

+++ American Express +++ Bauspark. Schwäbisch Hall +++ easyCredit +++ ING +++ Sparkassen +++ SumUp Payments +++ Targobank +++ UmweltBank +++ Union Investment +++ VR-Banken +++ und weitere 490 Anbieter mit quantitativen Fünf-Jahres-Trends +++ American Express +++

Studiensteckbrief

Werbemarktanalyse

Banken 2023

Werbeausgaben für 500 Marken über 5 Jahre

erarbeitet von:

research tools, Esslingen am Neckar

April 2023



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief
Werbemarktanalyse Banken 2023

powered by:



Informationen zur Studie

Ausgewählte Key Facts:

- Für die mediale Kommunikation haben die werbungtreibenden Banken und Finanzdienstleister innerhalb eines Jahres insgesamt über 800 Millionen Euro ausgegeben. Im Vergleich zum Vorjahr ist das Werbevolumen deutlich zurückgegangen.
- Der Teilmarkt Wertpapiere ist der volumenstärkste und weist einen Anteil von 33 Prozent vom Gesamtvolumen auf.
- Im Durchschnitt werben pro Monat 632 Marken. Im letzten der fünf Analysejahre fallen Werbebeaks auf die Monate März sowie September und Oktober.
- Die Werbekonzentration der drei Topwerber summiert sich auf 24 Prozent.
- Internet und TV sind die beiden Mediengattungen mit Anteilen im zweistelligen Bereich. Out-of-Home-Werber Nr. 1 ist Scalable Capital.
- 20 Anbieter werben mit einem Volumen von mehr als zehn Millionen Euro innerhalb des jüngsten Zwölf-Monats-Zeitraums.

Informationen zur Studie

Key Facts der Analysebereiche:

Werbevolumen Banken

Mrz. '22-Feb. '23

807 Mio. €



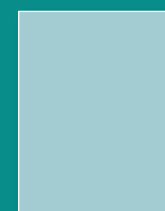
davon entfallen
33%
auf den Teilmarkt
Wertpapiere

Mediensplit

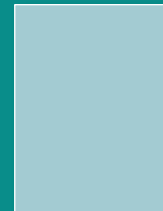


Out-of-home-Werber Nr. 1:
Scalable Capital

Werbungtreibende pro Monat im Ø



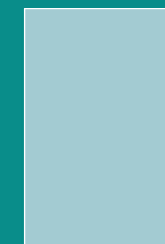
18/19



19/20



20/21



21/22



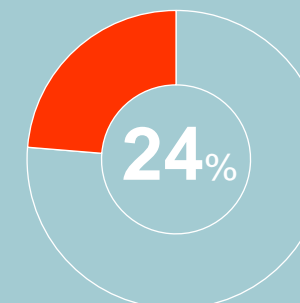
632

22/23

Werbekonzentration



ING
Sparkassen
Targobank



24%

Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

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

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

in **14 Teilmärkten**, darunter zehn im Detail wie z. B. bargeldloser Zahlungsverkehr,
Imagewerbung, Ratenkredit, Sparprodukte, Wertpapiere

alle Informationen **im Wettbewerbsvergleich**
auf 245 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

