

+++ ALDI Süd +++ American Express +++ DeutschlandCard +++ ING +++ Joyn +++ Kaufland +++ Mastercard +++ Netflix +++ OTZ Ostthüringer Zeitung +++ Payback +++ Rheinische Post +++ Shell +++ UTA +++ Visa +++ weitere 136 Karten-Anbieter mit quantitativen Fünf-Jahres-Trends ++

Studiensteckbrief

# Werbemarktanalyse Karten 2024

Werbeausgaben für 150 Marken über 5 Jahre

erarbeitet von:  
research tools, Esslingen am Neckar

Oktober 2024



**research tools**

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Werbemarktanalyse  
Karten 2024

powered by:



# Informationen zur Studie

## Nutzwert der Studie:



Welche der **150 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 Karten

Aug. 23-Jul. 24

**87** Mio. €



davon  
**56%**

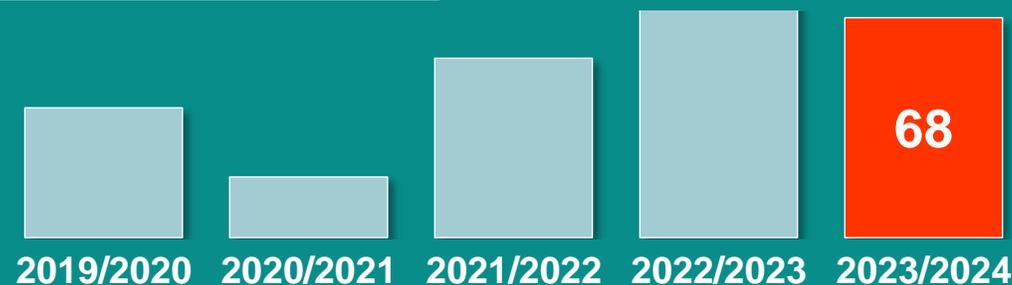
In der Anbietergruppe  
Kundenkarten

### Mediensplit



Internet-Werber Nr. 1:  
**American Express**

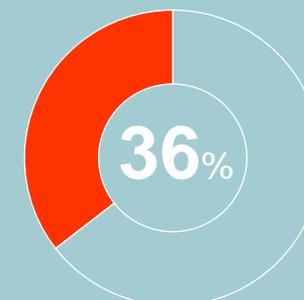
### Werbungtreibende pro Monat im Ø



### Werbekonzentration



**American Express**  
**ING**  
**Payback**



# Informationen zur Studie

## Nutzen und Umfang der Studie:

**150 Karten-Marken** mit den höchsten Spendings

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

In den **4 Anbietergruppen** Bankkarten, Kreditkarten, Kundenkarten und Prepaid-Kreditkarten

