

+++ ADAC +++ Audi/-bank +++ Ford/-bank +++ Hyundai +++ ING +++ Nissan +++ Opel/-bank +++ Toyota/-bank +++ Volvo +++ VW/-bank +++ und weitere 60 Anbieter mit quantitativen Fünf-Jahres-Trends +++ ADAC +

Studiensteckbrief

# Werbemarktanalyse Kfz-Finanzierung 2021

Werbeausgaben für 70 Marken über 5 Jahre

erarbeitet von:

research tools, Esslingen am Neckar

Juni 2021

powered by:



**research tools**

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief  
Werbemarktanalyse Kfz-Finanzierung 2021

# Informationen zur Studie

## Ausgewählte Key Facts:

- Für die mediale Kommunikation haben die werbungtreibenden Anbieter von Kfz-Finanzierungsprodukten innerhalb eines Jahres rund 73 Millionen Euro ausgegeben.
- Es sind starke saisonbedingte Schwankungen der Werbespendings zu beobachten. Über die analysierten fünf Jahre entfällt der Werbepeak häufig auf das Frühjahr bzw. den Frühsommer. Volvo hebt sich beim Werbetiming von den übrigen Top-Werbern ab.
- Im Durchschnitt werben 23 Marken pro Monat für Kfz-Finanzierungsprodukte wie Autokredit oder Leasing.
- Internet ist aktuell das Top-Werbemedium. Radio-Werber Nummer eins ist Audi/-bank. Nur drei der zehn Top-Werber schalten TV-Spots.
- 15 Anbieter werben mit einem Volumen von mehr als einer Millionen Euro innerhalb der letzten zwölf Monate.
- Die Werbekonzentration liegt bei einem 45%-Anteil der Top 3-Marken.

