

+++ American Express +++ ARAL +++ Barclaycard +++ DeutschlandCard +++ Lufthansa Miles & More ++
+ Mastercard +++ Payback +++ real +++ Viabuy +++ Visa +++ u. weit. 90 Anbiet. m. quantit. 5-Jahres-Trend

Studiensteckbrief

Werbemarktanalyse Karten 2018

Trends – Benchmarks – Strategien

erarbeitet von:

research tools, Esslingen am Neckar

August 2018

powered by:



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief
Werbemarktanalyse Karten 2018

Informationen zur Studie

Ausgewählte Key Facts:

- Für die mediale Kommunikation haben die werbungtreibenden Anbieter von Bank-, Kredit- und Kundenkarten innerhalb eines Jahres insgesamt rund 89 Millionen Euro ausgegeben.
- Im volumenstärksten Teilmarkt Kreditkarten sind die Werbeausgaben im Vorjahresvergleich um mehr als fünf Prozent zurückgegangen.
- Der Produktmarkt Kundenkarten weist im Vergleich zum Vorjahr das stärkste Wachstum auf.
- Im Durchschnitt werben 39 Anbieter pro Monat für ihre Karten.
- Die Werbekonzentration der beiden Topwerber summiert sich auf 34 Prozent.
- TV und Zeitungen sind die beiden Top-Medien.
- 15 Kartenanbieter werben mit einem Volumen von mehr als einer Millionen Euro, elf davon haben ihre 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 Karten

