

+++American Express+++Barclaycard+++Commerzbank+++Deutsche Bank+++Postbank+++Santander+++
Sparkassen+++Targobank+++Valovis Bank+++Volks- und Raiffeisenbanken+++American Express+++Barc

Studiensteckbrief

Marketing-Mix-Analyse Kreditkarten 2013

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

wissenschaftliche Betreuung durch Prof. Dr. Wolfgang L. Brunner
(Vorsitzender des Vorstandes des Berliner Instituts für Bankunternehmensführung)

statistische Unterstützung durch Kerstin Eckstein - Datenanalyse und Beratung

April 2013

powered by:



©Nuno Santos/123RF.COM



research tools

Marktforschung
für Innovation und Handlungssicherheit

Studiensteckbrief
Marketing-Mix-Analyse Kreditkarten 2013

Informationen zur Studie (1)

Keyfacts (Auswahl)

- Überraschungen ergibt eine statistische Analyse der Marketing-Similarity der untersuchten Banken. Große Ähnlichkeiten weisen Deutsche Bank und VR-Banken auf.
- Die Zahl der in Deutschland im Umlauf befindlichen Kreditkarten nimmt stetig zu. Gegenwärtig sind knapp vier Millionen Karten mit Kreditfunktion und 23 Millionen ohne Kreditfunktion auf dem Markt.
- Positionierung findet besonders über die Marketingaspekte Konditionen und Produktfeatures statt. Banken versuchen, sich durch eine Ausweitung inkludierter Features und Versicherungsleistungen von den Mitbewerbern abzugrenzen.
- Neben den klassischen Kreditkartenprodukten bilden auf bestimmte Zielgruppen ausgerichtete Co-Branding-Kreditkarten ein zunehmend bedeutsamer werdendes Instrument der Produktpolitik.
- Mystery Calls zeigen, dass Anrufer bei allen Banken nur mit geringen Wartezeiten zu rechnen haben, aber Verbesserungspotenziale bezogen auf die Antwortqualität bestehen.
- Etwa 11,6 Millionen Euro wurden von den zehn berücksichtigten Banken nach den Daten des Werbebeobachters Ebiquity in Werbemaßnahmen für Kreditkarten investiert. Rund 70% dieser Ausgaben entfallen auf zwei Anbieter.

Informationen zur Studie (2)

Sie möchten wissen, wie der Markt strukturiert ist, welche Marktanteile die verschiedenen Banken bezogen auf Kreditkarten aufweisen, welche neuen Entwicklungen zu erkennen sind, worin sich die Kreditkarten der untersuchten Banken unterscheiden, auf welchen Wegen diese Banken ihre Kreditkarten anbieten, welche Konditionenunterschiede bestehen, mit welchen Slogans in der Werbung argumentiert wird, welche finanziellen Mittel für mediale Werbung ausgegeben werden, wie Banken auf Telefon- und E-Mail-Anfragen reagieren, wie gut sie in Finanzportalen und Suchmaschinen sowie in Social Media Kanälen positioniert sind?

Kern der Analyse ist das **Marketingverhalten** der berücksichtigten Banken in Bezug auf die 4Ps des Marketing: Product, Price, Place, Promotion. Diese Studie richtet sich an Marketing- und Vertriebsverantwortliche, Produktmanager sowie an sonstige Entscheider im Bereich Kreditkarten.

Die vorliegenden Marktinformationen sind die Grundlage für eine klare Positionierung und adäquate Reaktionen auf Marketingmaßnahmen der Wettbewerber. In der Studie wird der Markt der Kreditkarten aus Sicht der Banken mit klarem Fokus auf den Marketingaktivitäten der Institute analysiert.

Forschungsdesign: Die Studie basiert auf Marktinformationen aus eigenen Erhebungen, Online-Datenbanken, Mystery Research und verschiedensten Sekundärquellen. Hier sind insbesondere die kostenpflichtigen Daten von Ebiquity (Werbespendings, Werbemotive) zu nennen. Die Studie ist im April 2013 erschienen.

