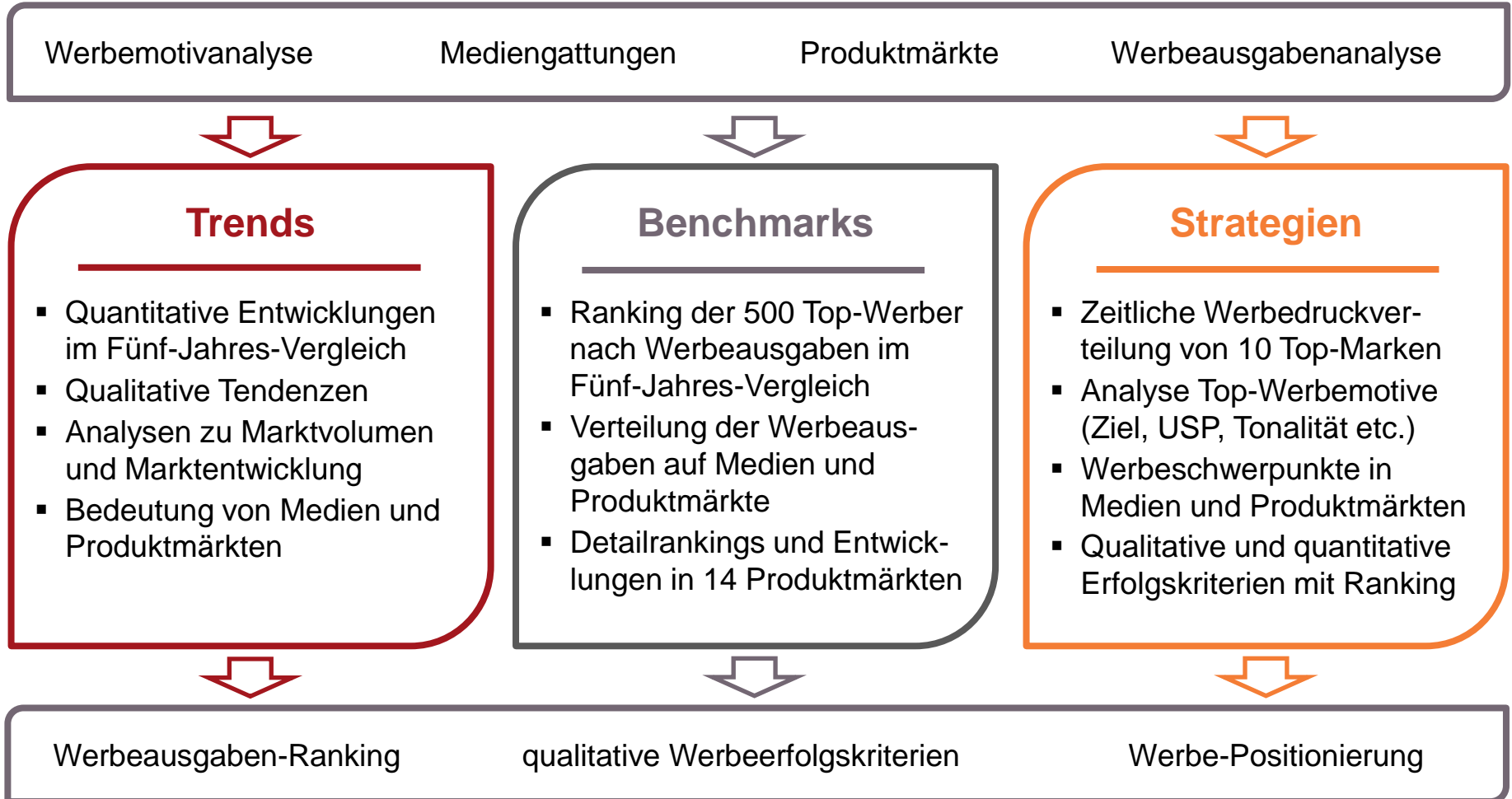
Nutzen: Analyse von Trends, Benchmarks und Strategien
ermöglichen einen unmittelbaren Wettbewerbsvergleich

Im Detail analysierte Marken:

- American Express
- Commerzbank
- easyCredit
- ING
- PayPal
- Postbank
- Sparkassen
- Targobank
- Union Investment
- VR-Banken
- + Spendings für
490 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 500 Banken und FDLs im 5-Jahres-Vergleich
- Werbespendings in 14 Produktmärkten
- Werbespendings für sechs Mediengattungen
- Qualitative Strategien & Motivanalyse von zehn Top-Marken
- Positionierungsanalyse Werbestrategie für zehn Top-Anbieter

Forschungsdesign:

Analyse und Vergleich sämtlicher Werbeausgaben in Fernsehen, Internet, Radio, Out-of-Home, Zeitschriften und Zeitungen. 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	18
▪ Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt	21
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	26
Werbeausgabenentwicklung nach Produktmärkte, Produktmärkte im Mediensplit, Werbeausgabenkonzentration in 2020/2021	
▪ Quantitative Entwicklungen der Anbietergruppen im 5-Jahres-Vergleich	35
Werbeausgabenentwicklung nach Anbietergruppen, Anbietergruppen im Mediensplit, Werbekonzentration 2020/2021	
▪ Qualitative Tendenzen	44
Typische Motivbeispiele und Nutzenargumente 2020/2021, aktuelle Trends 2020/2021	



Inhaltsverzeichnis

➤	Benchmarks	55
▪	Werbeausgaben-Rankings auf Branchenebene	58
	Share of Advertising der Top 10-Marken, Ranking der Top 500 Marken nach Werbevolumen, Ranking der Top 10/Low 10-Marken nach absoluter Werbedynamik	
▪	Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10-Marken im 5-Jahres-Vergleich	117
	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	125
	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 2020/2021, 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

▪ bargeldloser Zahlungsverkehr	128
▪ Baufinanzierung	136
▪ Firmenkunden	144
▪ Girokonto	152
▪ Image	160
▪ Karten	168
▪ Kfz-Finanzierung	176
▪ Ratenkredit	184
▪ Vermögensmanagement	192
▪ Wertpapiere	200



Inhaltsverzeichnis

➤ Strategien	208
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	
▪ American Express	214
▪ Commerzbank	220
▪ easyCredit	225
▪ ING	231
▪ PayPal	237
▪ Postbank	243
▪ Sparkassen	248
▪ Targobank	254
▪ Union Investment	260
▪ VR-Banken	265
▪ Bewertung der Kommunikationsstrategien im Vergleich	272
▪ Motiv-Highlights	278
Auswahl wichtiger oder herausragender Werbemotive	
➤ Kommunikationspositionierung	281
Kommunikationspositionierung von zehn Top-Marken auf Basis der Performance in den Werbeerfolgsdimensionen, Kommunikationspositionierung von 10 Marken auf Basis Mediensplit und Jahreszeiten im 5-Jahres-Durchschnitt	
➤ Kontakt	290



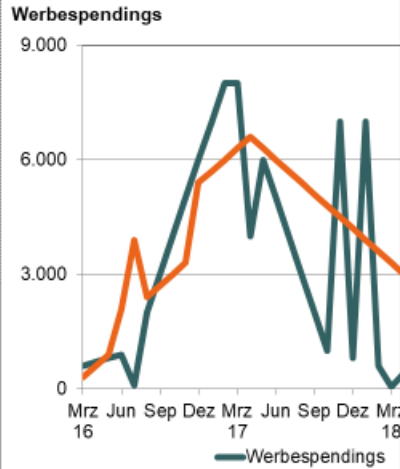
Analysebeispiele (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Trends

Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt

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



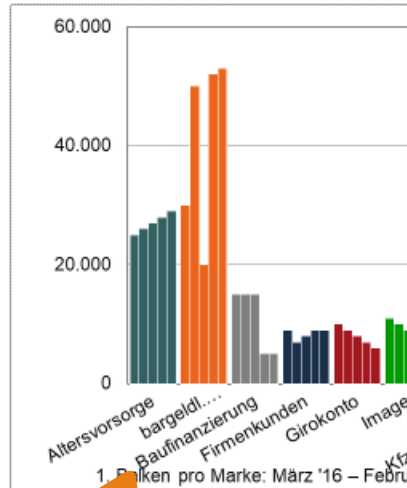
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Trends