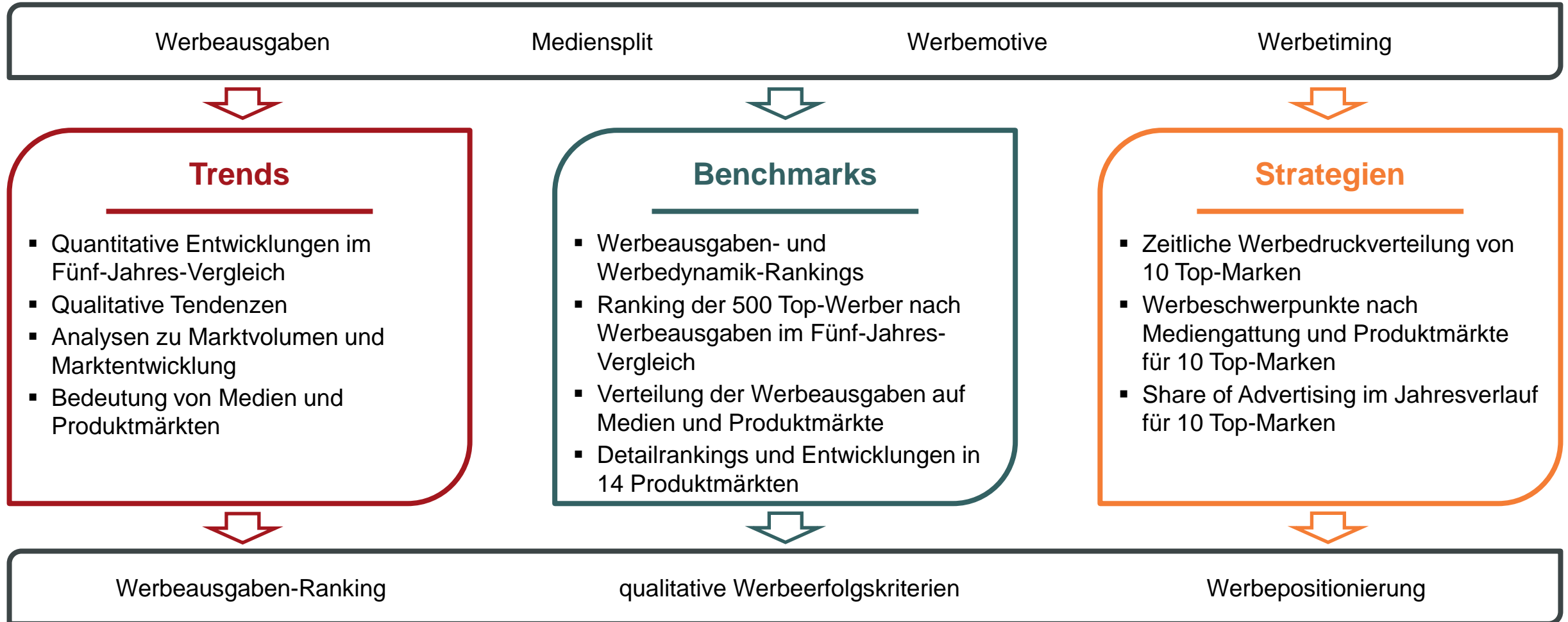
Im Detail analysierte Marken:

- American Express
- easyCredit
- ING
- Schwäbisch Hall
- Sparkassen
- SumUp Payments
- Targobank
- UmweltBank
- 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?
- wie viele Marken werben im Fünf-Jahres-Vergleich?
- welche Entwicklungen sind in den Produktmärkten zu erkennen?
- über welche Medien kommuniziert die Branche?
- welches Werbemedium hat im Vorjahresvergleich an Bedeutung gewonnen?
- wie verteilen die Top-Marken ihre Spendings innerhalb von 60 Monaten?
- welchen Werbedruck entfalten die Top-Marken, in welchen Mediengattungen werben sie?
- welches sind die werbeintensivsten und -dynamischsten Marken?
- wie positionieren sich die Top-Marken im Mediensplit?

Die Studie in Zahlen:

- Werbevolumen von 500 Banken und Finanzdienstleister im Fünf-Jahres-Vergleich
- Werbespendings in 14 Produktmärkten
- Werbespendings für sechs Mediengattungen
- Kommunikationspositionierung für 10 Marken auf Basis Jahreszeiten und Mediensplit

Forschungsdesign:

Analyse und Vergleich sämtlicher Werbeausgaben in Fernsehen, Internet (Internetbanner und YouTube-Werbevideos), Radio, Out-of-Home, Zeitschriften und Zeitungen. Werbespendingdaten und Werbemotive beziehen sich auf den deutschen Markt und entstammen der Werbedatenbank des unabhängigen Medienbeobachters **AdVision digital**.

Preis der Studie: Die 245 Seiten umfassende Studie kostet **4.800 EUR** zuzüglich Mehrwertsteuer.

Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	5
➤ Forschungsdesign	10
➤ Trends	16
▪ Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt	17
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	22
Werbeausgabenentwicklung nach Produktmärkte, Produktmärkte im Mediensplit, Werbeausgabenkonzentration in 2022/2023	
▪ Quantitative Entwicklungen der Anbietergruppen im 5-Jahres-Vergleich	31
Werbeausgabenentwicklung nach Anbietergruppen, Anbietergruppen im Mediensplit, Werbeausgabenkonzentration in 2022/2023	
▪ Ausgewählte Motive und Nutzenargumente	40
Typische Motive, verwendete Nutzenargumente differenziert nach verschiedenen Medien	
➤ Benchmarks	51
▪ Werbeausgaben-Rankings	52
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	