Untersucht wurden **zehn Banken** hinsichtlich ihres Marketingverhaltens bezogen auf Kreditkarten. Es handelt sich dabei um: American Express, Barclaycard, Commerzbank, Deutsche Bank, Postbank, Santander, Sparkassen, Targobank, Valovis Bank sowie Volks- und Raiffeisenbanken.

Informationen zur Studie (3)

Die Marketing-Mix-Analyse Kreditkarten 2013 wird als PDF- und Powerpoint-Datei angeboten, um eine unmittelbare Nutzung im Unternehmen zum Beispiel für interne Präsentationen zu ermöglichen.

Die Studie enthält unter anderem folgende **Besonderheiten & Features**:

- Daten zu Marktvolumen und Marktentwicklung
- Werbespendings und Motive, differenziert nach Mediengattungen, vom Werbebeobachter **Ebiquity**
- Mystery Calls: Auswertung von Telefonanfragen bei den untersuchten Banken
- Mystery Mails: Auswertung von Online-Anfragen bei den untersuchten Banken
- Auswertung verschiedener Studien zur Soziodemografie von Kreditkartenbesitzern
- Produktportfolio-Vergleich
- Konditionenvergleich
- Analyse der Prospekte und Flyer vom POS
- Positionierung in Finanzportalen und Suchmaschinen
- Präsenz der Banken in Social Media Kanälen
- Marketing-Similarity-Analyse: statistische Ähnlichkeitsanalyse des Marketing der zehn untersuchten Banken/Anbieter (Korrespondenzanalyse durch **Kerstin Eckstein - Datenanalyse und Beratung**)
- Marketing-Mix-Ranking auf Basis aller erfassten Marketingmaßnahmen

Die 458 Seiten umfassende Studie kostet 3.400 EUR zuzüglich Mehrwertsteuer.

Inhaltsverzeichnis (1)

➤ Management Summary	7
➤ Forschungsdesign	16
➤ Chronologie der Ereignisse	19
➤ Marktsituation	29
➤ Marktanteile	34
➤ Der Kreditkartenbesitzer	42
▪ Soziodemografie	45
▪ Soziodemografie nach Banken	48
▪ Kundenausschöpfung der Banken	55
➤ Bankenimage	62
▪ Selbstbeschreibung der Banken	65
▪ Positionierung der Banken	75
➤ Produkt	79
▪ Übersicht	83
▪ Anzahl Produkte	84
▪ Portfolio	85



Inhaltsverzeichnis (2)

▪ Produktfeatures – Übersicht	92
▪ Privatkunden – Standardkarten	93
▪ Privatkunden – Goldkarten	102
▪ Privatkunden – Platinkarten	111
▪ Privatkunden – Studentenkarten	117
▪ Privatkunden – Prepaidkarten	120
▪ Privatkunden – Sonderfeatures-Karten	126
▪ Privatkunden – Co-Branding-Kreditkarten	138
▪ Geschäftskunden – Classickarten	156
▪ Geschäftskunden – Goldkarten	165
▪ Geschäftskunden – Platinkarten	171
▪ Weitere aktuelle Produktmaßnahmen	174
▪ Alleinstellungsmerkmale	179
➤ Konditionen	181
▪ Übersicht	186
▪ Antragsvoraussetzungen	187
▪ Privatkunden – Standardkarten	189
▪ Privatkunden – Goldkarten	192



Inhaltsverzeichnis (3)

▪ Privatkunden – Platinkarten	192
▪ Privatkunden – Studentenkarten	197
▪ Privatkunden – Prepaidkarten	198
▪ Privatkunden – Sonderfeatures-Karten	200
▪ Privatkunden – Co-Branding-Karten	204
▪ Geschäftskunden – Classickarten	210
▪ Geschäftskunden – Goldkarten	213
▪ Geschäftskunden – Platinkarten	215
▪ Weitere aktuelle Konditionenmaßnahmen	216
▪ Alleinstellungsmerkmale	221
➤ Distribution	223
▪ Übersicht	228
▪ Vertriebswege	229
▪ Öffnungszeiten der Filialen	233
▪ Homepage Usability	237
▪ Hotline-Betriebszeiten	239
▪ Präsenz in Finanzportalen	241
▪ Beratungs- und Verkaufsprozess bei Telefonanfragen	258