Quantitative Entwicklungen der Produktmärkte im 5-Jahres-Vergleich

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



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

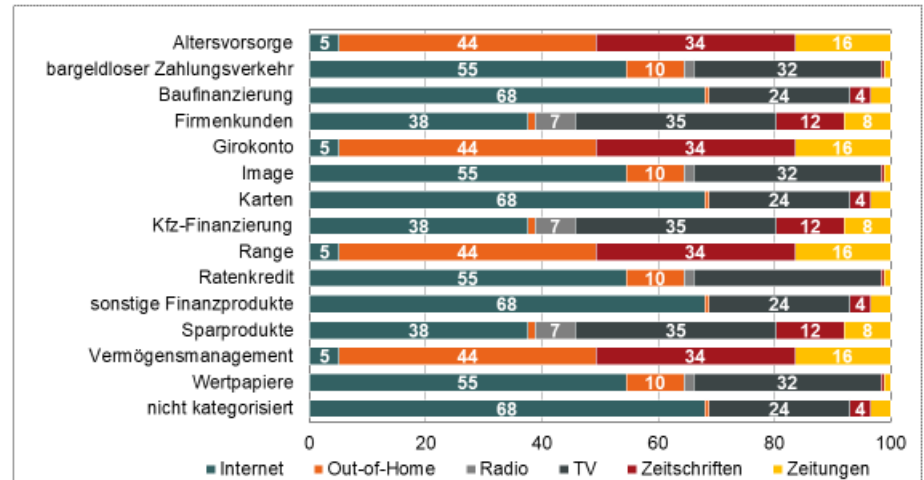


Welcher Mediensplit setzen die Marken in den Teilmärkten?

Trends

Quantitative Entwicklungen der Produktmärkte im 5-Jahres-Vergleich

Produktmärkte im Mediensplit 2020/2021 (Angaben in %)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbemarktanalyse Banken 2021

Welche Dynamik ist in den Produktmärkten erkennbar?

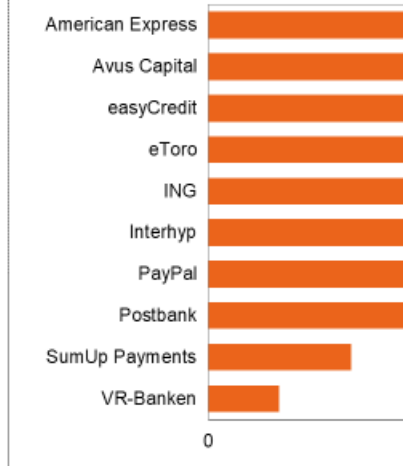
Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 10-Marken nach absoluter Werbedynamik im Vorjahresvergleich (Angaben in T€ als Differenz von aktuellem Jahr zum Vorjahr)



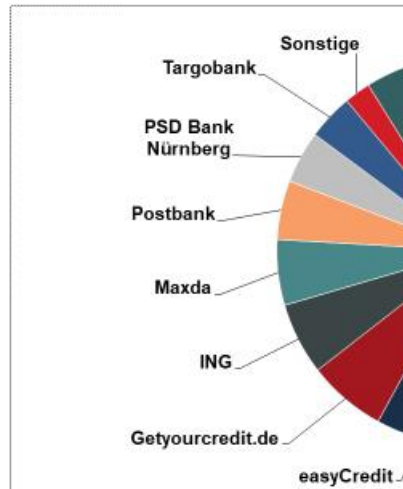
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Benchmarks

Ratenkredit

Ratenkredit | Share of Advertising der Top 10 Marken nach Werbevolumen im Zeitraum '20/'21



