

+++ Deutsche Bank +++ easyCredit +++ ING +++ PayPal +++ Scalable Capital +++ Sparkassen +++ Targobank +++ Union Investment +++ VR-Banken +++ VW/-bank +++ Deutsche Bank +++ easyCredit +++ ING +++ PayPal +++ u. weit. 490 Anbieter mit quantitativen Fünf-Jahres-Trends ++

Studiensteckbrief

Werbemarktanalyse Banken 2026

Werbeausgaben für 500 Marken über 5 Jahre

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

Mai 2026

powered by:



Informationen zur Studie

Nutzwert der Studie:



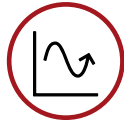
Welche der **500 Marken** sind die werbeintensivsten und -dynamischsten?



Welche **Werbetrends** sind in der Branche zu beobachten?



Über welche **Medien** kommuniziert die Branche, welches Werbemedium hat im Zeitvergleich an Bedeutung gewonnen?



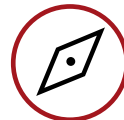
Wie **verteilen** die Top-Marken ihre Spendings innerhalb von 60 Monaten?



Welchen **Werbedruck** entfalten die Top-Marken, in welchen Mediengattungen werben sie?



Welche **Werbemotive** sind in den Mediengattungen wichtig, wie viele verschiedene Motive setzen die Top-Marken ein?



Wie **positionieren** sich die Top-Marken saisonal und im Mediensplit?



Informationen zur Studie

Key Facts der Analysebereiche:

Werbevolumen Banken

März 25-Februar 26

977 Mio. €



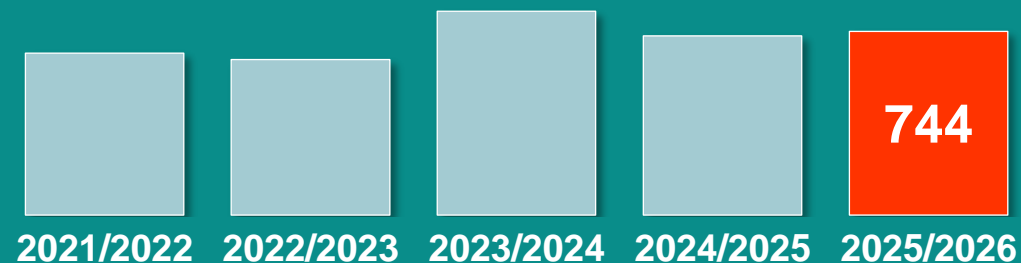
davon
20%
im Produktmarkt
Wertpapiere

Mediensplit



Internet-Werber Nr. 1:
easyCredit

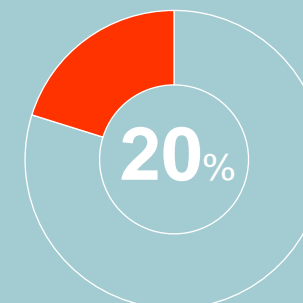
Werbungtreibende pro Monat im Ø



Werbekonzentration



ING
PayPal
Targobank



Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

500 Marken mit den höchsten Spendings

Werbeausgaben für fünf Jahre in der **quantitativen Analyse**

in **13 Produktmärkten**, darunter zehn im Detail wie Girokonto, Sparprodukte, Wertpapiere