Inhaltsverzeichnis (4)

▪ Beratungs- und Verkaufsprozess bei Online-Anfragen	261
▪ Weitere aktuelle Distributionsmaßnahmen	266
▪ Alleinstellungsmerkmale	271
➤ Kommunikation	273
▪ Übersicht	282
▪ USP (kommunizierte Produktvorteile, Werbeslogan)	283
▪ Flyer und Prospekte	297
▪ Kundenmedien	308
▪ Werbeaufwendungen	309
▪ Werbemotive	316
▪ Präsenz in Suchmaschinen	335
▪ Präsenz in Social Media	342
▪ Pressemitteilungen	370
▪ Presseresonanz	373
▪ Weitere aktuelle Kommunikationsmaßnahmen	377
▪ Alleinstellungsmerkmale	382
➤ Stärken und Schwächen der Banken	384

Inhaltsverzeichnis (5)

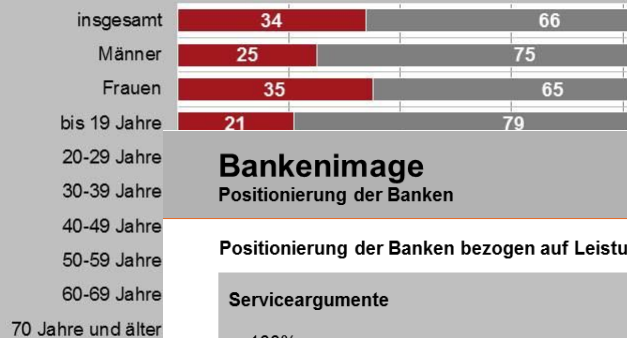
➤ Marketingranking	390
▪ Produkt	394
▪ Konditionen	408
▪ Distribution	422
▪ Kommunikation	431
▪ Übersicht Marketing-Mix	440
▪ Marketing-Mix gesamt	441
➤ Marketing-Similarity	443
➤ Quellenverzeichnis	453
➤ Kontakt	455

Beispielseiten (1)

Der Kreditkartenbesitzer

Soziodemographie

Kreditkartenbesitzer nach soziodemografischen Merkmalen
...besitzen eine Kreditkarte (Angaben in Prozent)

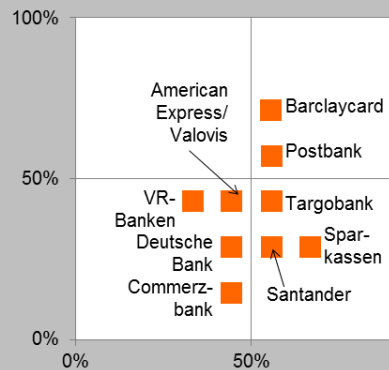


Bankenimage

Positionierung der Banken

Positionierung der Banken bezogen auf Leistur

Serviceargumente



Quelle: VerbraucherAnalyse 2012



Produkt

Privatkunden

Standardkarten – Produktfeatures*

Bank	Produkt	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
American Express	Blue Card	x	x		x		x	x		x		x	x
American Express	American Express Card	x		x			x	x		x	x		x
Barclaycard	New Visa	x		x			x			x		x	x
Barclaycard	Barclaycard Plus	x		x		x		x			x	x	x
Commerzbank	MasterCard Classic		x	x	x	x				x		x	

Quelle: Homepages der Banken; * Legende siehe S. 97



Marketing-Mix-Analyse Kreditkarten 2013

4



Marketing-Mix-Analyse Kreditkarten 2013

78

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Beispielseiten (2)