alle Informationen **im Wettbewerbsvergleich**  
auf 83 PowerPoint-Seiten

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

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

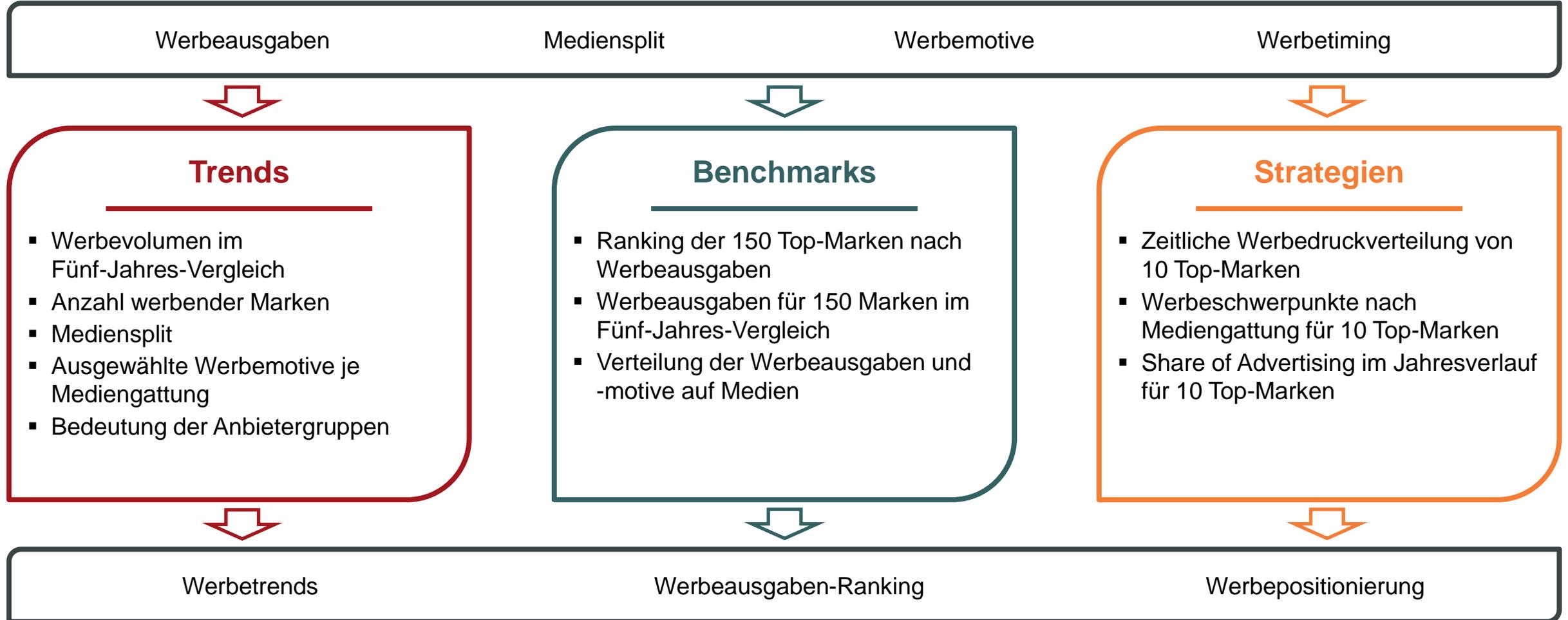
**Nutzen:** Analyse von Trends, Benchmarks und Strategien  
ermöglichen einen unmittelbaren Wettbewerbsvergleich

## Im Detail analysierte Marken:

- ALDI Süd
- American Express
- DeutschlandCard
- ING
- Kaufland
- Mastercard
- Payback
- Shell
- UTA
- Visa
- + Spendings für 140 weitere Marken

# Informationen zur Studie

## Konzeption:



# Informationen zur Studie

## Studieninhalte:

### Die Studie in Zahlen:

**150**

Karten-Marken

**4**

Anbietergruppen

**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 83 Seiten umfassende Studie kostet **2.200 EUR** zuzüglich Mehrwertsteuer.

# Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	4
➤ Forschungsdesign	9
➤ Trends	14
▪ Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt	15
Entwicklung der Werbeausgaben der Werbungtreibenden, Entwicklung der Anzahl beworbener Marken und der monatlichen Werbespendings, Werbeausgabenentwicklung nach Medien	
▪ Quantitative Entwicklungen der Anbietergruppen im 5-Jahres-Vergleich	20
Werbeausgabenentwicklung nach Anbietergruppen, Anbietergruppen im Mediensplit, Werbeausgabenkonzentration in 2023/2024	
▪ Ausgewählte Motive und Nutzenargumente	27
Typische Motive, verwendete Nutzenargumente differenziert nach verschiedenen Medien	
➤ Benchmarks	34
▪ Werbeausgaben-Rankings	35
Share of Advertising der Top 10-Marken, Ranking der Top 150-Marken nach Werbevolumen, Ranking der Top 10/Low 10 Marken nach absoluter Werbedynamik	
▪ Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10-Marken im 5-Jahres-Vergleich	56
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