2016/2017:
85 Mio €

2017/2018:
89 Mio €



Mediensplit



Internet-Bannerwerber Nr. 1:
Payback

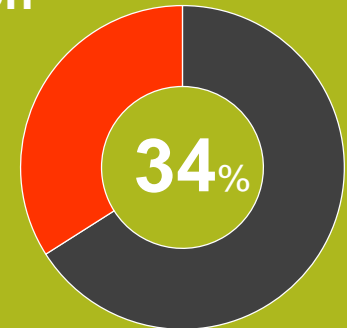
4 Produktmärkte



Top-Volumenmarkt:
Kreditkarten

Top-Aufsteigermarkt:
Kundenkarten

Werbekonzentration



Mastercard
Payback

Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

Werbetrends für die **100 Anbieter von Karten**
mit den höchsten Werbeausgaben

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

in **vier Teilmärkten**, darunter
Bankkarten, Kreditkarten, Kundenkarten

alle Informationen im **Wettbewerbsvergleich**
auf 150 PowerPoint-Seiten

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

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

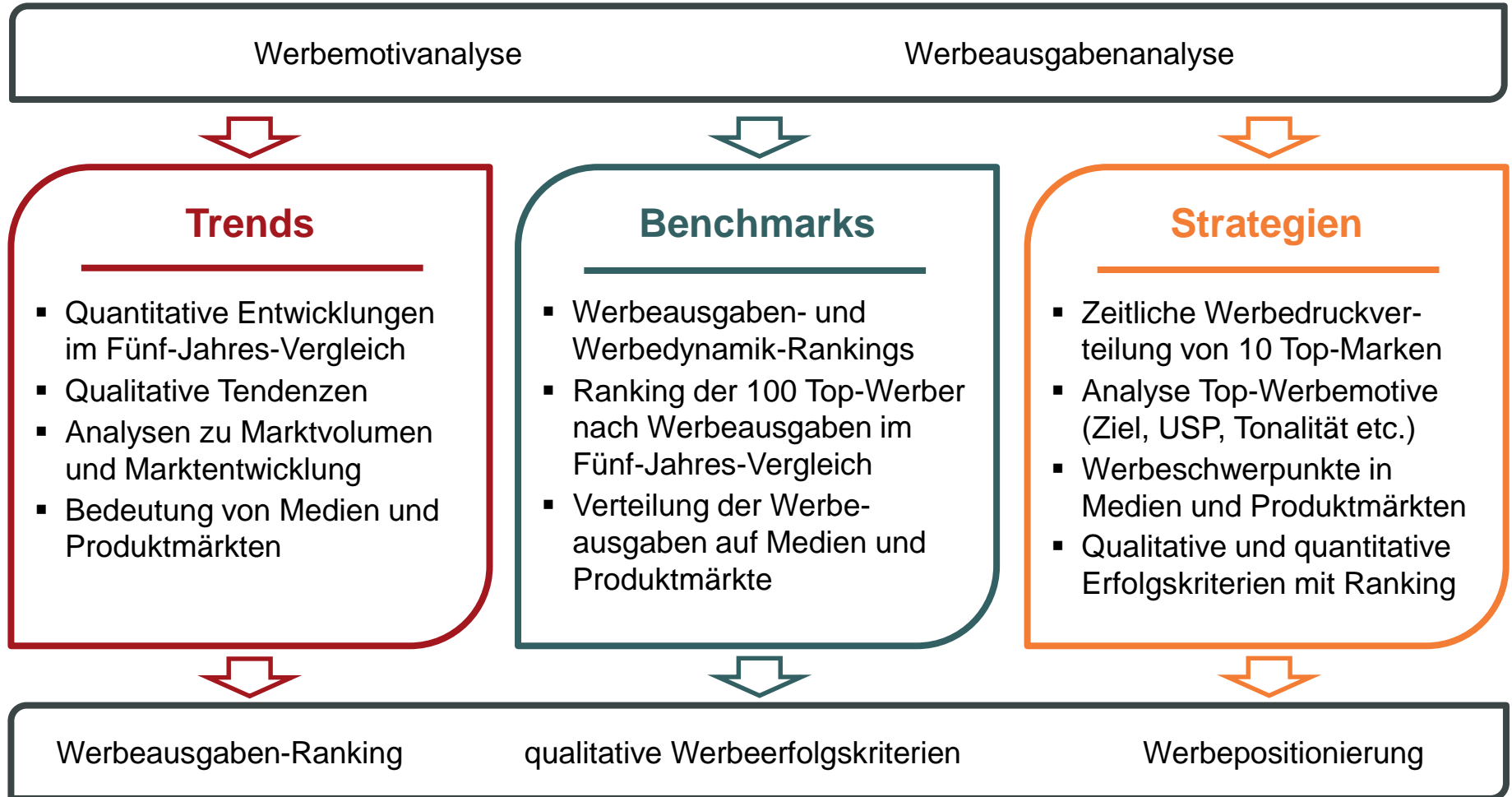
Nutzen: Analyse von Trends, Benchmarks und Strategien
ermöglichen einen unmittelbaren Wettbewerbsvergleich

Im Detail analysierte Marken:

- American Express
- ARAL
- Barclaycard
- DeutschlandCard
- Lh Miles & More
- Mastercard
- Payback
- real
- Viabuy
- Visa
- + Spendings
für 90 weitere
Anbieter

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 den 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 100 Marken im Fünf-Jahres-Vergleich
- Werbespendings in vier 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 150 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 Anbieter und der monatlichen Werbespendings, Werbeausgabenentwicklung nach Medien	
▪ Quantitative Entwicklungen der Produktmärkte im 5-Jahres-Vergleich	22
Werbeausgabenentwicklung nach Produktmärkte, Produktmärkte im Mediensplit, Werbeausgabenkonzentration in 2017/2018	
▪ Quantitative Entwicklungen der Anbietergruppen im 5-Jahres-Vergleich	29
Werbeausgabenentwicklung nach Anbietergruppen, Anbietergruppen im Mediensplit, Werbekonzentration 2017/2018	
▪ Qualitative Tendenzen	35
Typische Motivbeispiele und Nutzenargumente 2017/2018, aktuelle Trends 2017/2018	



Inhaltsverzeichnis

➤	Benchmarks	42
▪	Werbeausgaben-Rankings	45
	Share of Advertising der Top 10 Anbieter, Ranking der Top 100 Anbieter nach Werbevolumen, Ranking der Top 10/Low 10 Anbieter nach absoluter Werbedynamik	
▪	Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10 Anbieter im 5-Jahres-Vergleich	60
	Entwicklung der jährlichen Werbeausgaben der Top 10 Anbieter im 5-Jahres-Vergleich, Entwicklung der monatlichen Werbeausgaben der Top 10 Anbieter im Verlauf der letzten 60 Monate, Verteilung der Werbeausgaben der Top 10 Anbieter auf die Monate im 5-Jahres-Vergleich, Werbeverzicht in Monaten	
▪	Verteilung der Werbeausgaben/-Motive in den letzten zwölf Monaten	67
	Verteilung der Werbeausgaben der Top 10 Anbieter nach Produktgruppen in den letzten zwölf Monaten, Verteilung der Werbeausgaben und Werbemotive der Top 10 Anbieter auf die Mediengattungen in den letzten zwölf Monaten	