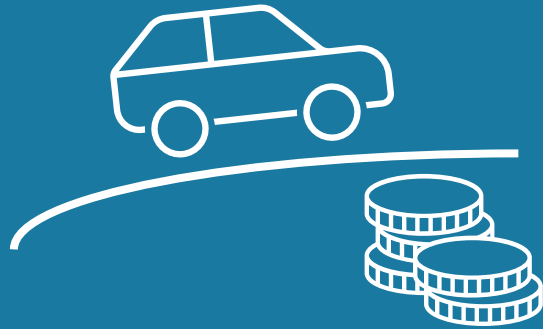
# Informationen zur Studie

## Key Facts der Analysebereiche:

### Werbevolumen Kfz-Finanzierung

2020/2021

**73** Mio. €

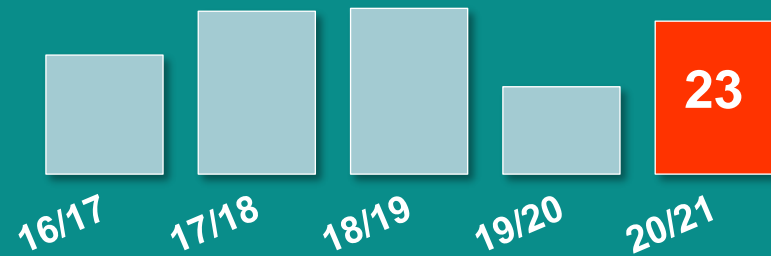


### Mediensplit



Radio-Werber Nr. 1:  
**Audi/-bank**

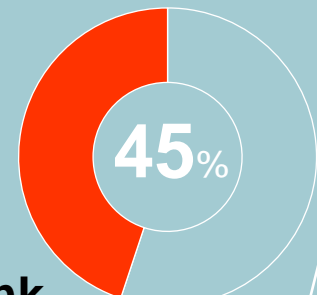
### Werbungtreibende pro Monat im Ø



### Werbekonzentration



**Ford/-bank**  
**ING**  
**Volkswagen/-bank**



# Informationen zur Studie

## Nutzen und Umfang der Studie:

**70 Anbieter von Kfz-Finanzierungen** mit den höchsten Spendings

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

**Mediensplit** für fünf Gattungen:  
Internet, Radio, TV, Zeitschriften, Zeitungen

alle Informationen im **Wettbewerbsvergleich**  
auf 62 PowerPoint-Seiten

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

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

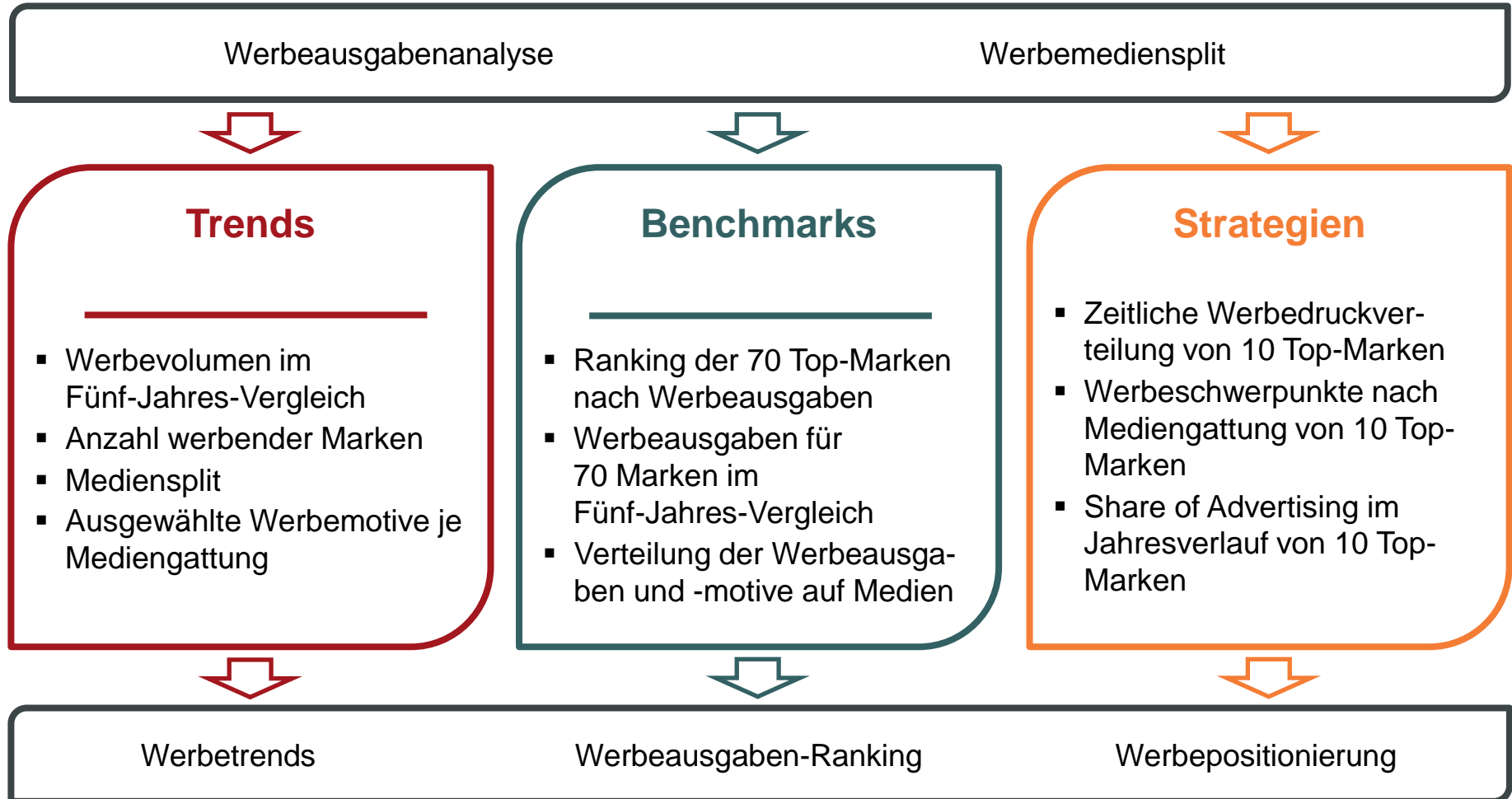
**Nutzen:** Analyse von Trends und Benchmarks ermöglichen  
einen unmittelbaren Wettbewerbsvergleich

## Im Detail analysierte Marken:

- ADAC
- Audi/-bank
- Ford/-bank
- Hyundai
- ING
- Nissan
- Opel/-bank
- Toyota/-bank
- Volvo
- VW/-bank
- + Spendings für  
60 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?
- 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?
- welches sind die werbeintensivsten und -dynamischsten Marken?
- in welchen Mediengattungen werben die Top-Marken?
- wie positionieren sich die Marken im Mediensplit?