alle Informationen **im Wettbewerbsvergleich**
auf 252 PowerPoint-Seiten

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

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

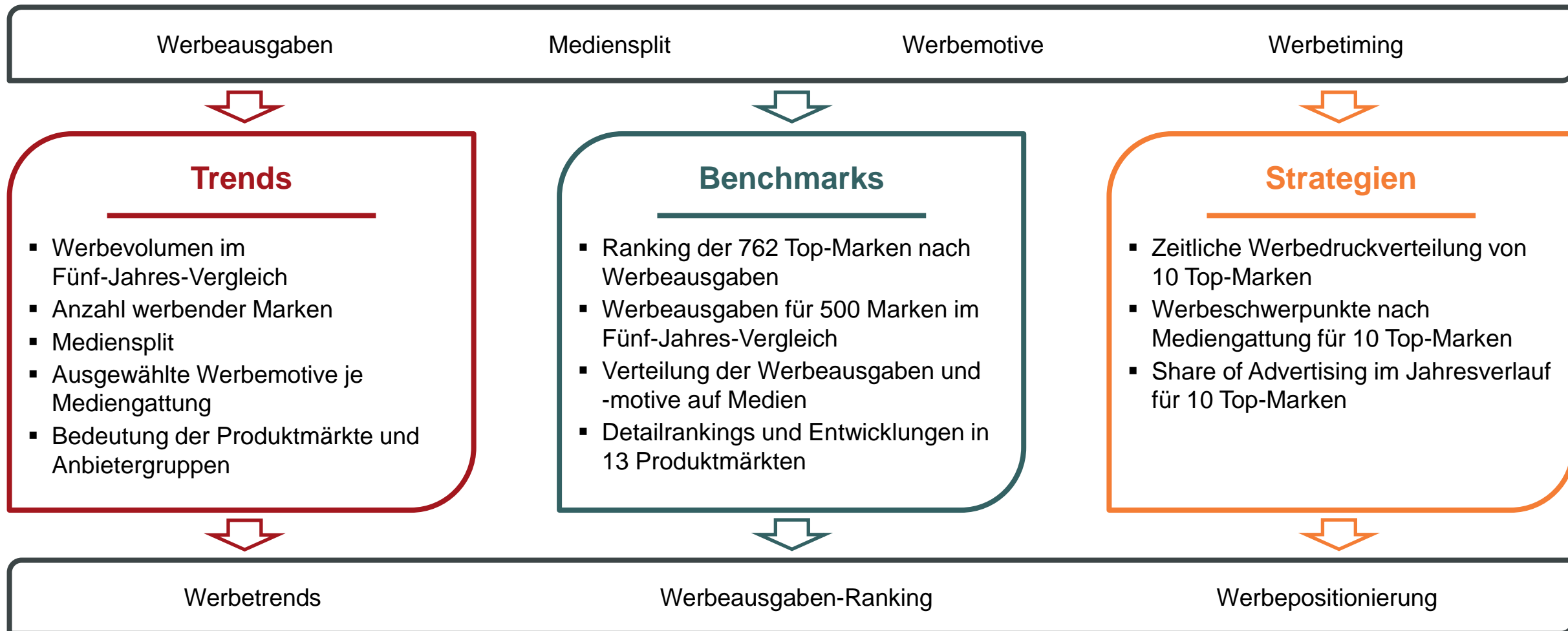
Nutzen: Analyse von Trends, Benchmarks und Strategien
ermöglichen einen unmittelbaren Wettbewerbsvergleich

Im Detail analysierte Marken:

- Deutsche Bank
- easyCredit
- ING
- PayPal
- Scalable Capital
- Sparkassen
- Targobank
- Union Investment
- VR-Banken
- VW/-bank
- + Spendings für
490 weitere Marken

Informationen zur Studie

Konzeption:



Informationen zur Studie

Studieninhalte:

Die Studie in Zahlen:

500

Marken

13

Produktmärkte

6

Mediengattungen

10

Top-Marken in einer
Kommunikationspositionierung
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 252 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 2025/2026	
▪ Quantitative Entwicklungen der Anbietergruppen im 5-Jahres-Vergleich	31
Werbeausgabenentwicklung nach Anbietergruppen, Anbietergruppen im Mediensplit, Werbeausgabenkonzentration in 2025/2026	
▪ 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	114
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	122
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	133
▪ Firmenkunden	141
▪ Girokonto	149
▪ Image	157
▪ Karten	165
▪ Ratenkredit	173
▪ Sparprodukte	181
▪ Vermögensmanagement	189
▪ Wertpapiere	197



Inhaltsverzeichnis

➤ Strategien	205
Zeitliche Werbedruckverteilung in den letzten 12 Monaten nach Mediengattungen für die Top 10-Marken mit den höchsten Werbeausgaben, Share of Advertising der Top 10-Marken im Jahresverlauf	
➤ Kommunikationspositionierung	247
Kommunikationspositionierung der 10 Top-Marken auf Basis Mediensplit und Jahreszeiten im 5-Jahres-Durchschnitt	
➤ Kontakt	251