Inhaltsverzeichnis

➤ Strategien	70
Die folgenden Analysen werden für jeden der Top 10 Anbieter durchgeführt: Werbeausgaben nach Produkten und Mediengattungen, zeitliche Werbedruckverteilung nach Produkten in den letzten 24 Monaten, Analyse Top-Werbemotive, Quantitative und qualitative Erfolgskriterien	
▪ American Express	76
▪ ARAL	82
▪ Barclaycard	88
▪ DeutschlandCard	94
▪ Lufthansa Miles & More	99
▪ Mastercard	104
▪ Payback	111
▪ real	116
▪ Viabuy	121
▪ Visa	126
▪ Bewertung der Kommunikationsstrategien im Vergleich	132
▪ Motiv-Highlights	138
Auswahl wichtiger oder herausragender Werbemotive	
➤ Kommunikationspositionierung	141
➤ Kontakt	149

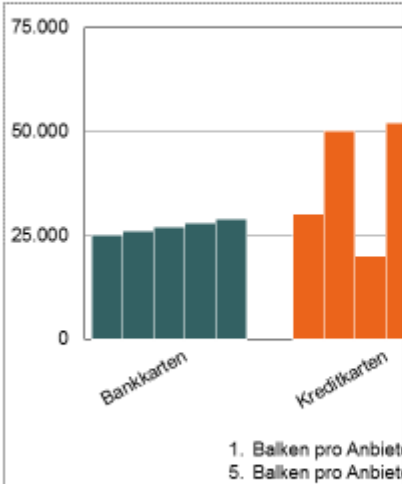


Beispielseiten (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

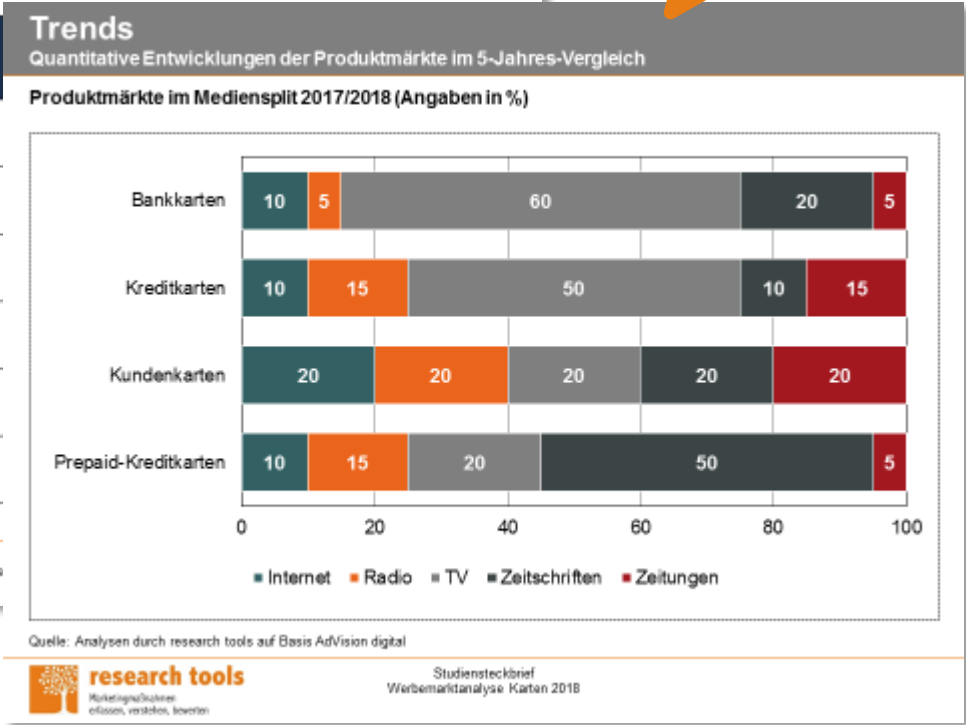
Auf welchen Mediensplit setzen die Unternehmen?