▪	<b>Verteilung der Werbeausgaben und Werbemotive der Top 10-Marken in den letzten zwölf Monaten</b>	<b>63</b>
	Verteilung der Werbeausgaben der Top 10-Marken nach Anbietergruppen in den letzten zwölf Monaten, Verteilung der Werbeausgaben und Werbemotive der Top 10-Marken auf die Mediengattungen in den letzten zwölf Monaten	
➤	<b>Strategien</b>	<b>66</b>
	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	
➤	<b>Kommunikationspositionierung</b>	<b>78</b>
	Kommunikationspositionierung der 10 Top-Marken auf Basis Mediensplit und Jahreszeiten im 5-Jahres-Durchschnitt	
➤	<b>Kontakt</b>	<b>82</b>



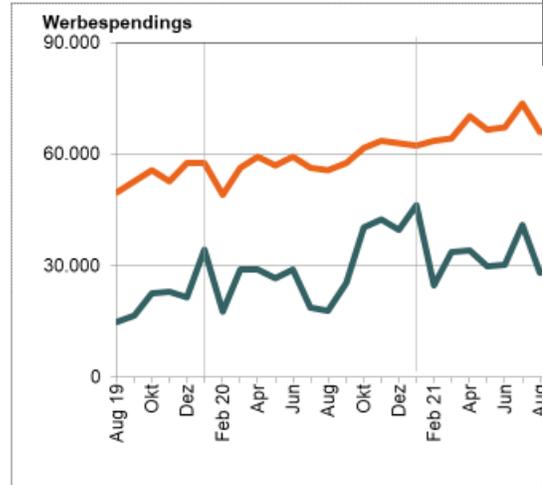
# Analysebeispiele (1)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Trends

Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt

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



### Trends

Ausgewählte Motive und Nutzenargumente

Typische TV Motivbeispiele und Nutzenargumente 2023/2024

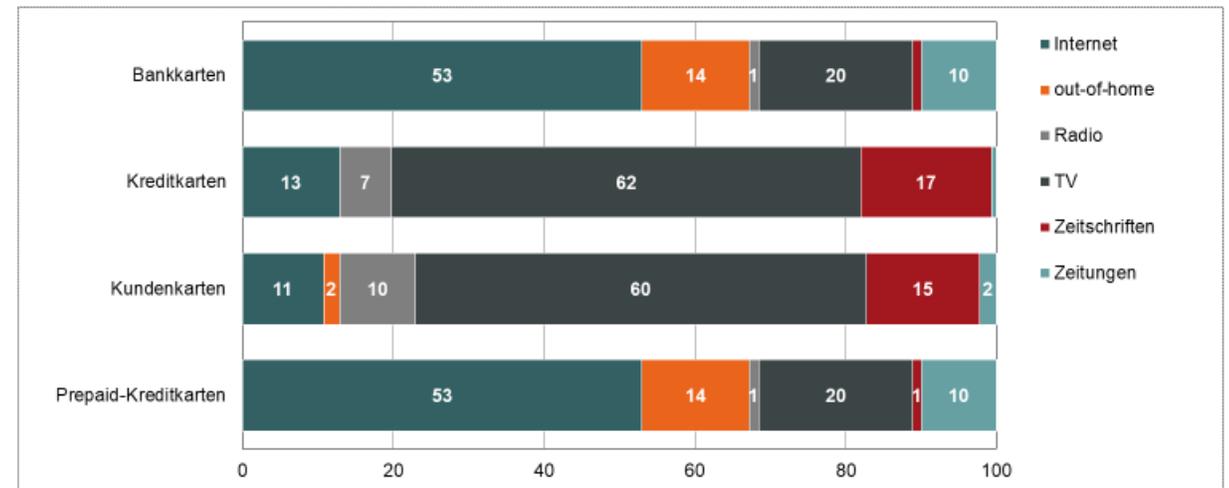


**Auf welchen Mediensplit setzen die Marken?**

### Trends

Quantitative Entwicklungen der Anbietergruppen im 5-Jahres-Vergleich

Anbietergruppen im Mediensplit 2023/2024 (Angaben in %)



