

+++ CME +++ DekaBank +++ DZ Bank +++ eToro +++ Oanda +++ Scalable Capital +++ Targobank +++ Trade Republic +++ Union Investment +++
XTB und weitere 390 Anbieter mit quantitativen Fünf-Jahres-Trends +++ CME +++ DekaBank +++ DZ Bank +++ eToro +++ Oanda +++ Scalable Ca

Studiensteckbrief

Werbemarktanalyse Wertpapiere 2026

Werbeausgaben für 400 Marken über 5 Jahre

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

Januar 2026



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Werbemarktanalyse
Wertpapiere 2026

powered by:



Informationen zur Studie

Nutzwert der Studie:



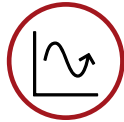
Welche der **400 Marken** sind die werbeintensivsten und -dynamischsten?



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



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



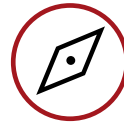
Wie **verteilen** die Top-Marken ihre Spendings innerhalb von 60 Monaten?



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?



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Werbemarktanalyse
Wertpapiere 2026

Informationen zur Studie

Key Facts der Analysebereiche:

Werbevolumen Wertpapiere

November 24-Oktober 25

190 Mio. €

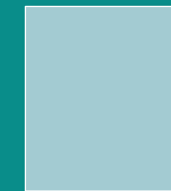


Mediensplit



ooh-Werber Nr. 1:
Scalable Capital

Werbungtreibende pro Monat im Ø



2020/2021



2021/2022



2022/2023



2023/2024



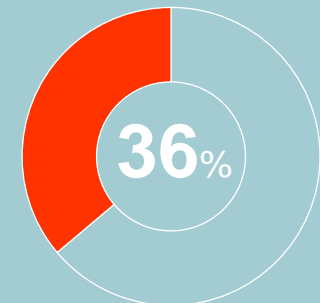
2024/2025

139

Werbekonzentration



Oanda
Scalable Capital
Union Investment



36%



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Werbemarktanalyse
Wertpapiere 2026

Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

400 Wertpapier-Marken mit den höchsten Spendings

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

in 6 **Mediengattungen**

alle Informationen **im Wettbewerbsvergleich**
auf 101 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

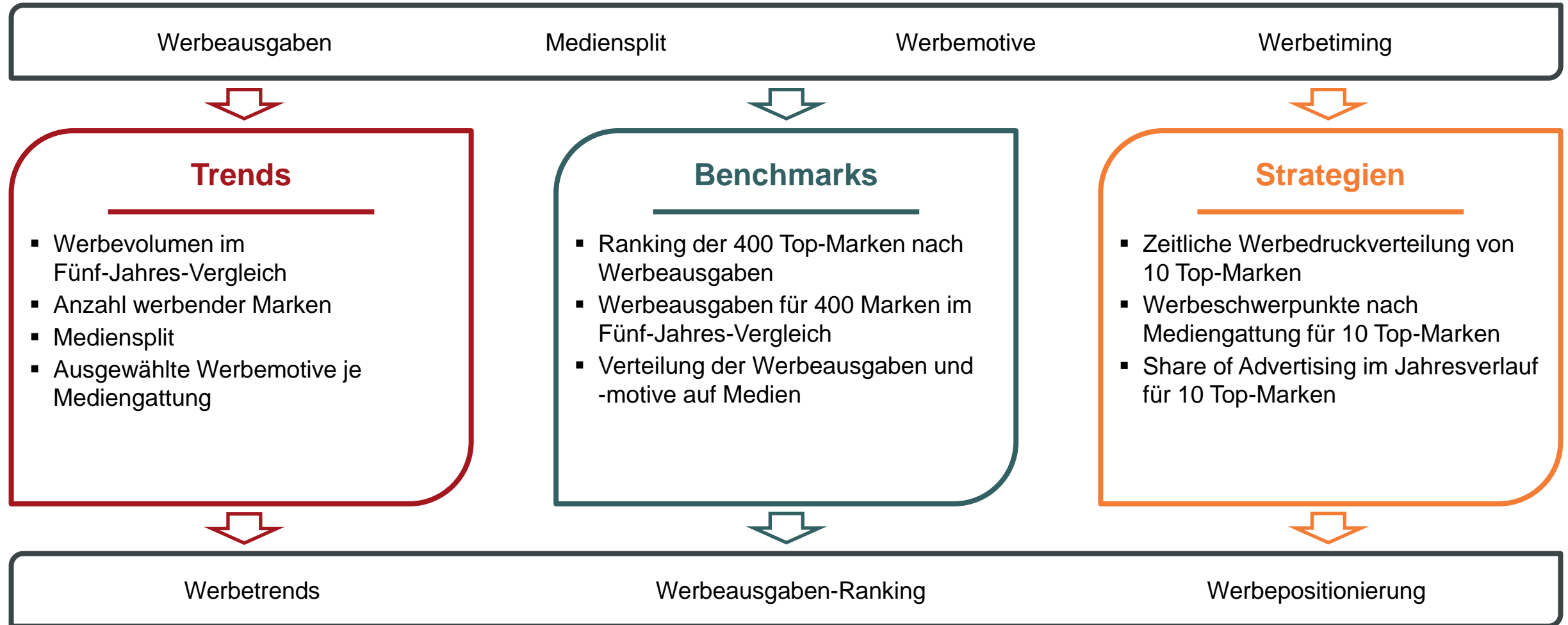
Im Detail analysierte Marken:

- CME
- DekaBank
- DZ Bank
- eToro
- Oanda
- Scalable Capital
- Targobank
- Trade Republic
- Union Investment
- XTB
- + Spendings für
390 weitere Marken



Informationen zur Studie

Konzeption:



Informationen zur Studie

Studieninhalte:

Die Studie in Zahlen:

400

Wertpapier-Marken

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 101 Seiten umfassende Studie kostet **2.200 EUR** zuzüglich 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	27
▪ Werbeausgaben-Rankings	28
Share of Advertising der Top 10-Marken, Ranking der Top 400-Marken nach Werbevolumen, Ranking der Top 10/Low 10 Marken nach absoluter Werbedynamik	
▪ Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10-Marken im 5-Jahres-Vergleich	74
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	82
	Verteilung der Werbeausgaben der Top 10-Marken in den letzten zwölf Monaten, Verteilung der Werbeausgaben und Werbemotive der Top 10-Marken auf die Mediengattungen in den letzten zwölf Monaten	
➤	Strategien	84
	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	96
	Kommunikationspositionierung der 10 Top-Marken auf Basis Mediensplit und Jahreszeiten im 5-Jahres-Durchschnitt	
➤	Kontakt	100



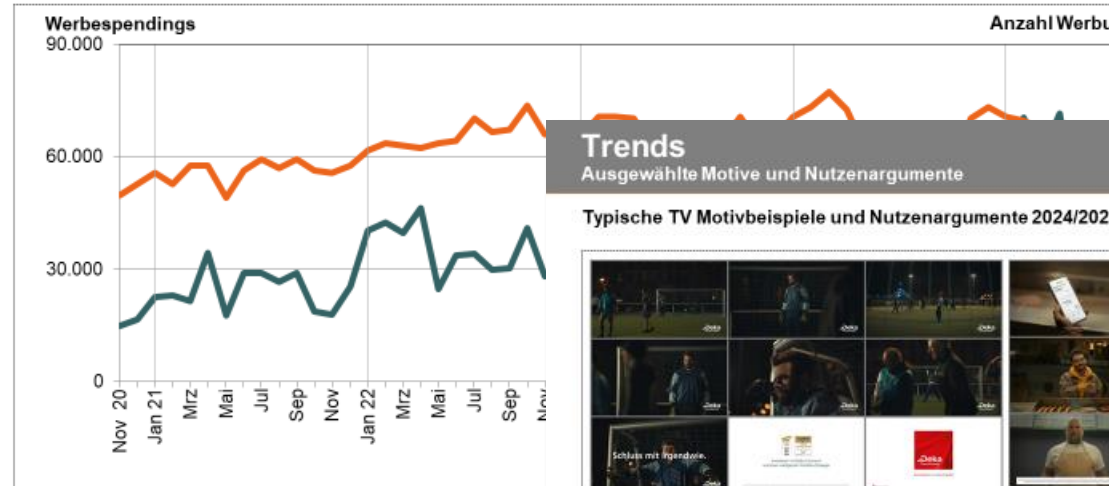
Analysebeispiele (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Trends

Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt

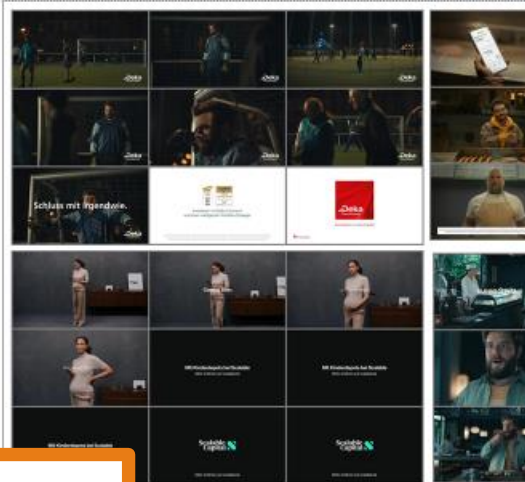
Entwicklung der Werbespendings produktmarktübergreifend (Angaben in T€) und Anzahl der Werbungtreibenden



Trends

Ausgewählte Motive und Nutzenargumente

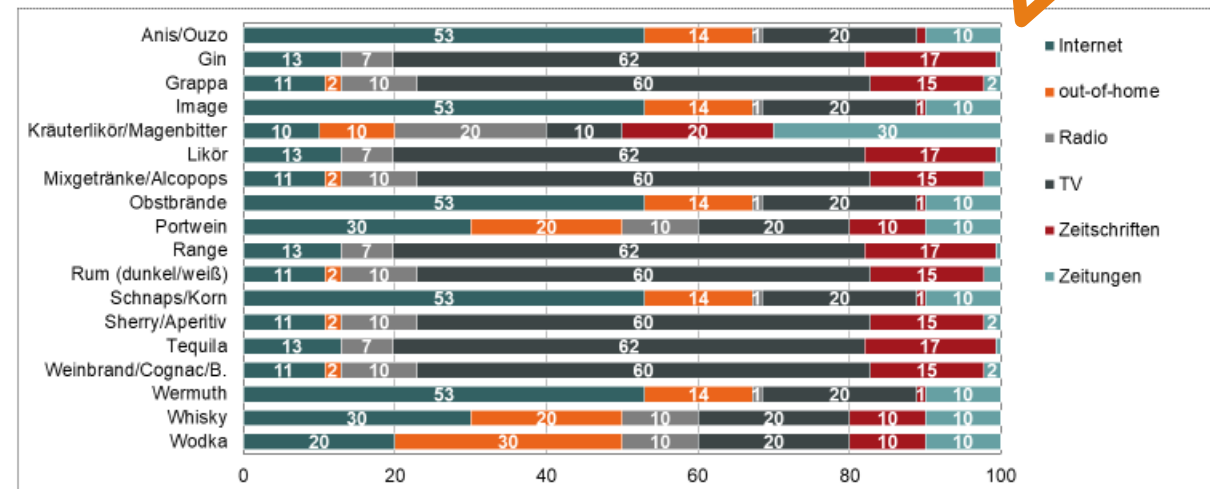
Typische TV Motivbeispiele und Nutzenargumente 2024/2025



Trends

Quantitative Entwicklungen der Produktmärkte im 5-Jahres-Vergleich

Produktmärkte im Mediensplit 2024/2025 (Angaben in %)



Auf welchen Mediensplit setzen die Marken?

Welche medialen Peaks zeigen sich im Jahresverlauf?