Trends
Quantitative Entwicklungen der Produktmärkte im 5-Jahres-Vergleich
Werbespendings aller Anbieter produktmarktübergreifend im 5-Jahres-Vergleich (Angaben in Tsd. €)



Trends
Qualitative Tendenzen
Aktuelle Trends 2017/2018

Kategorie	Top 1
Meist beworbene Produkte	Kreditkarten
Meist geschaltete Medienkanäle	Zeitung
Meist genutzte Werbemedium	Medium A
Anzahl Motive	Internet (xxx)
Designelemente	Karten
Kreativagenturen	Agentur A



Welche Dynamik ist in den Produktmärkten erkennbar?

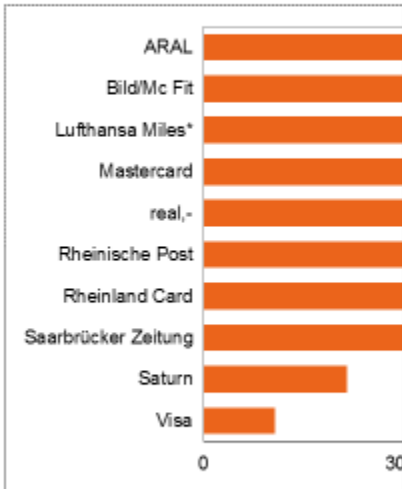
Beispielseiten (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

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



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

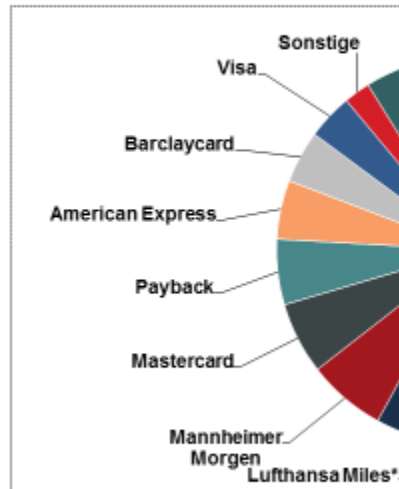


Werber

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Share of Advertising der Top 10 Anbieter von Juli 2017 bis Juni 2018



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



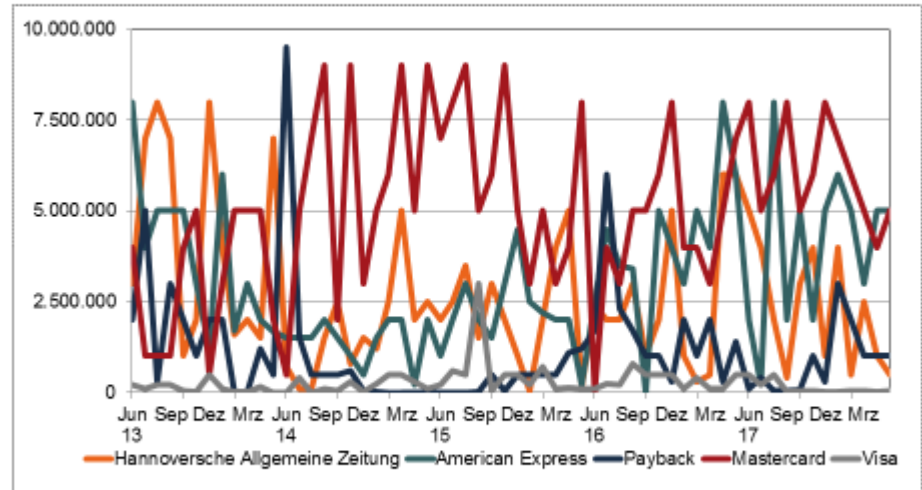
Werber

Welche medialen Peaks ergeben sich im Jahresverlauf?

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 Karten 2018

Welche Anbieter zeigen die größte Dynamik?

Beispielseiten (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Strategien Anbieter A

Anbieter A | Quantitative und qualitative Erfolgskriterien

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

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werber

Bei welchen Erfolgsparametern werden Schwächen deutlich?