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

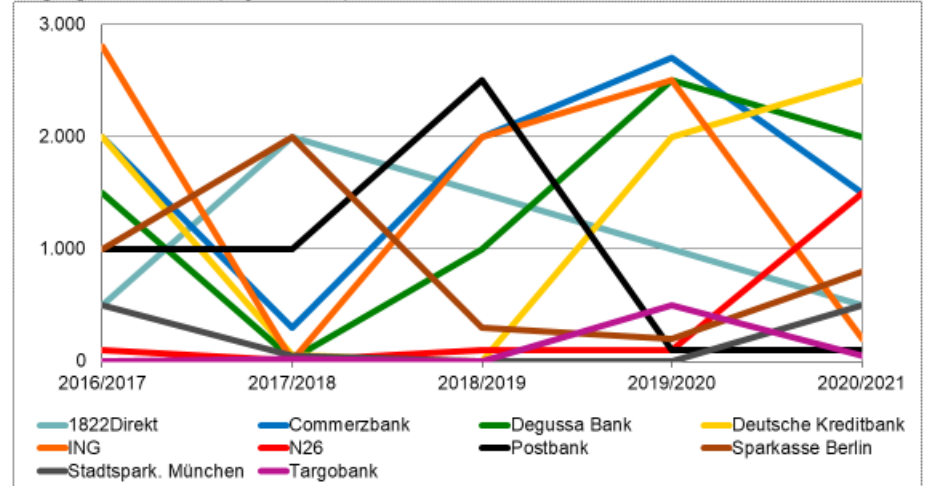


Wo liegen in den Produktmärkten die saisonalen Werbebepeaks?

Benchmarks

Girokonto

Girokonto | Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10 Marken aus dem Zeitraum '20/'21 in den vergangenen 5 Jahren (Angaben in T€)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbemarktanalyse Banken 2021

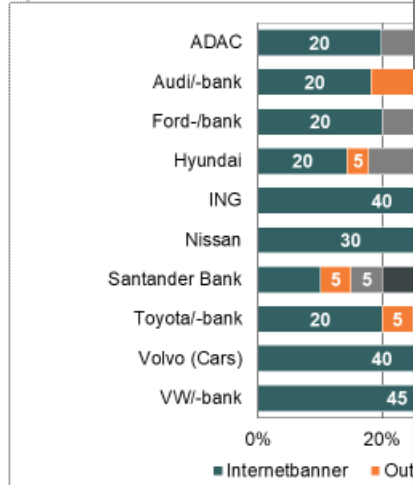
Welche Marken zeigen die größte Dynamik?

Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Benchmarks Kfz-Finanzierung

Kfz-Finanzierung | Mediensplit der Top 10 Marken nach Werbevolumen im Zeitraum '20/21 (Angaben in %)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Strategien Marke A

Marke A | Quantitative und qualitative Erfolgskriterien

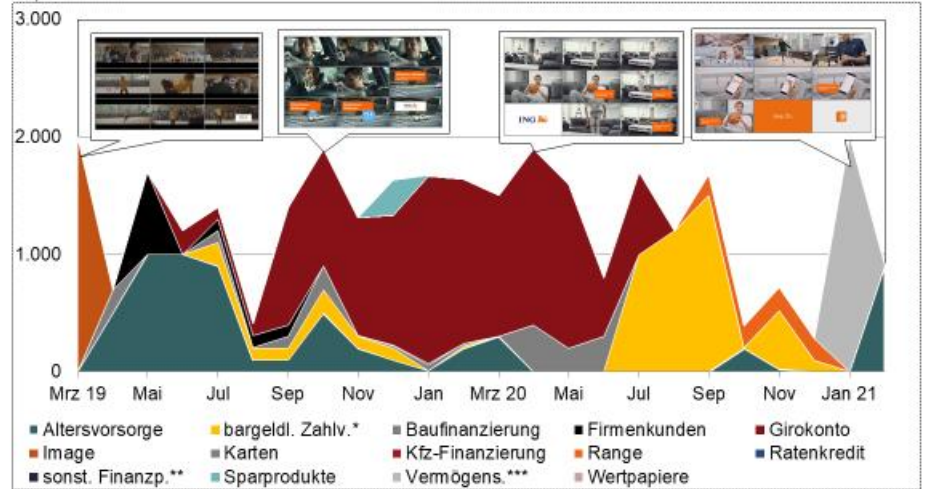
Werbeausgaben absolut in '20/21	xxx €, + xx% zu '19/20, % Anteil ges. Branche (Rang xx)
Alleinstellung	Alleinstellung mit dem Motto „xxx“ im Produkt xxx
Aufmerksamkeitsstärke	Testimonial mit xxx, corporate colour Tiere
Design – Konsistenz	medienübergreifend anders, im Zeitverlauf unterschiedliche Motive

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 (Angaben in T€)



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



Werbemarktanalyse
Banken 2021

Bei welchen Erfolgsparametern werden Schwächen deutlich?