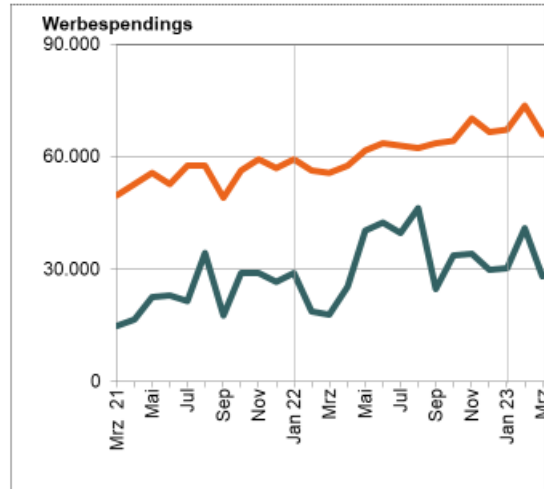
Analysebeispiele (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Trends

Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt

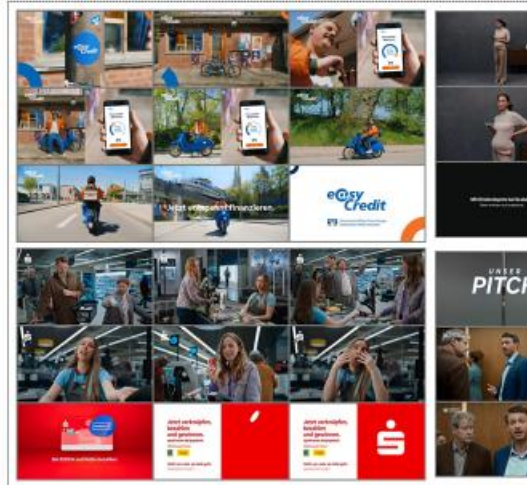
Entwicklung der Werbespendings produktmarktübergreifend (Angaben in T€) und Anzahl der Werbungtreibenden



Trends

Ausgewählte Motive und Nutzenargumente

Typische TV Motivbeispiele und Nutzenargumente 2025/2026

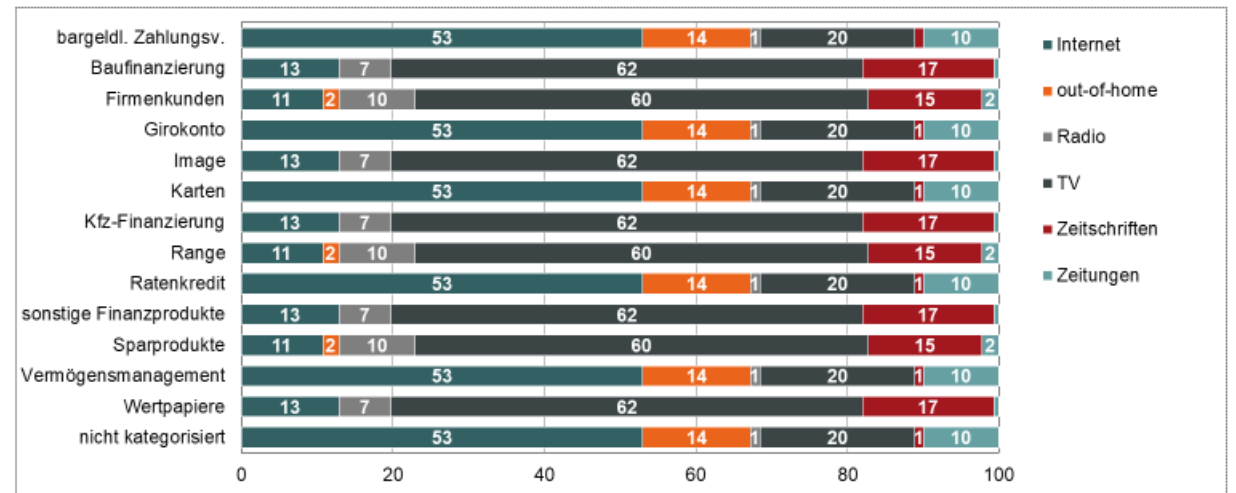


Auf welchen Mediensplit setzen die Marken?