Strategien Anbieter B

Anbieter B | Kundenkarten Analyse Top-Werbemotive



ZR	xx.18-xx.18	🕒	06 – 09 Uhr
📅	täglich	AG	Agentur A
MED	RTLNitro, VOX	UF	Serie, Film, ...
€	xxx €	SCH	xxx
👤	Image	ZG	Karteneinhaber
USP	Punkte dich glüc.!	TON	freudig

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital. 1

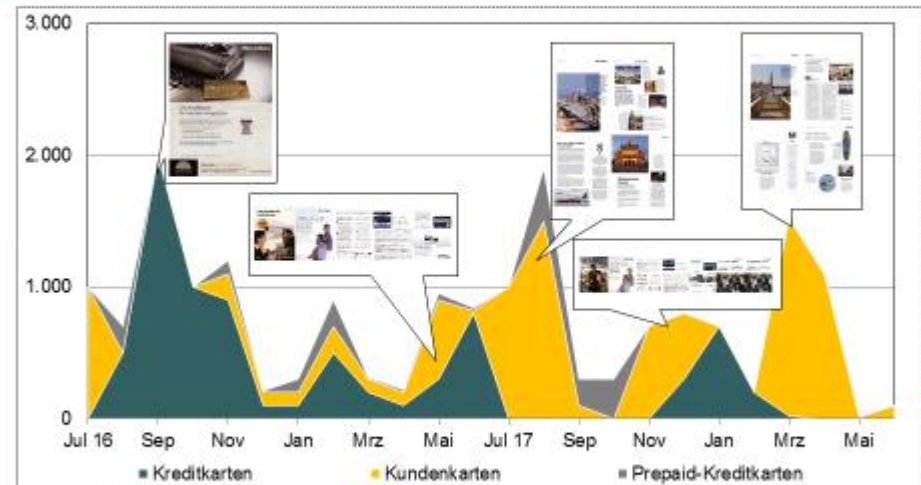


Werber

Welche Dynamik zeigt sich im Zeitablauf in den Teilmärkten?

Strategien Anbieter C

Anbieter C | Zeitliche Werbedruckverteilung in den letzten 24 Monaten nach Produktgruppen (in Tsd. €)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Studiensteckbrief
Werbemarktanalyse Karten 2018

Beispielseiten (4)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Strategien Markenranking

Bewertung der Kommunikationsstrategie im Vergleich

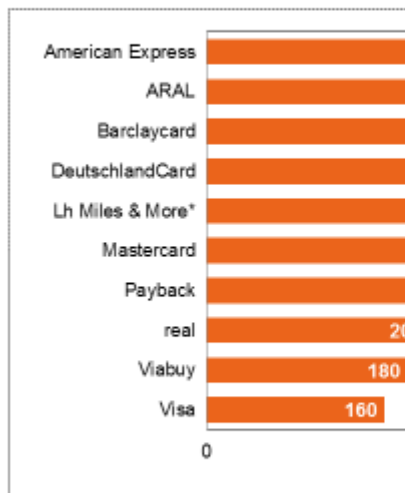
Marken	Awareness		Durchgängigkeit
	Alleinstellung	Aufmerksamkeit	
American Expr.	●●●●●	●●●●●	●●●●●
ARAL	●●●●●	●●●●●	●●●●●
Barclaycard	●●●●●	●●●●●	●●●●●
Deutschl.Card	●●●●●	●●●●●	●●●●●
Lh Miles & More	●●●●●	●●●●●	●●●●●
Mastercard	●●●●●	●●●●●	●●●●●
Payback	●●●●●	●●●●●	●●●●●
real	●●●●●	●●●●●	●●●●●
Viabuy	●●●●●	●●●●●	●●●●●
Visa	●●●●●	●●●●●	●●●●●

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Strategien Anbieterranking

Anbieterranking (Angaben in % der maximal erreichbaren Punkte)



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



Werber

Wie positionieren sich die Anbieter im Wettbewerbsumfeld?

Kommunikationspositionierung

Positionierung/Ähnlichkeit der Anbieter



Studiensteckbrief
Werbemarktanalyse Karten 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 Karten 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:

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