Produkt Anzahl Produkte

Anzahl der Kreditkartenprodukte der untersuchten Banken



Konditionen Privatkunden

Co-Branding Kreditkarten

Konditionen Privatkunden

Platinkarten

Bank	Produkt	Jahreskosten	Weitere Kosten/ Gebühren	Zinsen
American Express	Die Platinum Card	500€, bis zu 5 Zusatzkarten kostenfrei	Aufnahmegebühr: 250€, Bargeld: 4%, Fremdwährung: 2%	Verzugszinsen 5% über Basiszins
Barclaycard	Barclaycard Platinum Double	95€, bis zu 3 Zusatzkarten beitragsfrei	Bargeld: 4%, Fremdwährung: kostenfrei	Teilzahlungsfkt.: eff. Zins: 12,49%, Guthaben: 1,5%
Commerzbank	American Express Platinum Card	500€, bis zu 5 Zusatzkarten beitragsfrei	Bargeld: 4%, Fremdwährung: 2%	-
Deutsche Bank	MasterCard Platin / Black	Hauptkarte: 200€ Zusatzkarte: 120€	Bargeld: 2,5% (3%), Fremdwährung: 1,75%	-
Postbank	Visa Card Platinum	Hauptkarte: 99€* Zusatzkarte: 79€	Bargeld: 2,5% (3%), Fremdwährung: 1,85%	Teilzahlungsfkt.: eff. Zins: 15,9%, Guthaben: 0,50%

Quelle: Homepages der Banken; * Postbank SELECT-Kunden 79€

Kosten	Weitere Kosten/ Gebühren	Zinsen
Monatliche Kosten: 50€, Jahresgebühr: 25€	Bargeld: 3%, Fremdwährung: 1%	Teilzahlungsfunktion, eff. Zinssatz: 19,90%, Sollzins: 9,90%
Monatliche Kosten: 10€, Jahresgebühr: 0€	Bargeld: 3%, Fremdwährung: 1%	flexibel: eff. Jahreszins: 4,72%, Guthaben: 2%
Monatliche Kosten: 50€, Jahresgebühr: 25€	Bargeld: 1%, Fremdwährung: 3%	Teilzahlungsfkt.: eff. Zins: 12,5%, Guthaben: 3%
Monatliche Kosten: 10€, Jahresgebühr: 0€	Bargeld: 3%, Fremdwährung: 3%	Teilzahlungsfkt.: eff. Zins: 12,5%, Guthaben: 3%
Monatliche Kosten: 50€, Jahresgebühr: 25€	Bargeld: 1%, Fremdwährung: 1%	Teilzahlungsfkt.: eff. Zins: 12,5%, Guthaben: 3%

Marketing-Mix-Analyse Kreditkarten 2013

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Beispielseiten (3)

Distribution Präsenz in Finanzportalen

Erstplatzierung in Finanzportalen

Bank	Erstplatzierung												
	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98
American Express	8		12					33	9			8	
Barclaycard	2			1		1		3	2		3	2	
Commerzbank													
Deutsche Bank													
Postbank													
Santander													
Sparkassen													
Targobank													
Valovis Bank													
VR-Banken													

Quelle: research tools



Distribution Beratungs- und Verkaufsprozess

Telefonanfragen

	Erster	Zeit in Warte- seife	Antwort erhalten	Verweis auf Homepage	Verweis an Filiale
Sek. Sek.			20%	nein	ja
Sek. Sek.			100%	nein	ja
Sek. Sek.			100%	ja	ja
ne			50%	nein	nein
Sek. Sek.			40%	ja	nein

fix-Analyse Kreditkarten 2013

8

Sparkassen

MasterCard
Unabhängig und bequem

MasterCard Gold
Exklusivität hat einen Namen

Kreisverband
Eidgenössischer
Bankverbände B
2020 Eidgen.

