

+++ auxmoney +++ easyCredit +++ Interhyp +++ Mazda +++ Mercedes-Benz +++ Peugeot Bank +++ Postbank +++ Renault/Renault Bank +++ Skoda +++ Targobank +++ u. weit. 190 Anb. mit quant. 5-Jahres-Trends

Studiensteckbrief

Werbemarktanalyse Finanzierung 2018

Trends – Benchmarks – Strategien

erarbeitet von:

research tools, Esslingen am Neckar

Juni 2018

powered by:



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief
Werbemarktanalyse Finanzierung 2018

Informationen zur Studie

Ausgewählte Key Facts:

- Für die mediale Kommunikation haben die werbungtreibenden Anbieter von Finanzierungsprodukten innerhalb eines Jahres mehr als 160 Millionen Euro ausgegeben.
- Im volumenstärksten Teilmarkt Ratenkredit sind die Werbeausgaben im Vorjahresvergleich um drei Prozent gestiegen.
- Die Werbeausgaben im Teilmarkt Autoleasing haben sich im Vergleich zum Vorjahr fast verdoppelt und belaufen sich damit auf knapp 17 Millionen Euro.
- Im Durchschnitt werben 74 Marken pro Monat für ihre Finanzierungsprodukte.
- Die Werbekonzentration der drei Topwerber summiert sich auf 48 Prozent.
- TV ist das Top-Werbemedium mit einem Anteil von 52 Prozent. Das regional gut steuerbare Medium Radio liegt mit einem Anteil von 22 Prozent auf dem zweiten Rang.
- Innerhalb eines Jahres werben 23 Anbieter mit einem Volumen von mehr als einer Millionen Euro, davon haben 21 Anbieter ihre Werbeaktivitäten im Vergleich zum Vorjahr ausgeweitet.
- Der Erfolgsfaktor ‚Alleinstellung‘ ist in der Branche der aktuell größte Schwachpunkt unter den qualitativen Werbeerfolgsk Faktoren.

Informationen zur Studie

Key Facts der Analysebereiche:

Werbevolumen Finanzierung

2016/2017:
128 Mio €

2017/2018:
161 Mio €



Mediensplit



Radiowerber Nr. 1:
Renault / Renault Bank

7 Produktmärkte



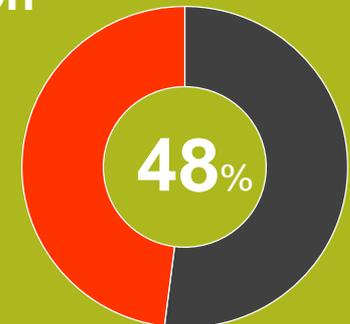
Top-Volumenmarkt:
Ratenkredit

Top-Aufsteigermarkt:
Autofinanzierung

Werbekonzentration



auxmoney
Postbank
Targobank



Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

Werbetrends für die **200 Anbieter von Finanzierungen**
mit den höchsten Werbeausgaben

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

in **sieben Produktmärkten**, darunter
Autokredit, Autoleasing, Baufinanzierung, Ratenkredit