### research tools

Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Armatu

**Welche medialen Peaks zeigen sich im Jahresverlauf?**

### research tools

Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

### research tools

Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Werbemarkanalyse Karten 2024

# Analysebeispiele (2)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

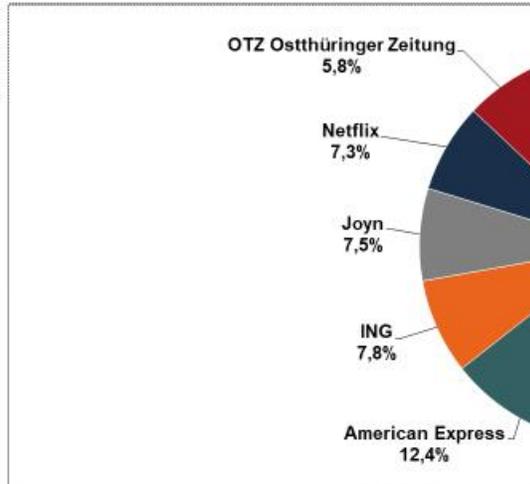
Ranking der Top 150-Marken nach Werbevolumen (Rangfolge auf Basis jüngster 12-Monats-Zeitraum)

Rang	Marken	Aug. '19 – Jul. '20	Aug. '20 – Jul. '21
11	ADAC	5.000.000	
12	Aldi Süd	2.400.800	
13	DeutschlandCard	6.000.000	
14	IKEA	15.300.500	
15	Kaufland	9.000.000	1
16	Mannheimer Morgen	3.260.800	
17	Mastercard	3.900.600	
18	TLZ Thüringische Landeszeit.	2.100.800	
19	UTA	9.400.750	1
20	Weser Kurier	8.730.800	

### Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

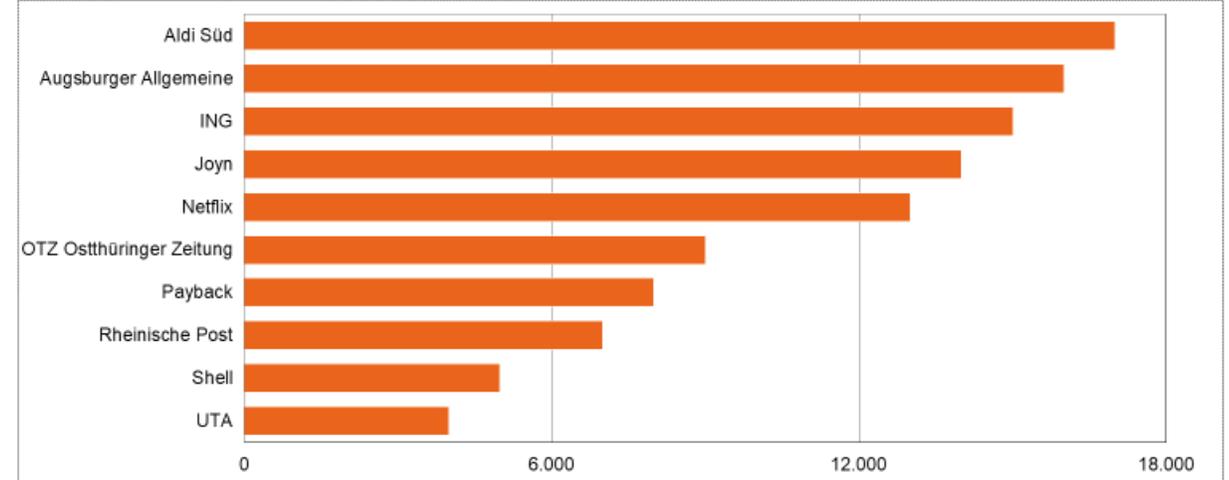
Share of Advertising der Top 10-Marken von August 2023 bis Juli 2024