Trends

Quantitative Entwicklungen der Produktmärkte im 5-Jahres-Vergleich

Produktmärkte im Mediensplit 2025/2026 (Angaben in %)



research tools

Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Welche medialen Peaks zeigen sich im Jahresverlauf?

research tools

Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

research tools

Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Werbemarktanalyse Banken 2026

research tools

Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

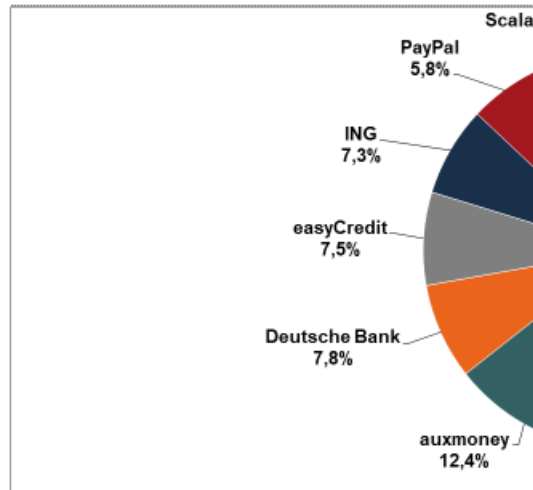
Benchmarks Werbeausgaben-Rankings

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

Rang	Marken	Mrz. '21 – Feb. '22	Mrz. Feb.
11	American Express	5.000.000	
12	BBVA	2.400.800	
13	Bitpanda	6.000.000	
14	comdirect	15.300.500	
15	Dt. Vermögensberatung	9.000.000	1
16	Goldbörse	3.260.800	
17	Postbank	3.900.600	
18	Raisin	5.000.000	
19	Schwäbisch Hall	2.400.800	
20	VR-Banken	3.260.800	

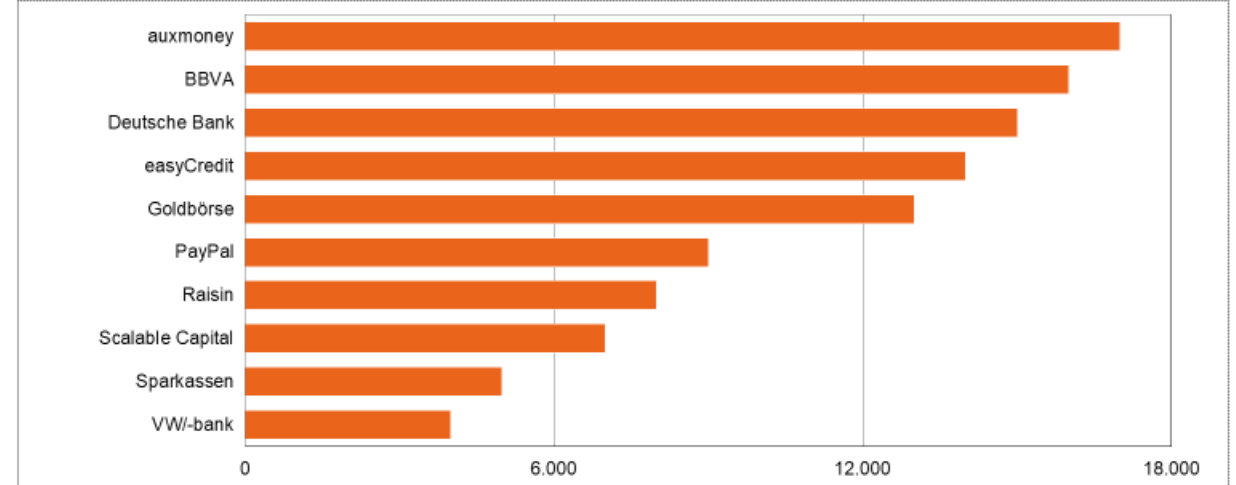
Benchmarks Werbeausgaben-Rankings

Share of Advertising der Top 10-Marken von März 2025 bis Februar 2026



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?