alle Informationen im **Wettbewerbsvergleich**
auf 164 PowerPoint-Seiten

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

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

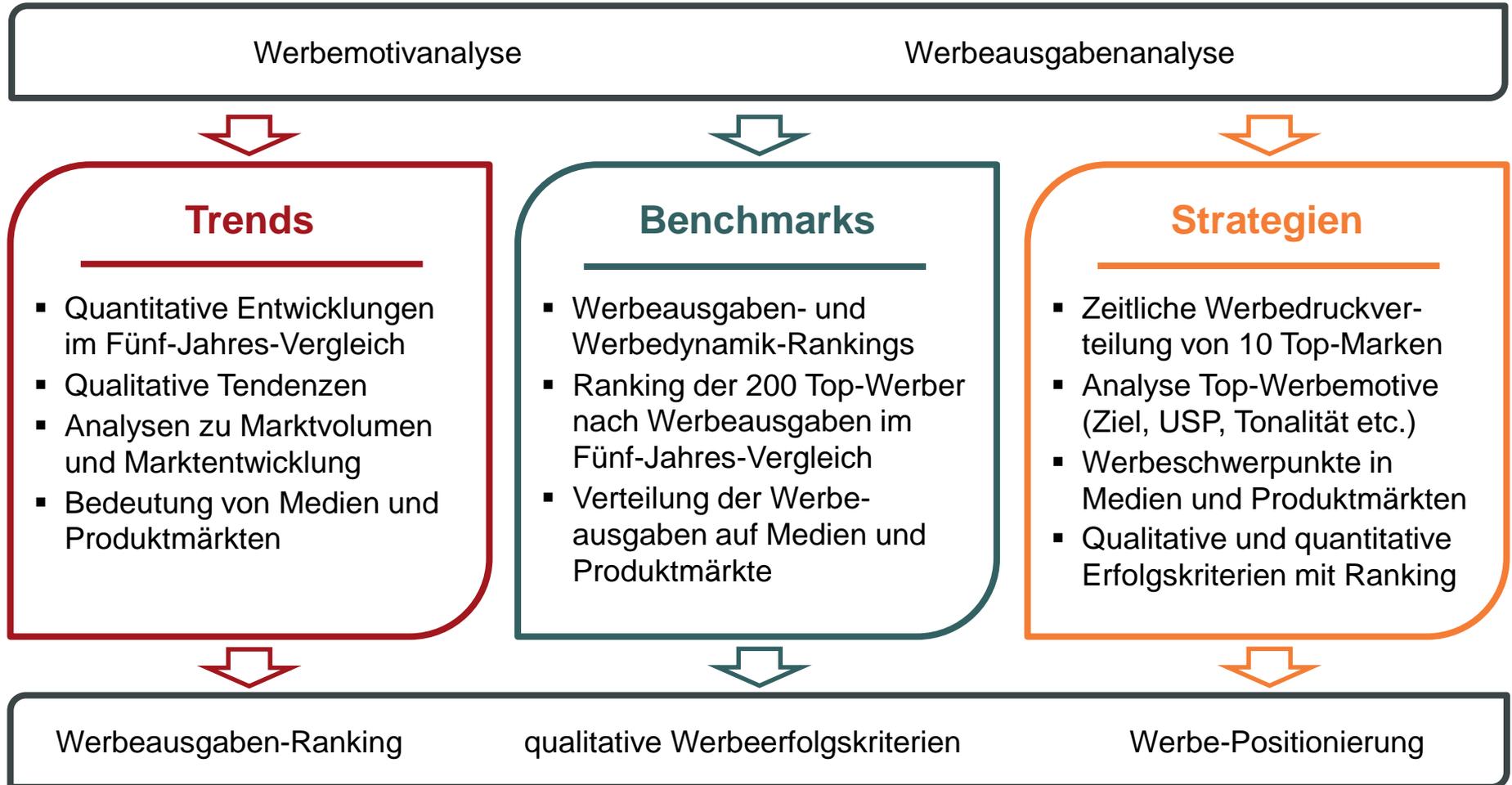
Nutzen: Analyse von Trends, Benchmarks und Strategien
ermöglichen einen unmittelbaren Wettbewerbsvergleich

Im Detail analysierte Marken:

- auxmoney
- easyCredit
- Interhyp
- Mazda
- Mercedes-Benz
- Peugeot Bank
- Postbank
- Renault/R. Bank
- Skoda
- Targobank
- + Spendings
für 190 weitere
Marken

Informationen zur Studie

Konzeption:



Informationen zur Studie

Studieninhalte:

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

- welche allgemeinen Werbeausgabentrends sind zu beobachten?
- welches sind die werbeintensivsten und /- dynamischsten Marken?
- mit welchen Motiven werben die Unternehmen?
- welche Entwicklungen sind in Produktmärkten zu erkennen?
- welche Werbestrategien nutzen zehn detailliert analysierte Marken?
- welchen Werbedruck entfalten die Top 10 Marken?
- mit welchen Slogans und/oder Motiven wird in der Werbung argumentiert?
- welche Zielsetzung, USPs, Tonalität etc. zeigen die Topmotive?
- welche Stärken / Schwächen zeigt die qualitative Motivanalyse auf?
- wie positionieren sich die Top-Marken im Werbemarkt?

Die Studie in Zahlen:

- Werbevolumen von 200 Marken im Fünf-Jahres-Vergleich
- Werbespendings in sieben Produktmärkten
- Werbespendings für fünf Mediengattungen
- Qualitative Strategien & Motivanalyse von zehn Top-Marken
- Positionierungsanalyse Werbestrategie für zehn Top-Marken

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 des unabhängigen Medienbeobachters **AdVision digital**.