Inhaltsverzeichnis

▪ Verteilung der Werbeausgaben und Werbemotive der Top 10-Marken in den letzten zwölf Monaten	125
Verteilung der Werbeausgaben der Top 10-Marken nach Produktmärkten in den letzten zwölf Monaten, Verteilung der Werbeausgaben und Werbemotive der Top 10-Marken auf die Mediengattungen in den letzten zwölf Monaten	
▪ Werbeausgaben-Rankings auf Branchenebene	125
Diese Analysen werden für jeden der folgenden Produktmärkte durchgeführt: Share of Advertising 2021/2022, 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	125
▪ Baufinanzierung	136
▪ Firmenkunden	144
▪ Girokonto	152
▪ Image	160
▪ Karten	168
▪ Ratenkredit	176
▪ Sparprodukte	184
▪ Vermögensmanagement	192
▪ Wertpapiere	200



Inhaltsverzeichnis

➤ Strategien	208
Zeitliche Werbedruckverteilung in den letzten 12 Monaten nach Mediengattungen für die 10-Marken mit den höchsten Werbeausgaben, Share of Advertising der Top 10-Marken im Jahresverlauf	
➤ Kommunikationspositionierung	240
Kommunikationspositionierung der 10 Top-Marken auf Basis Mediensplit und Jahreszeiten im 5-Jahres-Durchschnitt	
➤ Kontakt	244



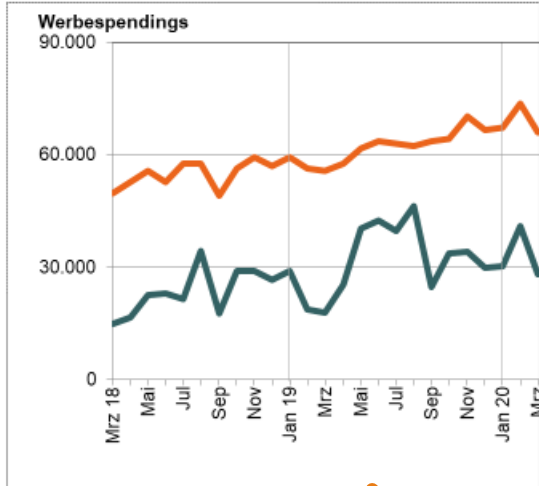
Analysebeispiele (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Trends

Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt

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



Trends

Ausgewählte Motive und Nutzenargumente

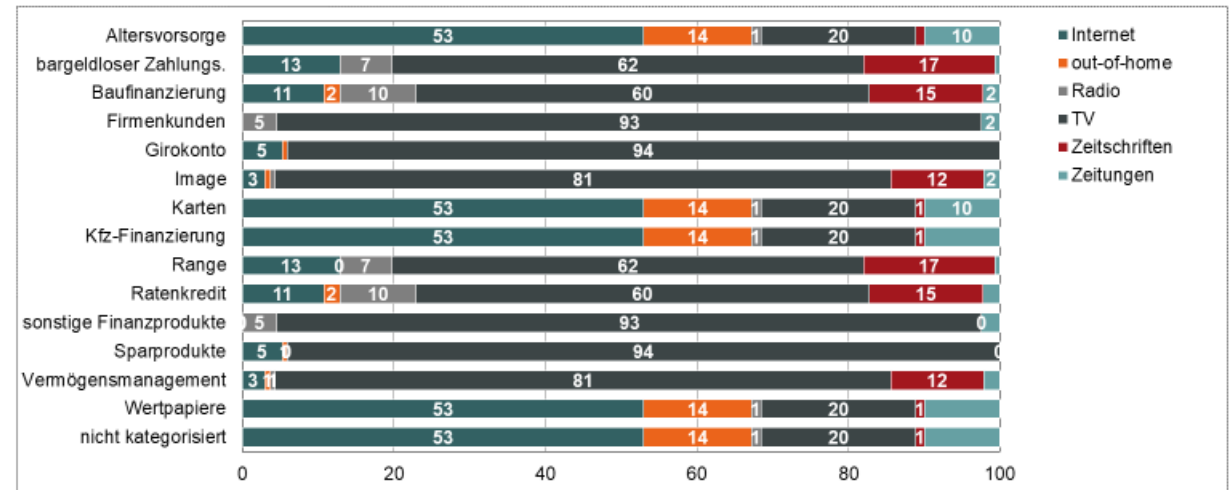
Typische TV Motivbeispiele und Nutzenargumente 2022/2023



Trends

Quantitative Entwicklungen der Produktmärkte im 5-Jahres-Vergleich

Produktmärkte im Mediensplit 2022/2023 (Angaben in %)



Auf welchen Mediensplit setzen die Unternehmen?

