



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Wertpapieranbieter bevorzugen Printwerbung



Wertpapieranbieter tun viel für ihr Image. Über die Hälfte des Werbebudgets geht in die Imagepflege. Laut der ‚Werbemarktanalyse Wertpapieranbieter 2015‘ entfallen große Teile der Werbeausgaben auf Zeitungen und Zeitschriften.

Esslingen am Neckar, 07. Oktober 2015 – Die werbungstreibenden Wertpapieranbieter haben in den vergangenen Jahren verstärkt in Imagewerbung investiert. Der Ausgabenanteil dafür lag im vergangenen Werbejahr bei über 50 Prozent. Zeitgleich ging die Fondswerbung stark zurück. Das Gesamtausgabevolumen steigt somit um knapp vier Prozent und liegt bei etwa 75 Millionen Euro innerhalb eines Jahres. Anlageprodukte nehmen mit relativ konstanten zehn Prozent einen geringen Anteil ein.

Konstanz zeigt auch der Mediensplit. Printwerbung in Zeitungen und Zeitschriften ist im Wertpapiermarkt mit einem Anteil von 54 Prozent am beliebtesten. Drei der Top 10 Werbungstreibenden bevorzugen Zeitungsanzeigen, während drei andere auf das Medium Zeitschrift setzen. Nur etwa ein Drittel der Werbung geht über TV. Dies ist überraschend, denn andere Branchen mit hohen Werbevolumina investieren primär in Fernsehwerbung.

Newcomer in den Top 10 sind bullVestor und die zyprische Keplero Holding. Keplero schiebt sich mit Zuwächsen von über neun Millionen direkt in die Top 3. Der zweite Newcomer in den Top 10, bullVestor, wirbt mit plakativer Imagewerbung im Internet. Die beiden Investmentgesellschaften Deka und Union kürzen ihre Werbeausgaben deutlich.

Die qualitative Analyse der Kommunikationsstrategien zeigt bei allen Anbietern Stärken und Schwächen auf. Während im Bereich Awareness die griffigen Slogans und Wortspiele von Julius Bär eine deutliche Aufmerksamkeit schaffen, folgen die Kampagnen von Deka einem konsistenten Muster mit ansprechenden und auffallenden Bildern. Union Investment hat eine hohe Wiedererkennbarkeit durch Kontinuität bei den eingesetzten Darstellern. Keplero gelingt eine klare Kommunikation des Produktnutzens. Die Strategieanalyse zeigt genau für diesen Bereich bei den zehn Wertpapieranbietern das größte Verbesserungspotenzial.



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Über die Studie:

Die „Werbemarktanalyse Wertpapieranbieter 2015“ von *research tools* untersucht die Werbeausgaben und Werbemotive der Wertpapieranbieter in Deutschland. Sie gibt auf 114 Seiten Einblick in Trends, Benchmarks und Strategien in unterschiedlichen Produktmärkten. Eine Analyse der Kommunikationsstrategien der Top 10 Werbungtreibenden untersucht quantitative und qualitative Parameter. Die vorliegende Werbemarktanalyse basiert auf Daten und Motiven von AdVision digital.

Über research tools:

Die Marktforschungsberatungsgesellschaft *research tools* mit Sitz in Esslingen am Neckar bei Stuttgart bietet umsetzungsstarke, marketingorientierte Marktforschung. Ein Fokus liegt auf der Analyse unternehmerischer Marketingmaßnahmen.

Weitere Informationen: www.research-tools.net

Pressekontakt:

Uwe Matzner
research tools
Kesselwasen 10
73728 Esslingen am Neckar
Tel. +49 (0)711 - 55090381
Fax +49 (0)711 - 55090384
uwe.matzner@research-tools.net