

+++ comdirect +++ Commerzbank +++ Consorsbank +++ DAB +++ DeAWM/Deutsche Bank +++ Deka/Sparkassen +++ HypoVereinsbank +++ ING-DiBa +++ UBS +++ Union Investment/VR-Banken +++ comdirect

Studiensteckbrief **Marketing-Mix-Analyse Wertpapierprodukte 2015**

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

Juli 2015

powered by:



Informationen zur Studie

Ausgewählte Ergebnisse:

- Die Portfolios der untersuchten Banken umfassen zwischen zwei und elf Depotvarianten. Dabei sprechen die Anbieter bis zu sechs spezielle Zielgruppen mit eigenen Depotangeboten an.
- Ein Jahreskostenvergleich anhand von zehn typischen Kundenprofilen zeigt, dass je nach Anlagesumme und Tradingverhalten insgesamt fünf Anbieter mindestens einmal das günstigste Angebot stellen.
- In Vergleichsportalen sind zwei Anbieter deutlich besser platziert als die Mitbewerber. Zwei Anbieter sind dagegen gar nicht, zwei weitere kaum in Vergleichsportalen anzutreffen.
- Die Antwortqualität fällt bei Telefonanfragen insgesamt positiver aus als bei Online-Anfragen. Nur ein Anbieter kann beim telefonischen Kundendienst und beim Onlinekundendienst gleichermaßen überzeugen.
- Von den Investitionen in mediale Werbung entfallen 60% auf zwei Anbieter. Mehrheitlich beschränken die Anbieter ihre Werbeaktivitäten auf zwei Medien.
- Social Media Kanäle nutzen alle Anbieter. Hinsichtlich der Performance im Zusammenhang mit dem Thema Wertpapierprodukte stechen zwei Anbieter heraus, zwei weitere Anbieter zeigen sich besonders engagiert bei Facebook.

Informationen zur Studie

Wichtigste USPs:

Kern der Analyse ist das **Marketingverhalten** der zehn Anbieter

Analyseinhalte: **Product, Price, Place, Promotion**

ganzheitliche Wettbewerbsanalyse aus **Anbietersicht**

alle Informationen auf **438 PowerPoint-Seiten**

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

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

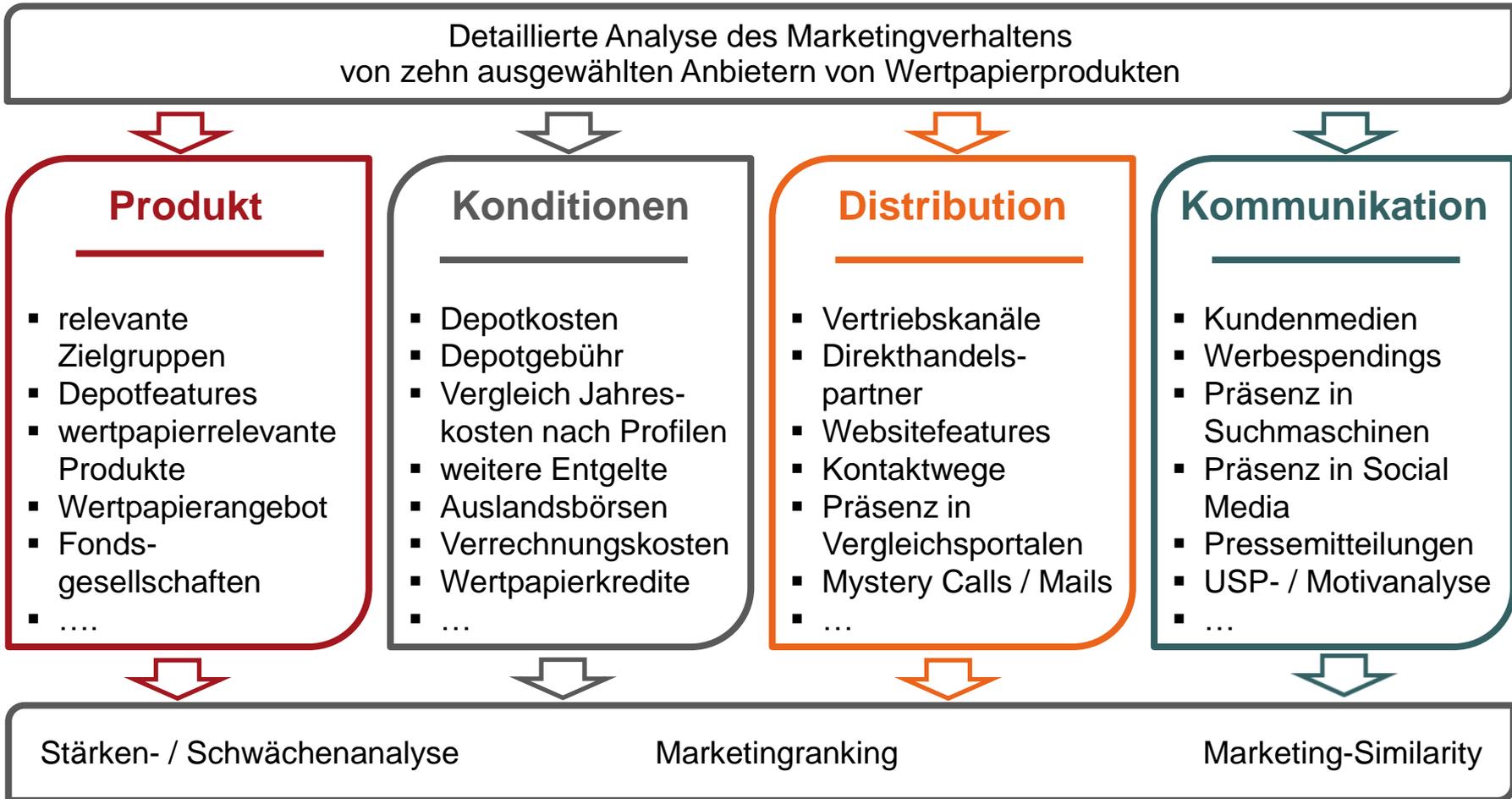
Nutzen: Basis für klare Positionierung und adäquate Reaktionen auf Marketingmaßnahmen der Wettbewerber

Zehn Anbieter von Wertpapierprodukten

- comdirect
- Commerzbank
- Consorsbank
- DAB
- DeAWM / Dt. Bank
- Deka / Sparkassen
- HypoVereinsbank
- ING-DiBa
- UBS
- Union Investment / VR-Banken



Informationen zur Studie



Informationen zur Studie

Die Studie enthält unter anderem folgende **Analysen**:

- Produktportfolio-Vergleich
- Vergleichsanalyse Produktfeatures
- Konditionenvergleich auf Basis verschiedener Kundenszenarien
- Positionierung in Vergleichsportalen und Suchmaschinen
- Auswertung von 65 Telefonanfragen bei den untersuchten Anbietern
- Auswertung von 65 Onlineanfragen bei den untersuchten Anbietern
- Werbeausgaben/Motive, differenziert nach Mediengattungen, vom Werbebeobachter **AdVision digital**
- Präsenz der Anbieter in Social Media Kanälen
- Analyse von Konsistenz und Alleinstellung bei Vorteilsargumenten und Werbemotiven
- Marketing-Mix-Ranking auf Basis aller erfassten Marketingmaßnahmen
- statistische Marketing-Similarity Analyse

Die 438 Seiten umfassende Studie kostet 3.400 EUR zuzüglich Mehrwertsteuer.

Forschungsdesign:

Die Studie basiert auf Marktinformationen aus eigenen Erhebungen, Online-Datenbanken, Mystery Research und verschiedensten Sekundärquellen. Hier sind insbesondere die kostenpflichtigen Daten von AdVision digital (Werbespendings, Werbemotive) zu nennen. Die Studie ist im Juli 2015 erschienen.



Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	6
➤ Forschungsdesign	18
➤ Produkt	23
▪ Anzahl Depotmodelle	30
▪ Zielgruppen	31
▪ Depotfeatures	35
▪ Wertpapierrelevante Produkte	48
▪ Wertpapiersparpläne	50
▪ Wertpapierkredite	54
▪ Weitere Produkte	58
▪ Wertpapierangebot	60
▪ Fondsgesellschaften	64
▪ Fondsgesellschaften (Top-Produkte)	90
▪ Auszeichnungen	95
▪ Weitere Produktmaßnahmen	97
▪ Alleinstellungsmerkmale	102
➤ Konditionen	104
▪ Depotkosten	111

Inhaltsverzeichnis

▪ Kostenvergleich Depotgebühr	122
▪ Jahreskosten nach Profilen	125
▪ Weitere Entgelte	131
▪ Auslandsbörsen und außerbörslicher Handel	133
▪ Depoteröffnung und -übertrag	135
▪ Verrechnungskonten	137
▪ Wertpapiersparpläne	139
▪ Wertpapierkredite	141
▪ Weitere Konditionenmaßnahmen	143
▪ Alleinstellungsmerkmale	148
➤ Distribution	150
▪ Vertriebswege	159
▪ Handelspartner im Direkthandel	163
▪ Öffnungszeiten der Filialen	168
▪ Website	172
▪ Hotline-Betriebszeiten	178
▪ Kontaktmöglichkeiten	180
▪ Apps	182



Inhaltsverzeichnis

▪ Präsenz in Vergleichsportalen	184
▪ Servicecenter-Performance bei Telefonanfragen	191
▪ Servicecenter-Performance bei Onlineanfragen	196
▪ Weitere Distributionsmaßnahmen	206
▪ Alleinstellungsmerkmale	211
➤ Kommunikation	213
▪ Website	224
▪ Flyer und Prospekte	234
▪ Kundenmedien	247
▪ Werbeaufwendungen	248
▪ Werbemotive	256
▪ Präsenz in Suchmaschinen	271
▪ Bookmark-Services	280
▪ Präsenz in Social Media	281
▪ Pressemitteilungen	318
▪ Presseresonanz	325
▪ Presseeffizienz	328
▪ USP Analyse	329



Inhaltsverzeichnis

▪ Motivanalyse	355
▪ Weitere Kommunikationsmaßnahmen	367
▪ Alleinstellungsmerkmale	372
➤ Stärken und Schwächen der Banken	374
➤ Marketingranking	385
▪ Produkt	389
▪ Konditionen	397
▪ Distribution	405
▪ Kommunikation	415
▪ Marketing-Mix	425
➤ Marketing-Similarity	428
➤ Quellenverzeichnis	435
➤ Kontakt	437

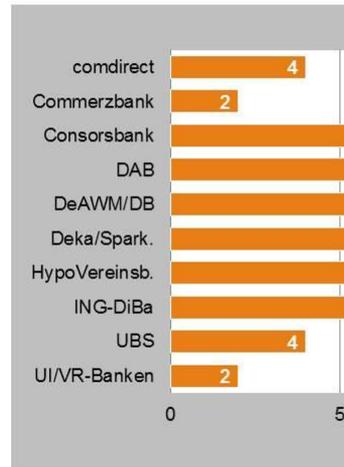


Beispielseiten (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Produkt Anzahl Depotprodukte

Anzahl der Depotprodukte



Quelle: research tools



Produkt Depotfeatures

Spezielle Produktfeatures nach Depot

Bank	Produkt	1	2
Consorsbank	EUREX-Konto		
DAB	DAB Depot	x	x
DAB	DAB Junior Depot		x
DeAWM/ Deutsche Bank	DWS Depot Classic		
DeAWM/ Deutsche Bank	DWS Depot Classic Online		

Quelle: Websites der Banken

Wie hoch fallen die Jahreskosten für verschiedene Nutzerprofile aus?

Konditionen

Jahreskosten nach Profilen

Jahreskosten nach Profilen (Angaben in Euro)

Bank	Profil 6	Profil 7	Profil 8	Profil 9	Profil 10
comdirect	100,00	1000,00	500,00	300,00	700,00
Commerzbank	200,00	900,00	400,00	200,00	800,00
Consorsbank	300,00	800,00	300,00	100,00	900,00
DAB	400,00	700,00	200,00	600,00	1000,00
DeAWM/DB	500,00	600,00	100,00	500,00	300,00
Deka/Spark.	600,00	500,00	1000,00	400,00	400,00
HypoVereinsb.	700,00	400,00	900,00	1000,00	500,00
ING-DiBa	800,00	300,00	800,00	900,00	600,00
UBS*	900,00	200,00	700,00	800,00	100,00
UI/VR-Banken	1000,00	100,00	600,00	700,00	200,00

Quelle: Vergleichsportale, eigene Berechnungen; * Wert umgerechnet in Euro (Kurs 1CHF=0.95EUR)



Marketing-Mix-Analyse
Wertpapierprodukte 2015

Welches Produktportfolio offerieren die Anbieter?