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Welche medialen Peaks zeigen sich im Jahresverlauf?

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Werbemarktanalyse Banken 2023

Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

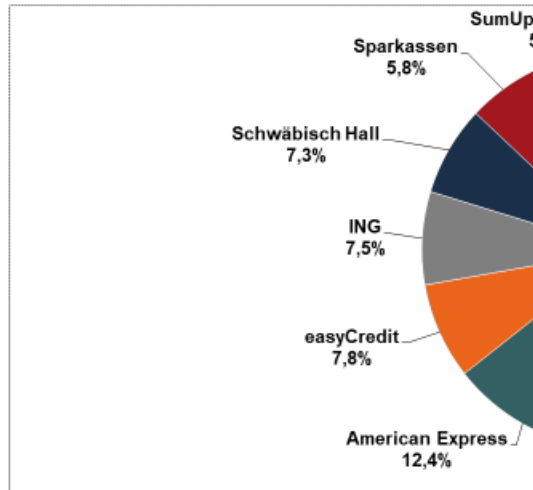
Ranking der Top 500-Marken nach Werbevolumen (Rangfolge auf Basis jüngster 12-Monats-Zeitraum)

Rang	Marken	Mrz. '18 – Feb. '19	Mrz. Feb.
11	auxmoney	5.000.000	
12	DekaBank	2.400.800	
13	Dt. Kreditbank	6.000.000	
14	Dt. Vermögensberatung	15.300.500	
15	DZ Bank	9.000.000	1
16	Interhyp	3.260.800	
17	LBS	3.900.600	
18	Postbank	2.100.800	
19	Santander Bank	9.400.750	1
20	Visa	8.730.800	

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

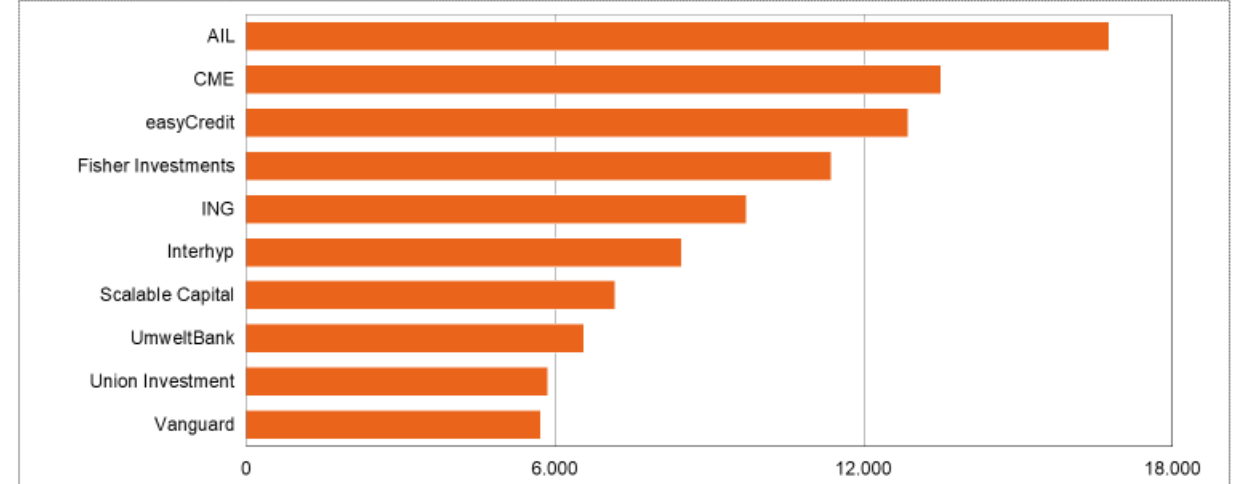
Share of Advertising der Top 10-Marken von März 2022 bis Februar 2023



Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

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



Welche Marken zeigen die größte Dynamik?

research tools

Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Welche Marken führen das Ausgabenranking an?