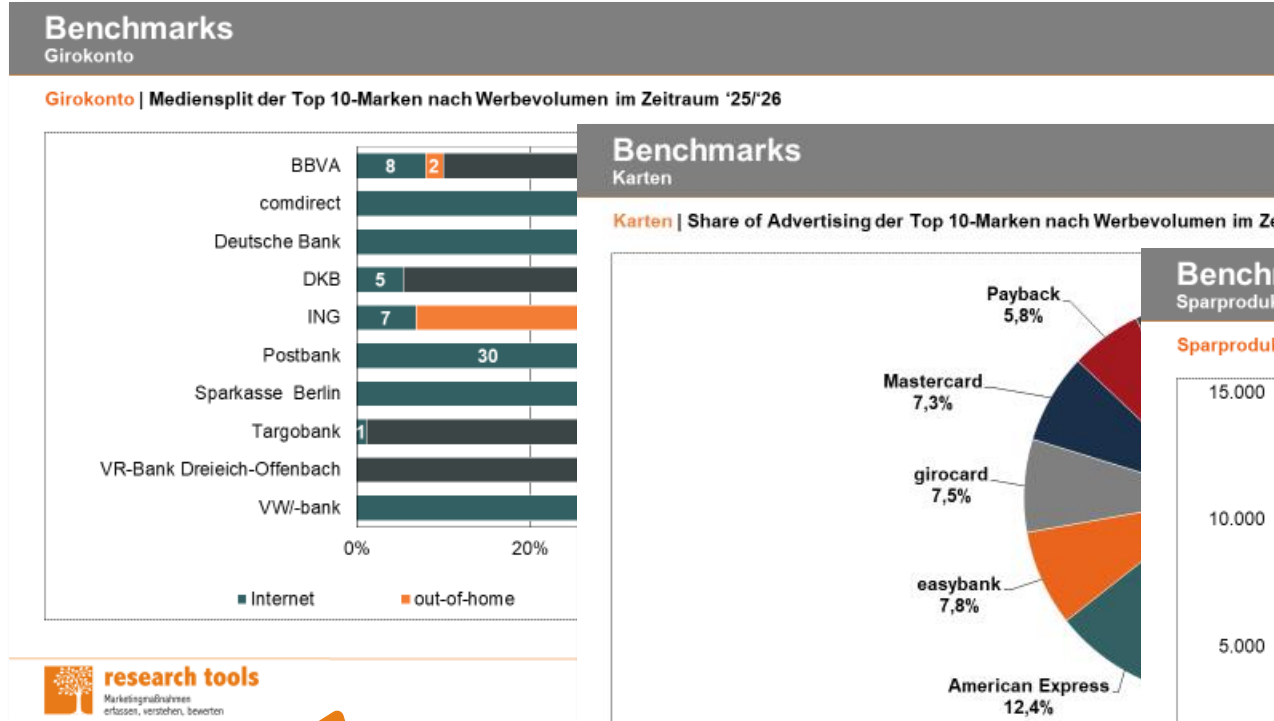
research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Werbemarktanalyse
Banken 2026

Analysebeispiele (3)

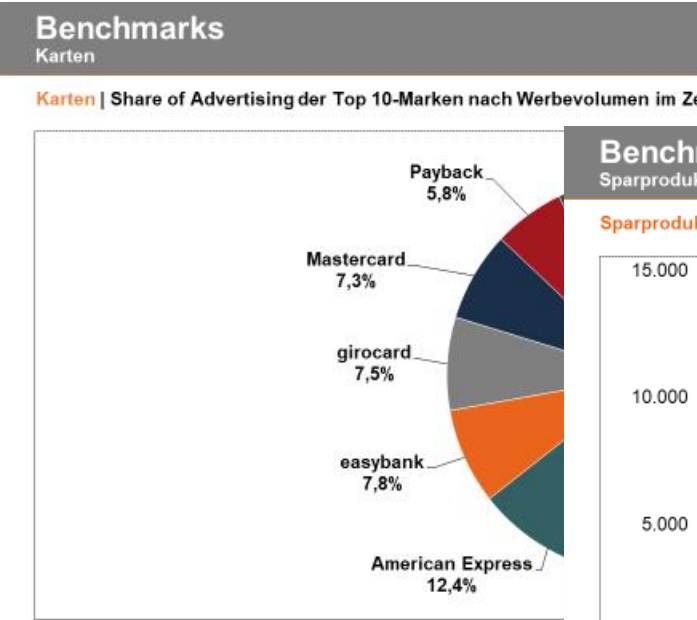
Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten



research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

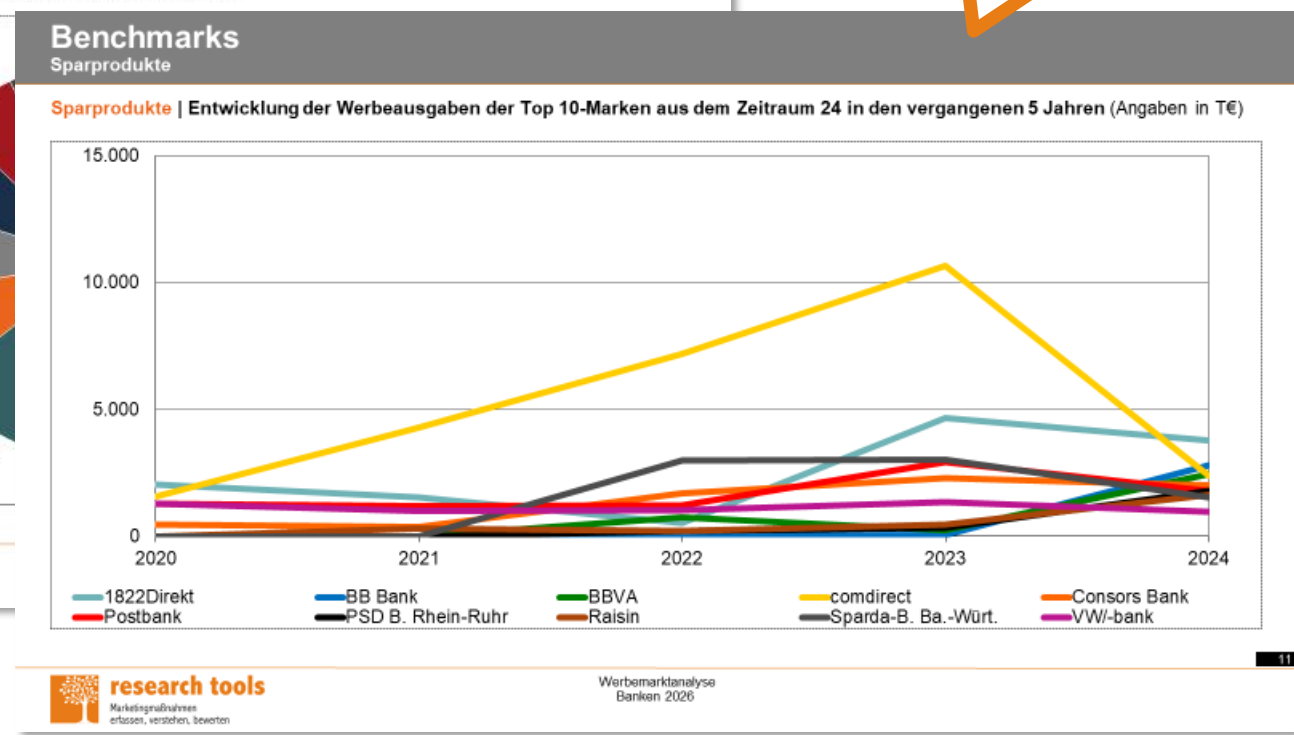
Auf welchen Mediensplit setzen die Marken in den Produktmärkten?

