

+++ Barclaycard +++ Bunq +++ comdirect +++ Deutsche Kreditbank +++ DZ Bank +++ Ford +++ ING +++  
+ Mercedes-Benz/-Bank ++++ Toyota +++ VW/-Bank +++ u. weit. 40 Anbieter m. quantitat. 5-Jahres-Trends +

Studiensteckbrief

# Werbemarktanalyse Direktbanken 2020

Werbeausgaben für 50 Marken über 5 Jahre

erarbeitet von:  
research tools, Esslingen am Neckar

Oktober 2020

kom-  
pakt

powered by:



# Informationen zur Studie

## Ausgewählte Key Facts:

- Für die mediale Kommunikation haben die werbungtreibenden Direktbanken für unterschiedliche Bankprodukte wie beispielweise Autofinanzierung, bargeldloser Zahlungsverkehr, Girokonto, Ratenkredit oder Wertpapiere innerhalb eines Jahres rund 103 Millionen Euro ausgegeben.
- Das Werbevolumen rutschte innerhalb von zwölf Monaten um 28 Prozent ab.
- Im Durchschnitt werben 24 Marken pro Monat für ihre Produkte. Innerhalb der vergangenen fünf Jahre hat die Anzahl der Werbungtreibenden stark geschwankt.
- TV ist das Top-Werbemedium. Comdirect verzeichnet bei Internetbannern die höchsten Ausgaben.
- 17 Anbieter werben mit einem Volumen von mehr als einer Millionen Euro innerhalb der letzten zwölf Monate.
- Die Werbekonzentration fällt mit 60% Anteil der Top 3-Marken in der Branche sehr hoch aus.