Beispielseiten (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Konditionen Wertpapiersparpläne

Konditionen der Wertpapiersparpläne

Bank	Produkt	Dep führt
comdirect	Wertpapier-sparplan	0,50%
Commerzbank	Wertpapier-sparen	üblich Dep gebül
Consorsbank	Sparplan	koste
DAB	Wertpapier-sparen	0,50%
DeAWM/ Deutsche Bank	maxblue Wertpapier Sparplan	üblich Dep gebül

Quelle: Websites der Banken; * für 250 resp. 80 Fonds



Distribution Servicecenter-Performance

Telefonanfragen

Anbieter	Erster Kontakt	Zeit i sc
Deka/ Sparkassen	Bandansage	0:20-Ø 2
HypoVereins-bank	persönlich	
ING-DiBa	Bandansage	0:20-Ø 2
UBS	Bandansage	0:20-Ø 2
Union Inv ment	persönlich	

Welche Präsenz zeigen die Anbieter in Vergleichsportalen?

Distribution Präsenz in Vergleichsportalen

Erstplatzierung in Vergleichsportalen

Bank	Erstplatzierung															
	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50
comdirect	13	3	2	22	1	7	2	6	10		6	2	13	3	2	22
Commerzbank	1	5		1	4		1	3	7		1	1	1	5		1
Consorsbank	13	3	2	22	1	7	2	6	10		6	2	13	3	2	22
DAB	1	5		1	4		1	3	7		1	1	1	5		1
DeAWM/DB	13	3	2	22	1	7	2	6	10		6	2	13	3	2	22
Deka/Spark.	13	3	2	22	1	7	2	6	10		6	2	13	3	2	22
HypoVereinsb.	1	5		1	4		1	3	7		1	1	1	5		1
ING-DiBa	13	3	2	22	1	7	2	6	10		6	2	13	3	2	22
UBS	1	5		1	4		1	3	7		1	1	1	5		1
UI/VR-Banken	13	3	2	22	1	7	2	6	10		6	2	13	3	2	22

Quelle: research tools



Marketing-Mix-Analyse Wertpapierprodukte 2015

Welche Anbieter überzeugen bei Kundenanfragen mit hoher Antwortqualität?

Beispielseiten (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Kommunikation Präsenz in Suchmaschinen

Platzierungen in Suchmaschinen (Angabe in Anzahl Platzierungen)

Bank	bing		
	1	2	3
comdirect		2	
Commerzbank			
Consorsbank			
DAB		2	1
DeAWM/DB		2	
Deka/Spark.			
HypoVereinsb.	1		
ING-DiBa			
UBS		2	1
UI/VR-Banken		2	

Quelle: research tools



Marktforschung
für Innovation und Handlungssicherheit

Welche Anbieter sind in Suchmaschinen am präsentesten?

Kommunikation Werbemotive

DeAWM/Deutsche Bank – Presse



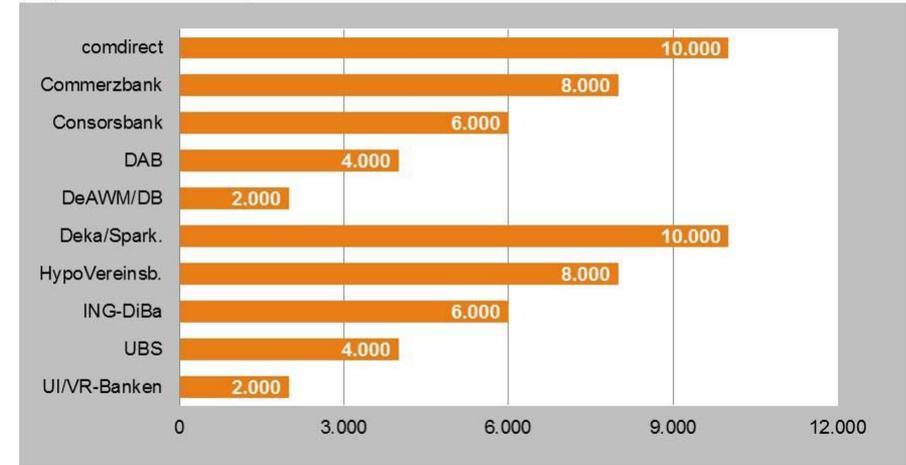
Quelle: AdVision digital



Welche medialen Ausgaben tätigen die Anbieter?