Preis der Studie: Die 164 Seiten umfassende Studie kostet **2.400 EUR** zzgl. Mehrwertsteuer.

Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	5
➤ Forschungsdesign	10
➤ Trends	15
▪ Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt	18
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 Mediensplitt, Werbeausgabenkonzentration in 2017/2018	
▪ Quantitative Entwicklungen der Anbietergruppen im 5-Jahres-Vergleich	28
Werbeausgabenentwicklung nach Anbietergruppen, Anbietergruppen im Mediensplitt, Werbekonzentration 2017/2018	
▪ Qualitative Tendenzen	35
Typische Motivbeispiele und Nutzenargumente 2017/2018, aktuelle Trends 2017/2018	



Inhaltsverzeichnis

➤	Benchmarks	40
▪	Werbeausgaben-Rankings	43
	Share of Advertising der Top 10 Marken, Ranking der Top 200 Marken nach Werbevolumen, Ranking der Top 10/Low 10 Marken nach absoluter Werbedynamik	
▪	Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10 Marken im 5-Jahres-Vergleich	68
	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/-Motive in den letzten zwölf Monaten	75
	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

➤ Strategien	78
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	84
▪ easyCredit	89
▪ Interhyp	96
▪ Mazda	101
▪ Mercedes-Benz	108
▪ Peugeot Bank	114
▪ Postbank	121
▪ Renault/Renault Bank	126
▪ Skoda	132
▪ Targobank	139
▪ Bewertung der Kommunikationsstrategien im Vergleich	146
▪ Motiv-Highlights	152
Auswahl wichtiger oder herausragender Werbemotive	
➤ Kommunikationspositionierung	155
➤ Kontakt	163

Beispielseiten (1)

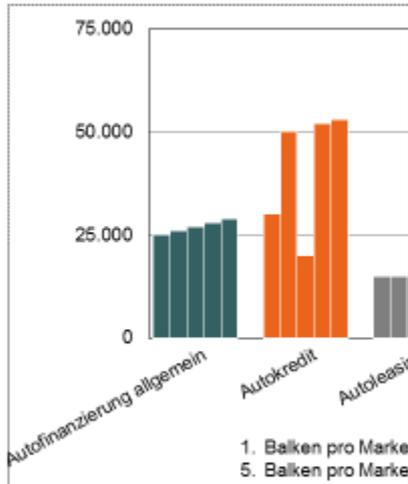
Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Auf welchen Mediensplit setzen die Unternehmen?

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



Trends

Qualitative Tendenzen

Aktuelle Trends 2017/2018

Kategorie	Top 1
Meist beworbene Produkte	Ratenkredit
Meist geschaltete Medienkanäle	Zeitschriften
Meist genutzte Werbemedium	Medium A
Anzahl Motive	Internet (xxx)
Designelemente	Autos
Kreativagenturen	Agentur A

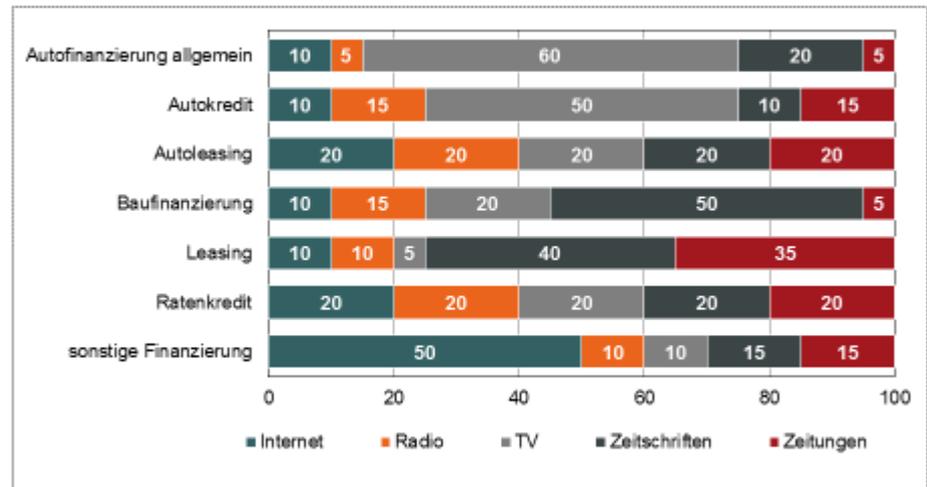
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Trends

Quantitative Entwicklungen der Produktmärkte im 5-Jahres-Vergleich

Produktmärkte im Mediensplit 2017/2018 (Angaben in %)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Studiensteckbrief
Werbemarktanalyse Finanzierung 2018

Welche Dynamik ist in den Produktmärkten erkennbar?