Analysebeispiele (4)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Strategien Markenranking

Bewertung der Kommunikationsstrategien im Vergleich

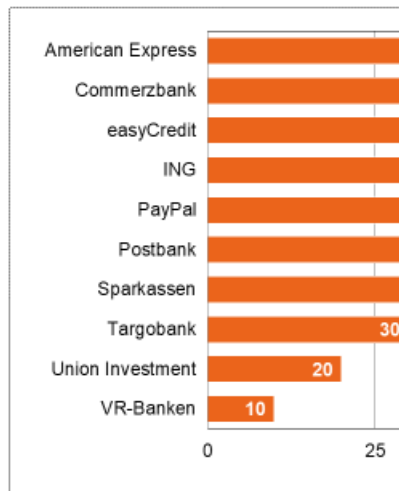
Marken	Awareness		De... kor
	Allein- stellung	Aufmerk- samkeit	
American Express	●●○	●●○	●
Commerzbank	●○○	○○●	●
DekaBank	●○○	●●○	●
Deutsche Bank	●●○	○○●	●
ING	●○○	○○●	●
Postbank	●○○	○○●	●
Sparkassen	●○○	○○●	●
Targobank	○○●	○○●	●
Union Investment	●○○	●●○	●
Visa	●○○	○○●	●

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Strategien Markenranking

Markenranking (Angaben als Summe der Prozentwerte* in allen acht Werbeerfolgskategorien)



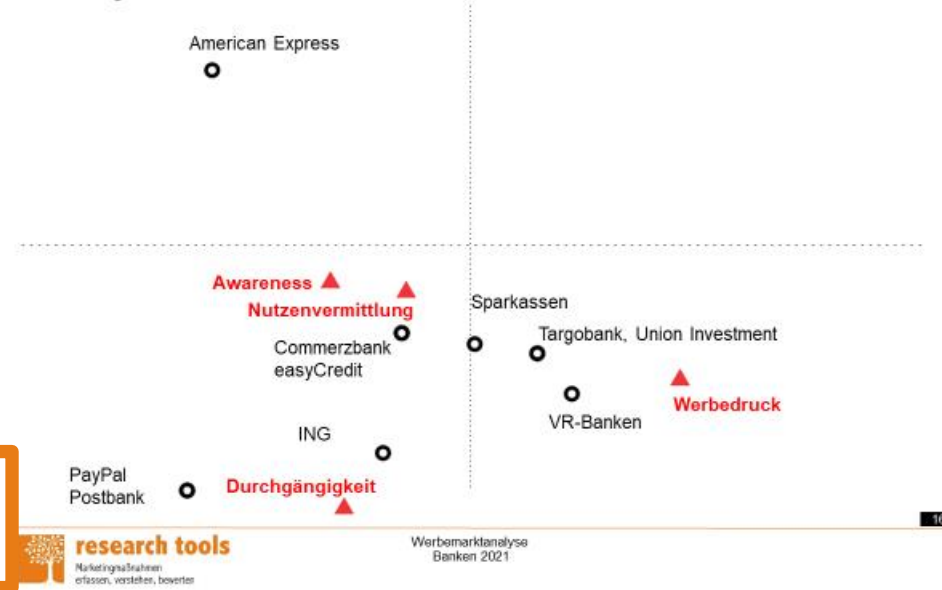
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital; * s



Wie positionieren sich die Marken im Wettbewerbsumfeld?

Kommunikationspositionierung

Kommunikationspositionierung von zehn Top-Marken auf Basis der Performance in den Werbeerfolgsdimensionen



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 2021.

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 Bausparen 2021
- Studie eVisibility Banken 2021
- Studie Unternehmensprofile Banken 2021
- Studie Operatives Produktmarketing Banken 2021
- Studie Social Media-Performance Banken 2021
- Studie Bankzielgruppe Ratenkreditnehmer 2021

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. In der Reihe ‚Werbemarktanalysen‘ sind seit 2018 über 70 Marktstudien zu unterschiedlichen Branchen erschienen. Zur Bankenbranche wurden seit 2018 mehr als 40 Studien veröffentlicht.