Kommunikation Werbeaufwendungen

Werbeausgaben der Anbieter für Wertpapierprodukte im Zeitraum Mai 2014 bis April 2015
(Angaben in Tausend Euro)



Quelle: AdVision digital; Berechnungen durch research tools



Marketing-Mix-Analyse
Wertpapierprodukte 2015

Beispielseiten (4)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Kommunikation

Aktive und passive Medienpräsenz: Verteilung des Impacts betreffend Facebook, Google+, Twitter und YouTube sowie Anteile bei

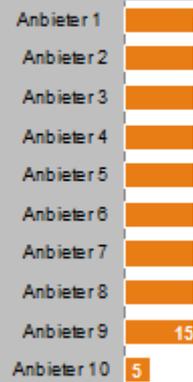
Bank	Faceb.	Google+
comdirect	20,0	20,0
Commerzbank	40,0	20,0
Consorsbank	-	20,0
DAB	-	-
DeAWM/DB	-	-
Deka/Spark.	20,0	20,0
HypoVereinsb.	-	-
ING-DiBa	-	-
UBS	-	-
UI/VR-Banken	20,0	20,0

Quelle: research tools; * Presseartikeln ** Presseartikeln



Marketingranking Marketing-Mix

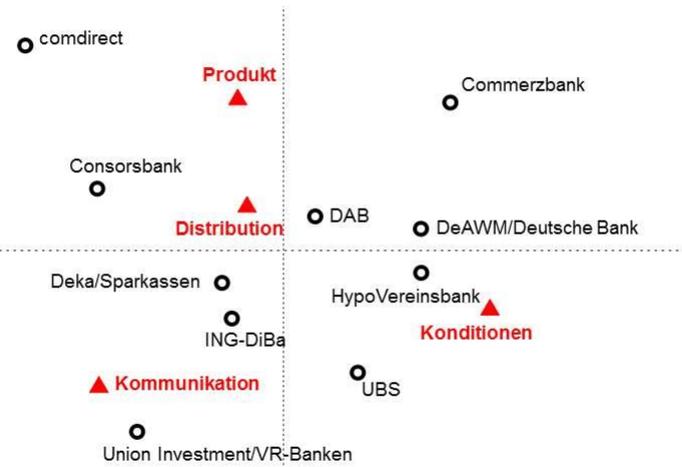
Ranking insgesamt (Angaben in Prozent)



Welche Anbieter ähneln sich hinsichtlich ihrer Fokussierung auf einzelne Marketingbereiche?

Marketing-Similarity

Positionierung/Ähnlichkeit der Anbieter



Erfolgt eine Abhebung vom Mitbewerber durch eine aktive Medienpräsenz?



Marketing-Mix-Analyse
Wertpapierprodukte 2015

Bestellformular

FAX: +49 (0)711 – 55090384

Auftragnehmer:

research tools, Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar

Hiermit bestellen wir zum Preis in Höhe von 3.400 EUR zzgl. MwSt. die
Marketing-Mix-Analyse Wertpapierprodukte 2015.

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 zur Bankenbranche erschienen:

- Marketing-Mix-Analyse Baufinanzierung 2015
- Marketing-Mix-Analyse Kreditkarten 2015
- Werbemarktanalyse Banken 2015
- Marketing-Mix-Analyse Tagesgeld 2014
- Marketing-Mix-Analyse Ratenkredit 2014
- Marketing-Mix-Analyse Autokredit 2014

Seit 2005 arbeitete research tools für knapp 70 Banken. In der Bankenbranche erschienen seit Anfang 2012 37 Marktstudien. In der Studienreihe Marketing-Mix-Analysen sind bisher 38 Marktstudien erschienen.