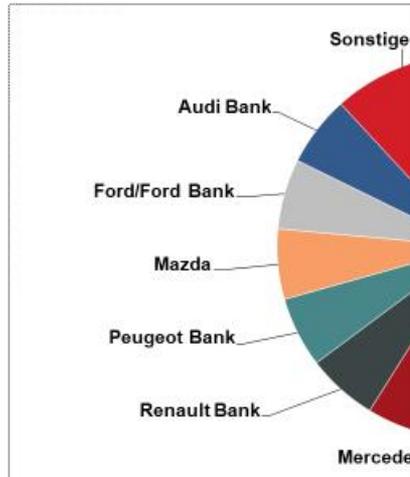
Beispielseiten (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Share of Advertising der Top 10 Marken von Mai 2017 bis April 2018



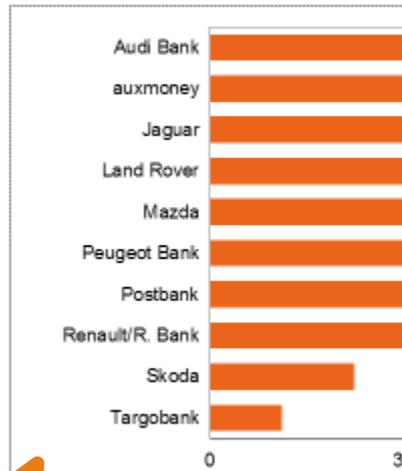
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

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



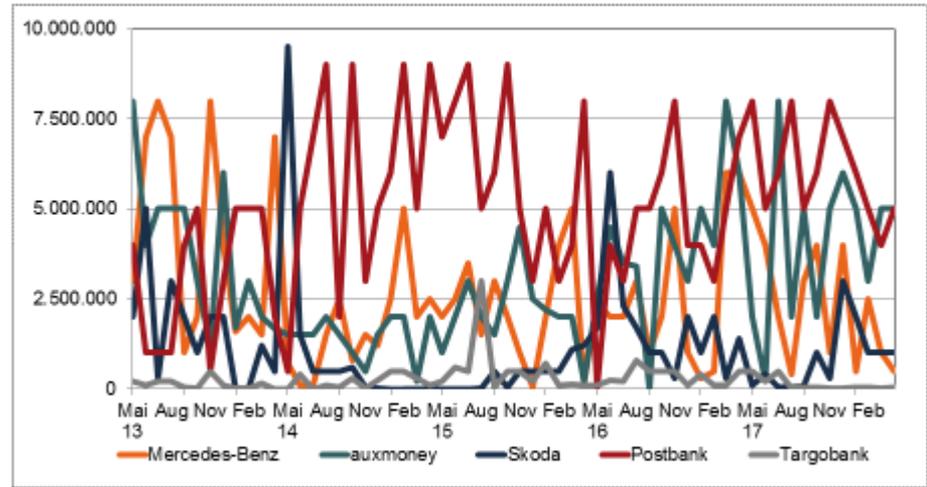
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Benchmarks

Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10 Anbieter

Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10 Anbieter im Verlauf der letzten 60 Monate (Top 1 – 5)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Studiensteckbrief
Werbemarktanalyse Finanzierung 2018

Welche medialen Peaks ergeben sich im Jahresverlauf?

Welche Marken zeigen die größte Dynamik?

Beispielseiten (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Welche Dynamik zeigt sich im Zeitablauf in den Teilmärkten?