research tools

Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

research tools

Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Werbemarktanalyse Banken 2023

research tools

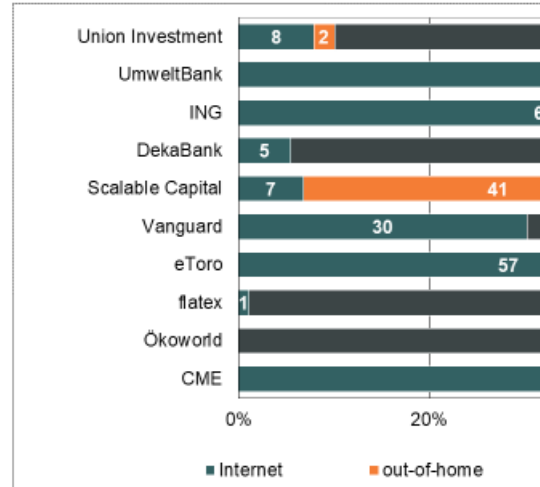
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

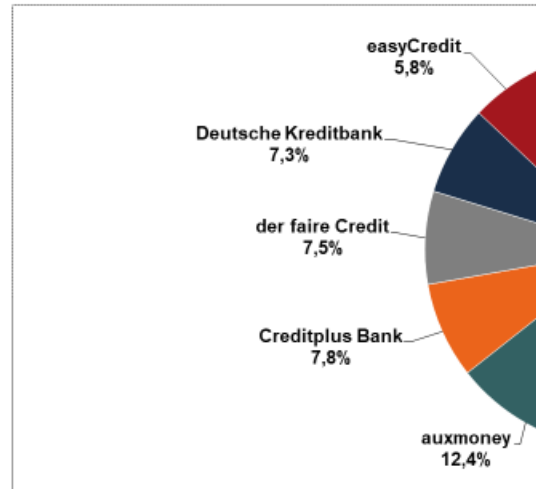
Benchmarks bargeldloser Zahlungsverkehr

bargeldloser Zahlungsverkehr | Mediensplit der Top 10-Marken nach Werbevolumen im Zeitraum '22/'23



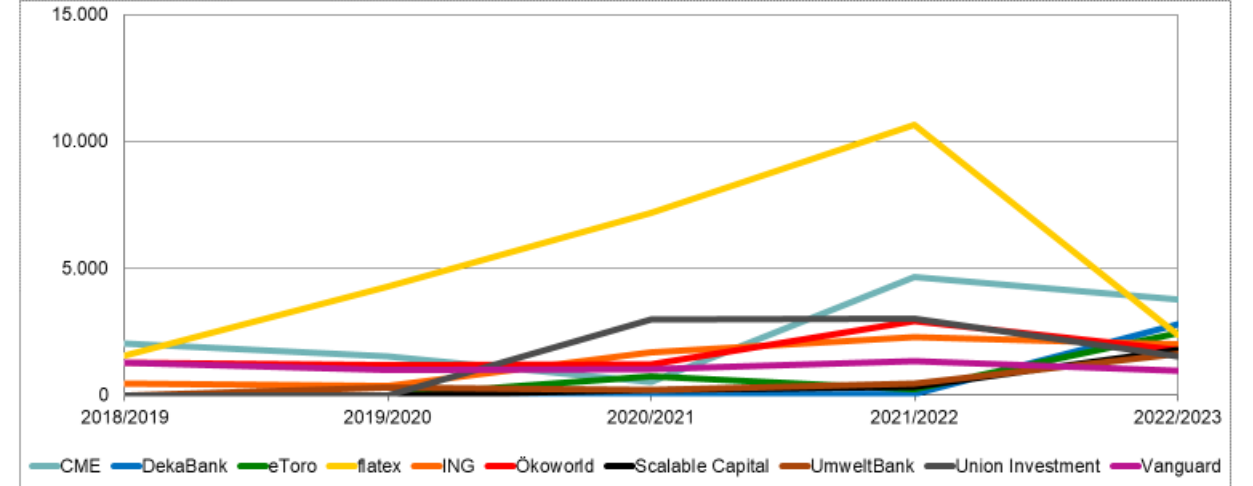
Benchmarks Ratenkredit

Ratenkredit | Share of Advertising der Top 10-Marken nach Werbevolumen im Zeitraum '22/'23



Benchmarks Wertpapiere

Wertpapiere | Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10-Marken aus dem Zeitraum '22/'23 in den vergangenen 5 Jahren (Angaben in T€)



Wo liegen in den Produktmärkten die saisonalen Werbebepeaks?

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Auf welchen Mediensplit setzen die Marken in den Produktmärkten?