Kundenservice:
Telefon: 011 368-5000
Telefax: 011 368-5000
kundenservice@sparkassen.ch
www.sparkassen.ch

Quelle: research tools



Marketing-Mix-Analyse Kreditkarten 2013

9

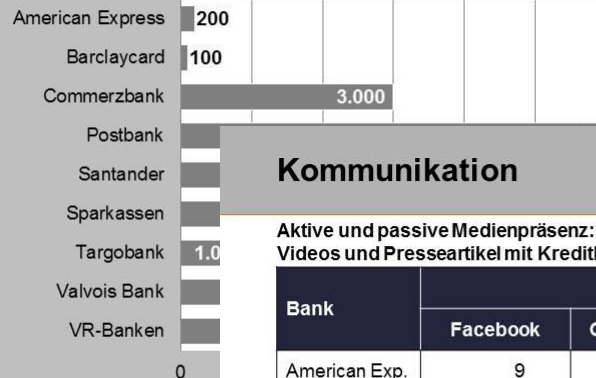
Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Beispielseiten (4)

Kommunikation

Werbeaufwendungen

Werbeausgaben für Kreditkarten nach Banken im Zeitraum November 2011 bis Oktober 2012
(Angaben in tausend Euro)



Quelle: Ebiquity; Berechnungen research tools



Kommunikation

Präsenz in Suchmaschinen

Platzierungen in Suchmaschinen (Angabe in Anzahl Platzierungen)

Kommunikation

Aktive und passive Medienpräsenz: Verteilung der Facebook-postings, Twitter-Tweets, YouTube-Videos und Presseartikel mit Kreditkarten-Relevanz (Angaben in Prozent)

Bank	aktive Präsenz					pass. Präsenz
	Facebook	Google+	Twitter	YouTube	Ø	Dt. Presse
American Exp.	9	22	0	5	9	20,0
Barclaycard	11	0	14	8	8,3	4,1
Commerzbank	3	8	4	13	7,0	10,9
Deutsche B.	17	15	10	0	10,5	5,0
Postbank	21	0	26	4	12,8	0,0
Santander	2	33	0	40	18,8	20,7
Sparkassen	6	8	5	6	6,3	9,3
Targobank	10	12	12	12	11,5	5,5
Valovis Bank	3	2	6	3	3,5	14,5
VR-Banken	18	0	23	9	12,5	0,0

Quelle: research tools



Marketing-Mix-Analyse Kreditkarten 2013

google.de			de.yahoo.com					Σ
3	4	5	1	2	3	4	5	
	1	1				1	1	11
1			1		2			11
	1							1
			1				2	6
	1		1		2			8
1	1			1	1			8
	5		3	7	1	1		88
	2							2
				2				11
	9					2		26

Kreditkarten 2013

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Bestellformular

FAX: +49 (0)711 - 55090384

Auftragnehmer:

research tools

Herrn Dipl.-Kfm. Uwe Matzner, Marktforscher BVM

Wäldenbronner Straße 2

73732 Esslingen am Neckar

Hiermit bestellen wir zum Preis in Höhe von 3.400 EUR zzgl. MwSt. die Marktstudie Marketing-Mix-Analyse Kreditkarten 2013.

Auftraggeber:

Firma:

Ansprechpartner:

E-Mail:

Position/Funktion:

Unterschrift:

Datum/Ort:

Kontakt

Ihr Ansprechpartner für diese Studie ist:

Uwe Matzner



Geschäftsführer, Diplom-Kaufmann,
Marktforscher BVM, Lehrbeauftragter für Marktforschung
Tel. +49 (0)711 - 55090381, Fax +49 (0)711 - 55090384,
E-Mail: uwe.matzner@research-tools.net

research tools
Wäldenbronner Straße 2
73732 Esslingen am Neckar
www.research-tools.net

research tools: Marketingmaßnahmen erfassen – verstehen – bewerten.
Spezialist für Financial Research

Zuletzt zur Branche Banken erschienen:

- Studie Vergleichsportal-Marketing Banken 2013 (März 2013)
- Studie Bankzielgruppe Bankwechsler 2013 (März 2013)
- Studie Bankzielgruppe kreditaffine Verbraucher 2013 (Januar 2013)
- Marketing-Mix-Analyse Ratenkredite 2012 (Dezember 2012)
- Werbemarktanalyse Banken 2012 (November 2012)
- Marketing-Mix-Analyse Girokonto 2012 (November 2012)
- Studie Unternehmensprofile Bausparkassen 2012 (September 2012)
- Studie Bankzielgruppe Rentner 2012 (September 2012)