## Die Studie in Zahlen:

- Werbevolumen von 70 Marken im Fünf-Jahres-Vergleich
- Werbespendings für fünf Mediengattungen
- Kommunikationspositionierung für 10 Marken anhand Jahreszeiten und Mediensplit

## Forschungsdesign:

Analyse und Vergleich sämtlicher Werbeausgaben in Fernsehen, Internet, Radio, 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 62 Seiten umfassende Studie kostet **1.600 EUR** zzgl. Mehrwertsteuer.

# Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	4
➤ Forschungsdesign	9
➤ Trends	13
▪ Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt	14
Entwicklung der Werbeausgaben der Werbungtreibenden, Entwicklung der Anzahl beworbener Marken und der monatlichen Werbespendings, Werbeausgabenentwicklung nach Medien	
▪ Ausgewählte Motive und Nutzenargumente	19
Typische Motive, verwendete Nutzenargumente differenziert nach verschiedenen Medien	
➤ Benchmarks	23
▪ Werbeausgaben-Rankings	24
Share of Advertising der Top 10-Marken, Ranking der Top 70-Marken nach Werbevolumen, Ranking der Top 10/Low 10 Marken nach absoluter Werbedynamik	
▪ Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10-Marken	36
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	



# Inhaltsverzeichnis

▪	<b>Mediensplit der Top 10-Marken</b>	43
	Verteilung der Werbemotive und Werbeausgaben der Top 10-Marken auf die Mediengattungen in den letzten zwölf Monaten	
➤	<b>Strategien</b>	45
	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	
➤	<b>Kommunikationspositionierung</b>	57
	Kommunikationspositionierung der 10 Top-Marken auf Basis Mediensplit und Jahreszeiten im 5-Jahres-Durchschnitt	
➤	<b>Kontakt</b>	61



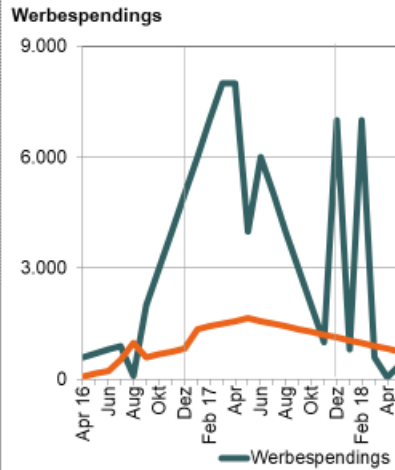
# Analysebeispiele (1)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Trends

Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt

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



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



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

### Trends

Ausgewählte Motive und Nutzenargumente

Typische TV Beispiele und Nutzenargumente 2020/2021



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

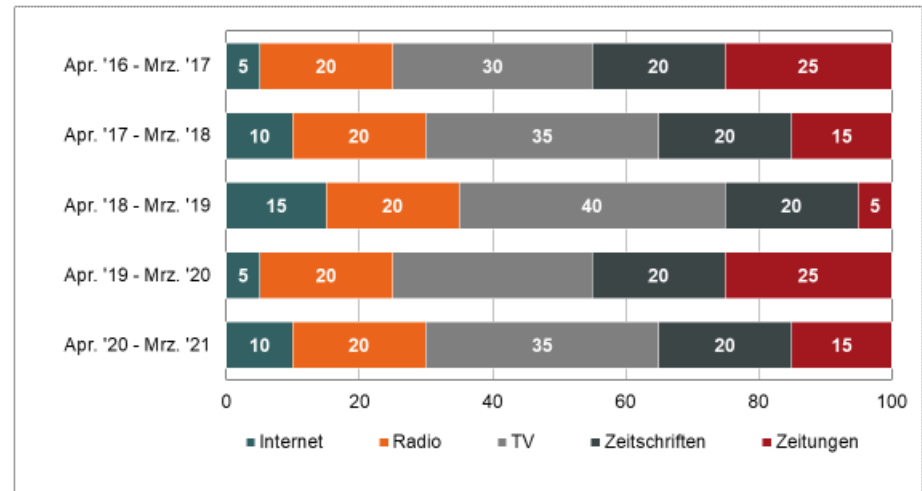


**Auf welchen Mediensplit setzen die Unternehmen?**

### Trends

Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt

Entwicklung des Mediensplits aller Marken im 5-Jahres-Vergleich (Angaben in %)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbemarktanalyse  
Kfz-Finanzierung 2021

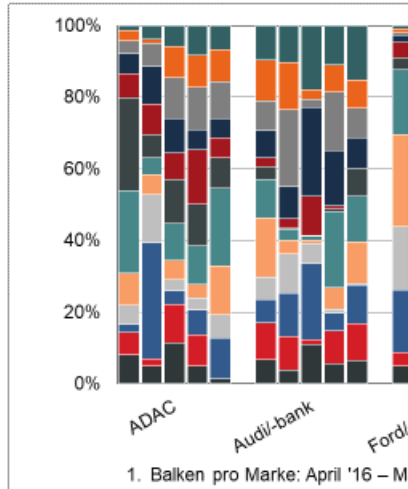
# Analysebeispiele (2)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Benchmarks

Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10-Marken

Verteilung der Werbeausgaben der Top 10-Marken auf die Monate im Fünf-Jahres-Vergleich



1. Balken pro Marke: April '16 – M

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



### Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 70-Marken nach Werbevolumen (Rangfolge auf Basis jüngster 12-Monats-Zeitraum)

Rang	Marken	Apr. '16 – Mrz. '17	Apr. '17 – Mrz. '18
11	Pharmamia - Meine	1.000.000	€
12	Kreuzberg-(Cochem)	900.000	€
13	Apotal	800.000	€
14	Meine Apotheken	700.000	€
15	Apothek vor Ort	600.000	€
16	Apoth. im Hb Leipzig	500.000	€
17	Pinc Apotheken	400.000	€
18	City-Apoth. Dresden	300.000	€
19	Petersbogen-Apoth.	200.000	€
20	Park A. Thüringer P.	100.000	€

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

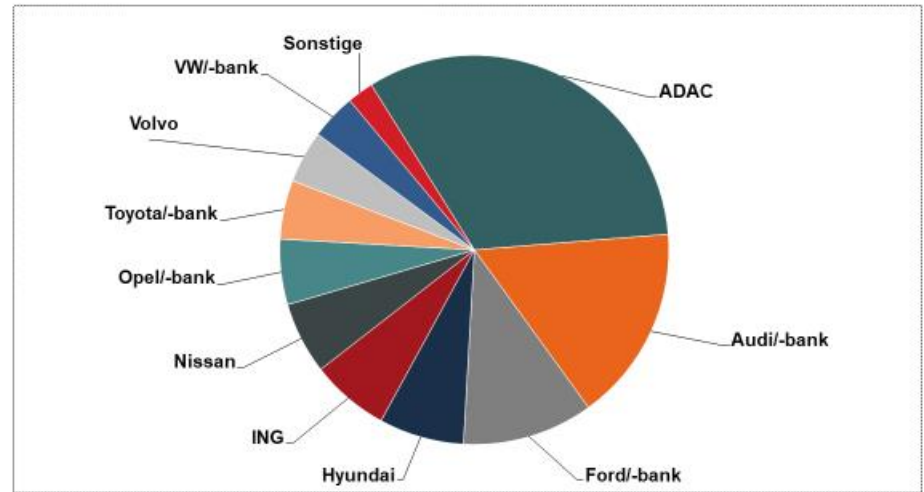


Welchen Werbedruck entfalten die Top 10-Marken?

### Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Share of Advertising der Top 10-Marken von April 2020 bis März 2021



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbemarktanalyse Kfz-Finanzierung 2021

Welche Marken führen das Ausgabenranking an?

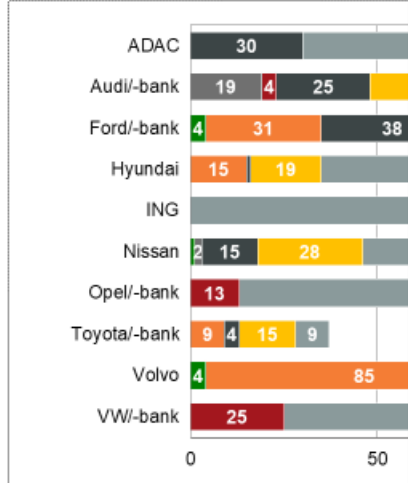
# Analysebeispiele (3)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Benchmarks

Mediensplit der Top 10-Marken

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



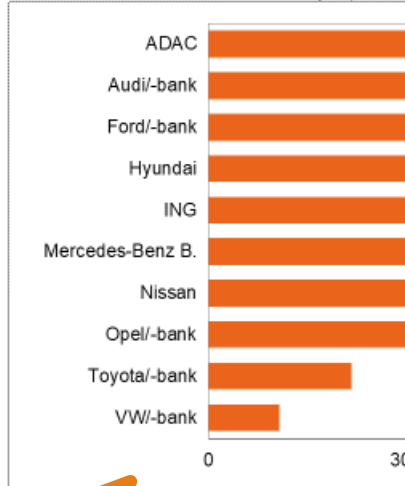
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



### Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

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



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

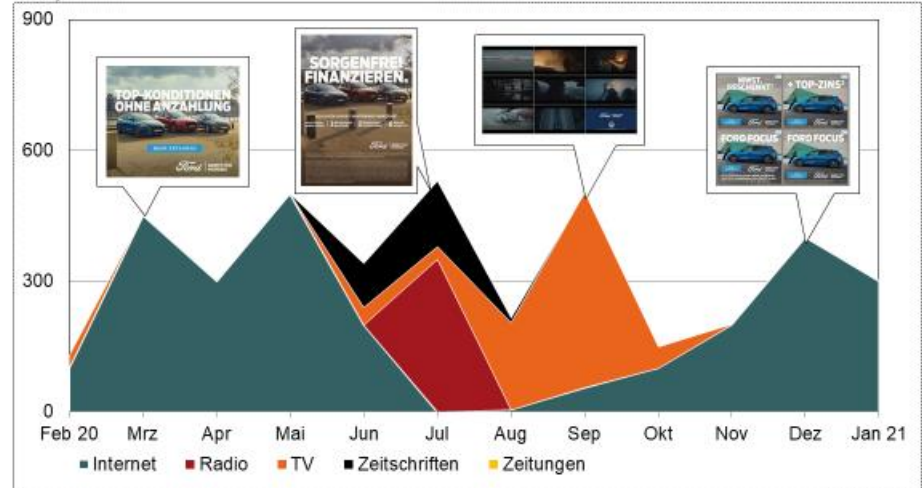


Welche Dynamik zeigt sich im Zeitablauf in den Medien?

### Strategien

Marke A

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



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbemarktanalyse Kfz-Finanzierung 2021

Welche Marken zeigen die größte Dynamik?

# 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 1.600 EUR zzgl. MwSt. die

**Werbemarktanalyse Kfz-Finanzierung 2021.**

**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 erschienene Studien zur Bankenbranche:

- Marketing-Mix-Analyse Girokonto 2021
- Werbemarktanalyse Banken 2021
- Marketing-Mix-Analyse Bausparen 2021
- Studie eVisibility Banken 2021
- Studie Unternehmensprofile Banken 2021
- Studie Operatives Produktmarketing Banken 2021

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. In der Reihe ‚Werbemarktanalysen‘ sind seit 2018 über 70 Marktstudien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