Strategien

Marke A

Marke A | Quantitative und qualitative Erfolgskriterien

	Quantitativ
Werbeausgaben absolut in '17/18	xxx € zu '16/'17, +xx% Anteil an d. ges. Branche (Rang xx)
	Qualitativ
Alleinstellung	Alleinstellung mit dem Motto „xxx“ im Produkt xxx
Aufmerksamkeitsstärke	harmonische, beruhigende Motive, corporate colour
Design-Konsistenz	medienübergreifend anders, im Zeitverlauf unterschiedliche Motive

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

research tools

Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Werbemarkt

Strategien

Marke B

Marke B | Autofinanzierung allgemein Analyse Top-Werbemotive



ZR	xx.17-xx.17	🕒	20 – 22 Uhr
📺	fast täglich	AG	Agentur A
MED	Nachrichten - TV	UF	Doku, Film, ...
€	xxx €	SCH	xxx
🏠	Markenrelevanz	ZG	jung - Mittels
USP	impress yourself	TON	spannend

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

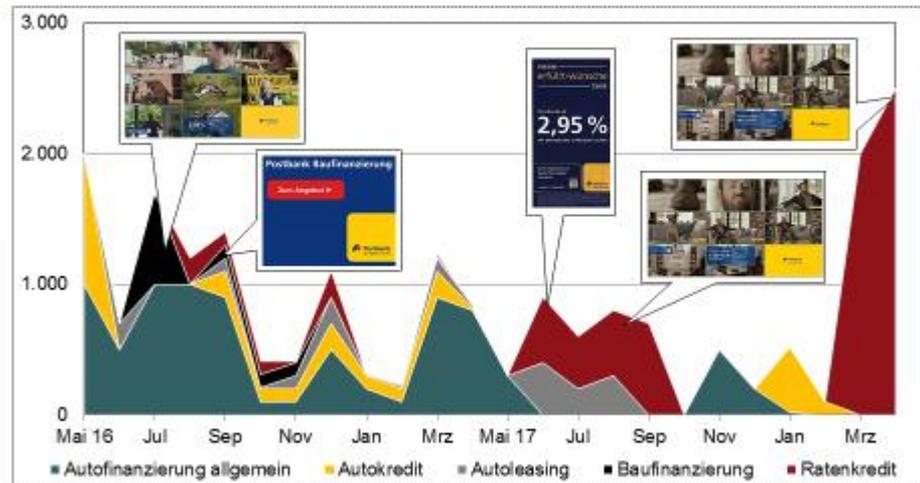
research tools

Werbemarkt

Strategien

Marke C

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



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

research tools

Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief
Werbemarktanalyse Finanzierung 2018

Bei welchen Erfolgsparametern werden Schwächen deutlich?

Beispielseiten (4)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Strategien Markenranking

Bewertung der Kommunikationsstrategie im Vergleich

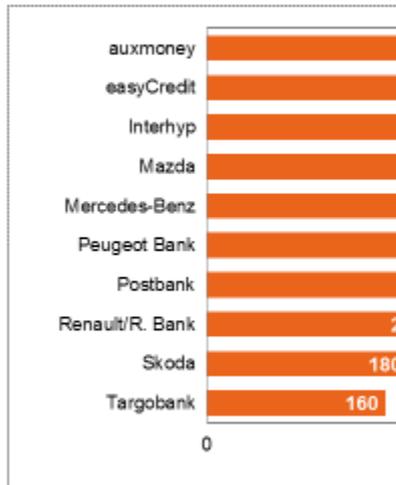
Marken	Awareness		Dur Desi kons
	Allein- stellung	Aufmerk- samkeit	
auxmoney	●●●●●	●●●●●	●
easyCredit	●●●●●	●●●●●	●
Interhyp	●●●●●	●●●●●	●
Mazda	●●●●●	●●●●●	●
Mercedes-Benz	●●●●●	●●●●●	●
Peugeot Bank	●●●●●	●●●●●	●
Postbank	●●●●●	●●●●●	●
Renault/R.Bank	●●●●●	●●●●●	●
Skoda	●●●●●	●●●●●	●
Targobank	●●●●●	●●●●●	●

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



Werbema

Wie positionieren sich die Marken im Wettbewerbsumfeld?

Kommunikationspositionierung

Positionierung/Ähnlichkeit der Marken



Studiensteckbrief
Werbemarktanalyse Finanzierung 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 2.400 EUR zzgl. MwSt. die
Werbemarktanalyse Finanzierung 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

Zuletzt zur Bankenbranche erschienen:

- Marketing-Mix-Analyse Baufinanzierung 2018
- Werbemarktanalyse Banken 2018
- Studie eVisibility Banken 2018
- Studie Operatives Produktmarketing Banken 2018
- Studie Kundenpfade Banken 2017
- Marketing-Mix-Analyse Kreditkarten 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.