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Werbemarktanalyse
Banken 2023

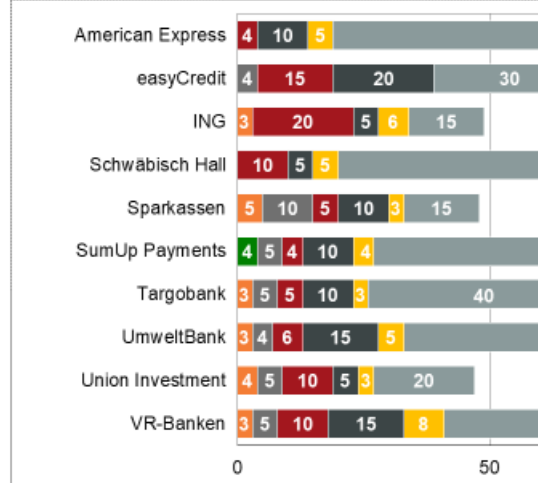
Analysebeispiele (4)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Benchmarks

Verteilung der Werbeausgaben und Werbemotive der Top 10-Marken in den letzten zwölf Monaten

Verteilung der Werbemotive der Top 10-Marken auf die Mediengattungen in den letzten zwölf Monaten (Angaben als Anzahl unterschiedlicher Motive)



Kommunikationspositionierung

Kommunikationspositionierung der Top 10-Marken auf Basis Mediensplit im 5-Jahres-Durchschnitt

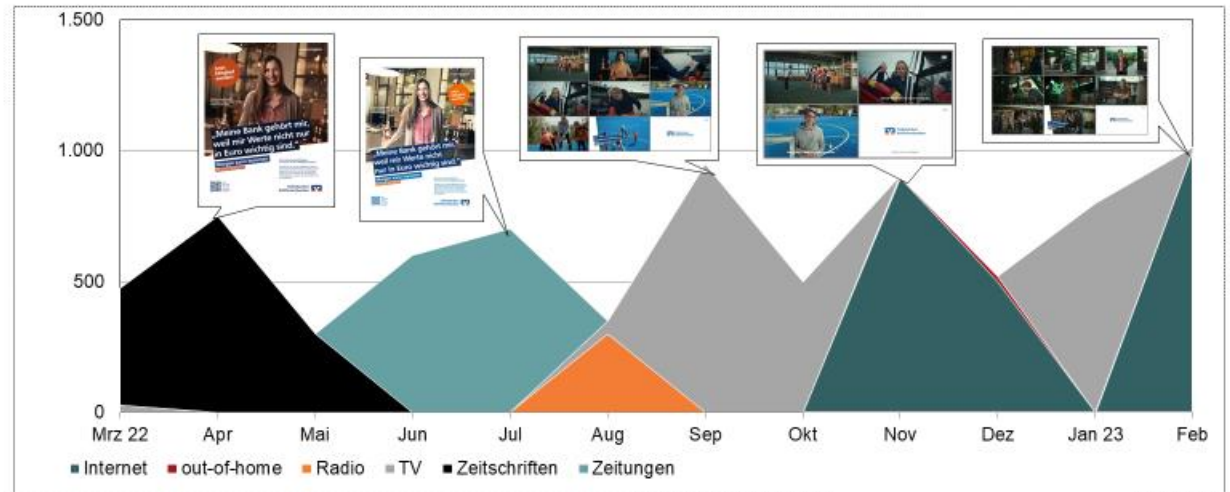


Welche Dynamik zeigt sich im Zeitablauf in den Medien?

Strategien

Marke A

Marke A | Zeitliche Werbepressungsverteilung in den letzten 12 Monaten nach Mediengattungen (Angaben in T€)



research tools

Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Wie positionieren sich die Marken im Wettbewerbsumfeld?

research tools

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 2023.

Auftraggeber:

Firma:

Ansprechpartner:

E-Mail:

Position/Funktion:

Datum, Ort, Unterschrift:



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief
Werbemarktanalyse Banken 2023

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 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Spezialist für Marketinganalyse, -controlling und -monitoring.

In der Reihe ‚Werbemarktanalysen‘ sind seit 2018 über 70 Marktstudien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

Zuletzt zur Bankenbranche erschienen:

- Studie eVisibility Banken 2023
- Studie Bankzielgruppe Individualkunden 2023
- Studie Operatives Produktmarketing Banken 2023
- Studie Social Media Ad Perception Banken 2022
- Studie Kundenpfade Banken 2022
- Werbemarktanalyse Direktbanken 2022

Bankenbranche: seit 2021 mehr als 25 Studien veröffentlicht