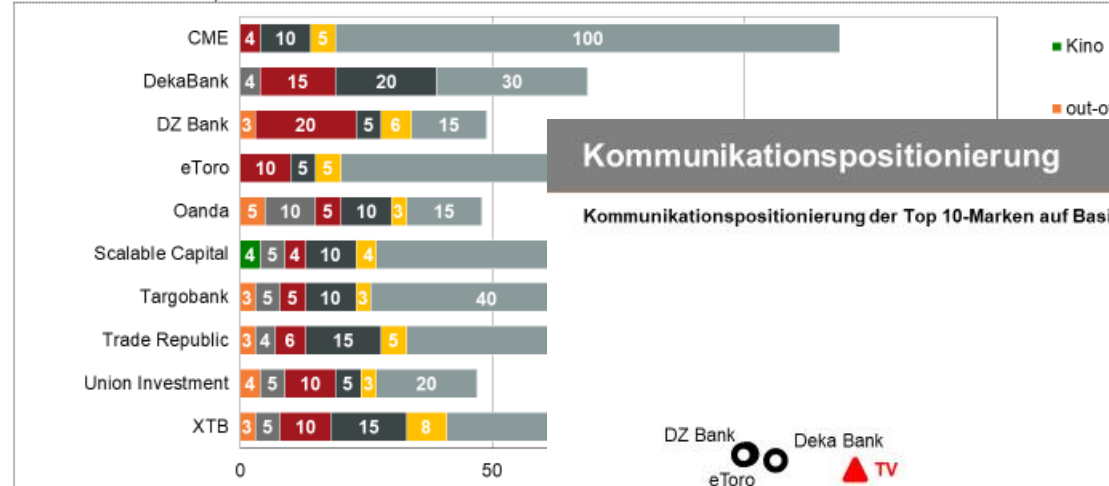
Analysebeispiele (3)

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

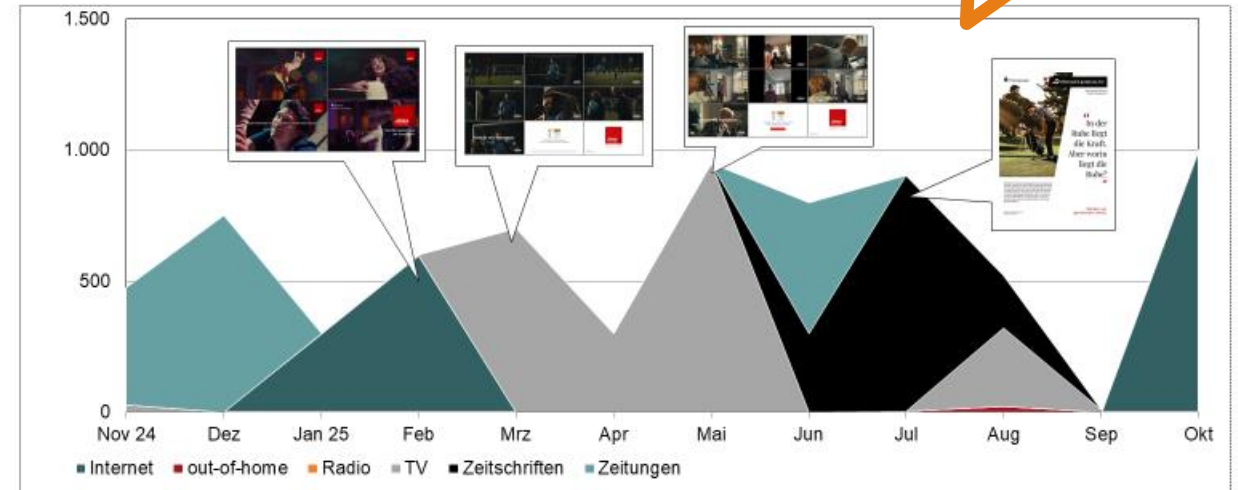


Wie positionieren sich die Marken im Wettbewerbsumfeld?

Strategien

Marke A

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



Welche Dynamik zeigt sich im Zeitablauf in den Medien?

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 2.200 EUR zzgl. MwSt. die **Werbemarktanalyse Wertpapiere 2026**.

Auftraggeber:

Firma: _____

Ansprechpartner: _____

E-Mail: _____

Position/Funktion: _____

Datum, Ort, Unterschrift: _____

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 Banken. In der Bankenbranche hat research tools bereits über 150 Studien veröffentlicht.

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

Weitere relevante Studien zur Bankenbranche:

- Studie Kundenpfade Banken 2025
- Studie Social Media Ad Perception Banken 2025
- Studie Bankzielgruppe Brandhopper 2025
- Studie Bankzielgruppe Wertpapierkunden 2025
- Studie Bankzielgruppe Junge Berufstätige 2025
- Studie Bankzielgruppe Festgeld 2025

Branche Banken: seit 2020 mehr als 70 Studien veröffentlicht