### 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  
Karten 2024

### research tools

Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

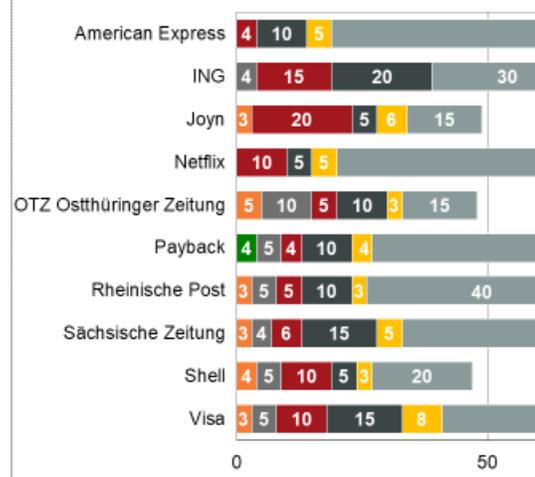
# Analysebeispiele (3)

## 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

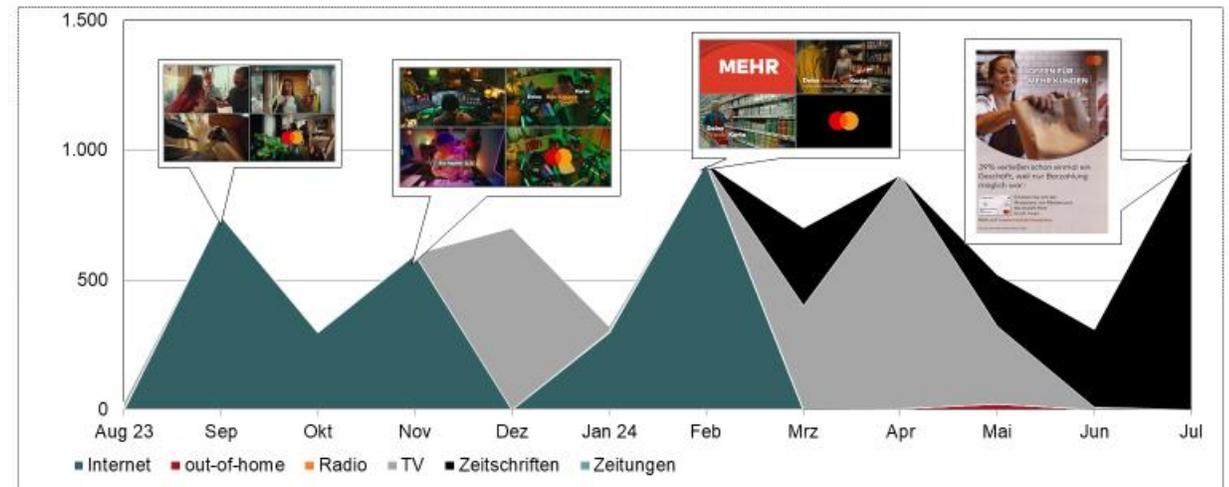


Welche Dynamik zeigt sich im Zeitablauf in den Medien?

### 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 Karten 2024

# Bestellformular

Ihre Bestellung nehmen wir gerne per formloser E-Mail oder mit ausgefülltem Bestellformular entgegen.

**E-Mail:** [uwe.matzner@research-tools.net](mailto: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 2.200 EUR zzgl. MwSt. die **Werbemarktanalyse Karten 2024**.

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

In der Reihe ‚Werbemarktanalysen‘ sind seit 2022 über 50 Marktstudien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

Weitere relevante Studien zur Branche:

- Studie Bankzielgruppe Direktbankkunden 2024
- Studie Unternehmensprofile Banken 2024
- Studie Bankzielgruppe Produktabschluss via Mobile Device 2024
- Marketing-Mix-Analyse Kreditkarten 2024
- Studie eVisibility Banken 2024
- Studie Bankzielgruppe Baufinanzierer 2024

Bankenbranche: seit 2020 mehr als 50 Studien veröffentlicht