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten



research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Wo liegen in den Produktmärkten die saisonalen Werbebepeaks?



research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Werbemarktanalyse Banken 2026

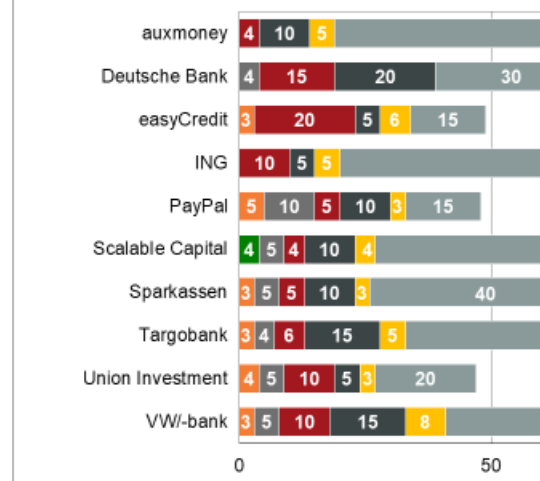
Analysebeispiele (4)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Benchmarks

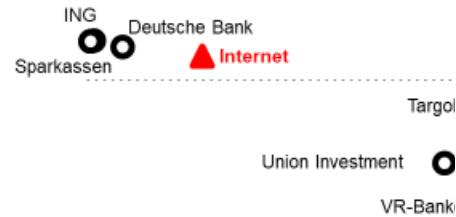
Verteilung der Werbeausgaben und Werbemotive der Top 10-Marken in den letzten zwölf Monaten

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

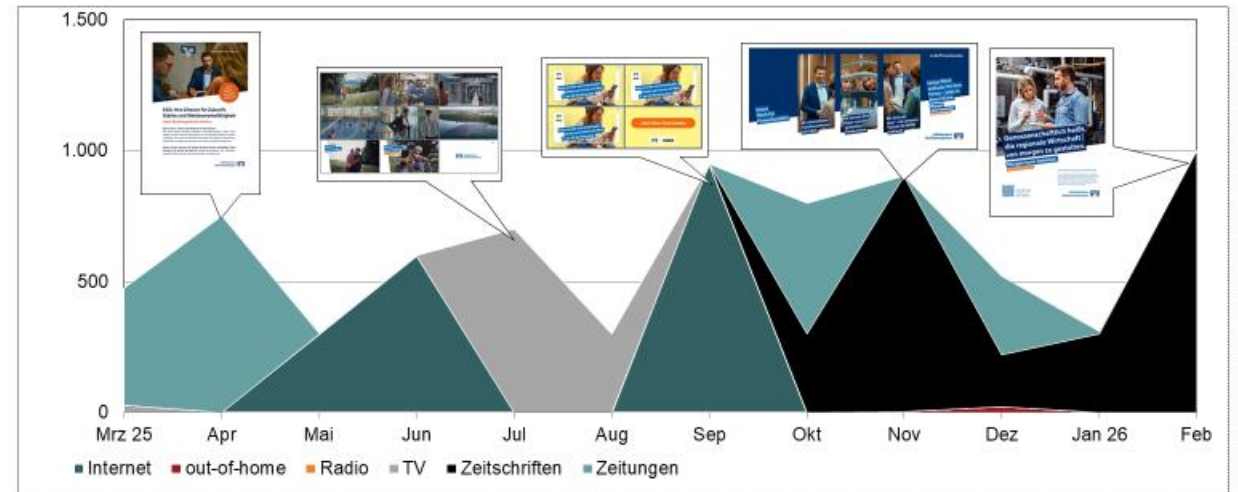


Welche Dynamik zeigt sich im Zeitablauf in den Medien?

Strategien

Marke A

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



research tools

Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

research tools

Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Wie positionieren sich die Marken im Wettbewerbsumfeld?

research tools
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Werbemarktanalyse Banken 2026

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 2026**.

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 verschiedene Banken. In der Bankenbranche hat research tools im Laufe der Jahre mehr als 170 Studien veröffentlicht.

In der Reihe ‚Werbemarktanalysen‘ sind allein seit 2022 über 90 Marktstudien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

Zuletzt zur Bankenbranche erschienen:

- Studie Bankzielgruppe Selbstständige 2026
- Studie Unternehmensprofile Banken 2026
- Studie Operatives Produktmarketing Banken 2026
- Werbemarktanalyse Wertpapiere 2026
- Studie Kundenpfade Banken 2025
- Studie Social Media Ad Perception Banken 2025

Bankenbranche: seit 2020 mehr als 70 Studien veröffentlicht