# Informationen zur Studie

## Key Facts der Analysebereiche:

### Werbevolumen Direktbanken

2018/2019:  
**143** Mio €

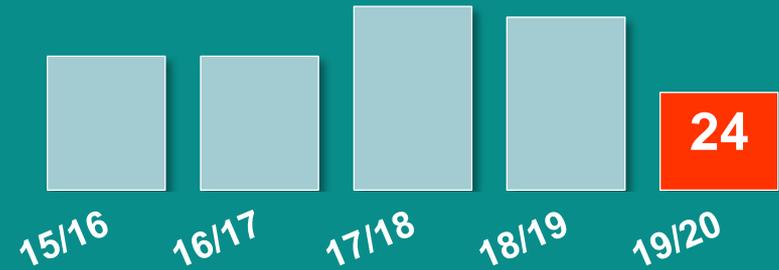
2019/2020:  
**103** Mio €

### Mediensplit



Internetbanner-Werber Nr. 1:  
**comdirect**

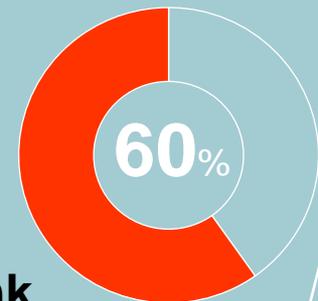
### Werbungtreibende pro Monat im Ø



### Werbekonzentration



**Dt. Kreditbank**  
**ING**  
**Volkswagen Bank**



# Informationen zur Studie

## Nutzen und Umfang der Studie:

**50 Direktbanken**  
mit den höchsten Spendings

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

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

alle Informationen im **Wettbewerbsvergleich**  
auf 52 PowerPoint-Seiten

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

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

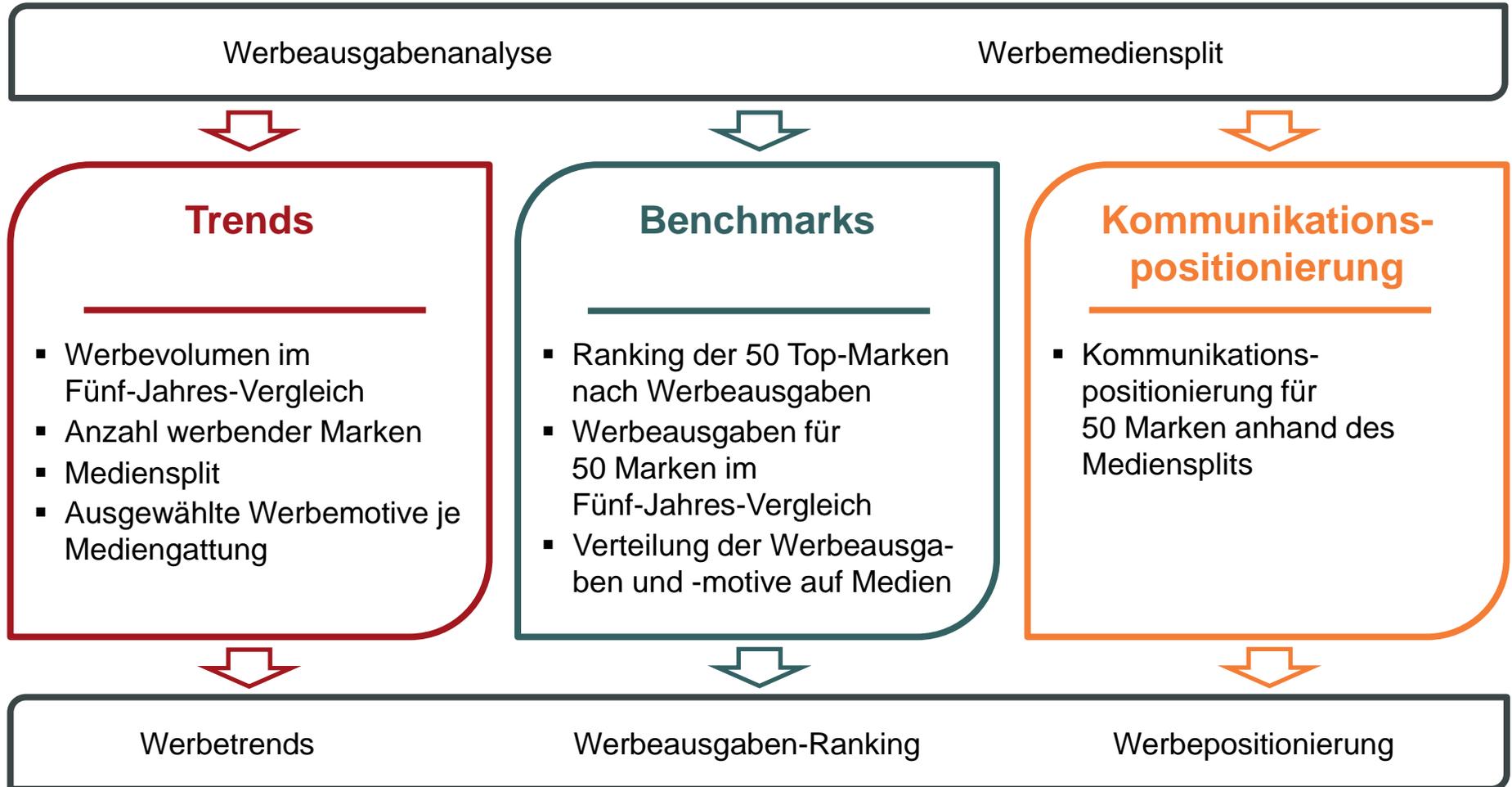
**Nutzen:** Analyse von Trends und Benchmarks ermöglichen  
einen unmittelbaren Wettbewerbsvergleich

## Im Detail analysierte Marken:

- Barclaycard
- Bunq
- comdirect
- Dt. Kreditbank
- DZ Bank
- Ford
- ING
- Mercedes-Benz/-Bank
- Toyota
- VW/-Bank
- + Spendings für  
40 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 50 Marken im Fünf-Jahres-Vergleich
- Werbespendings für fünf Mediengattungen
- Positionierungsanalyse auf Basis Mediensplit für 50 Marken

## Forschungsdesign:

Analyse und Vergleich sämtlicher Werbeausgaben in Fernsehen, Internet-Bannerwerbung, 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 52 Seiten umfassende Studie kostet **1.600 EUR** zzgl. Mehrwertsteuer.

# Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	3
➤ Forschungsdesign	8
➤ Trends	12
▪ 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	18
Typische Motive, verwendete Nutzenargumente differenziert nach verschiedenen Medien	
➤ Benchmarks	26
▪ Werbeausgaben-Rankings	29
Share of Advertising der Top 10-Marken, Ranking der Top 50-Marken nach Werbevolumen, Ranking der Top 10/Low 10-Marken nach absoluter Werbedynamik	
▪ Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10-Marken	39
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	
▪ Mediensplit der Top 10-Marken	45
Verteilung der Werbeausgaben und Werbemotive der Top 10-Marken auf die Mediengattungen in den letzten zwölf Monaten	
➤ Kommunikationspositionierung	47
Kommunikationspositionierung von 50 Marken auf Basis Mediensplit	
➤ Kontakt	51



# Analysebeispiele (1)

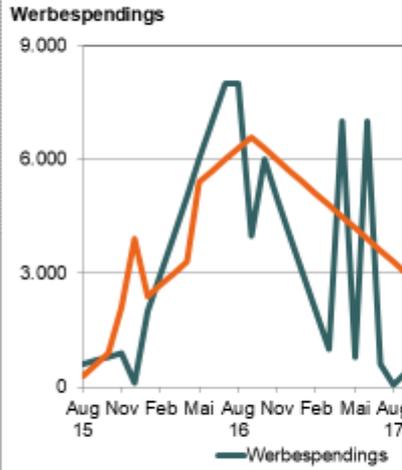
Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Auf welchen Mediensplit setzen die Unternehmen?

## Trends

Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt

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



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



## Trends

Ausgewählte Motive und Nutzenargumente

Typische TV Beispiele und Nutzenargumente 2019/2020



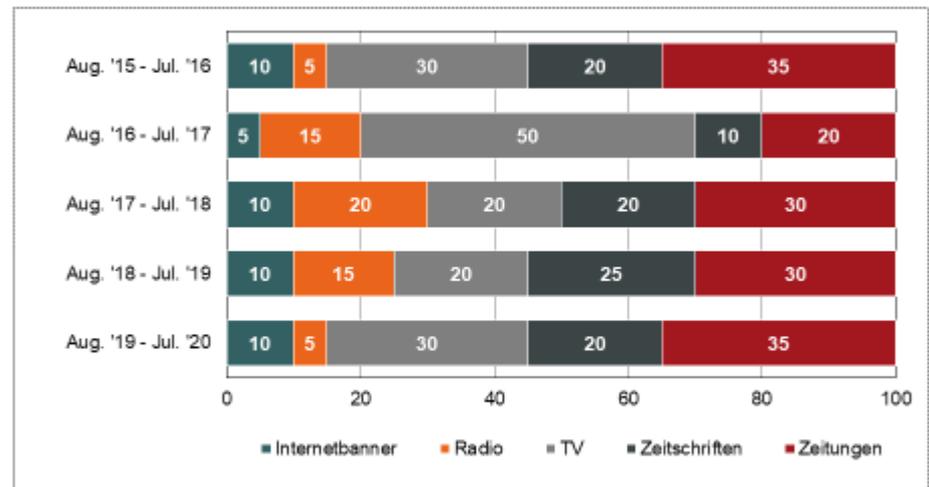
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



## 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  
Direktbanken 2020

Welche medialen Peaks zeigen sich im Jahresverlauf?

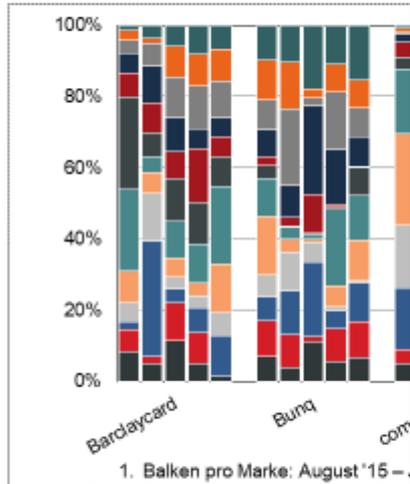
# Analysebeispiele (2)

## 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



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



### Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 50-Marken nach Werbevolumen (letzter 12-Monats-Zeitraum)

Rang	Marken	Aug. '15 – Jul. '16	Au Jul
11	1822direkt	1.000.000	€
12	Consors Bank	900.000	€
13	Fiat	800.000	7
14	flatex	700.000	€
15	LeasePlan Bank	600.000	€
16	Opel-bank	500.000	4
17	Peugeot	400.000	3
18	Suzuki	300.000	2
19	Vexcash	200.000	1
20	Volvo	100.000	€

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

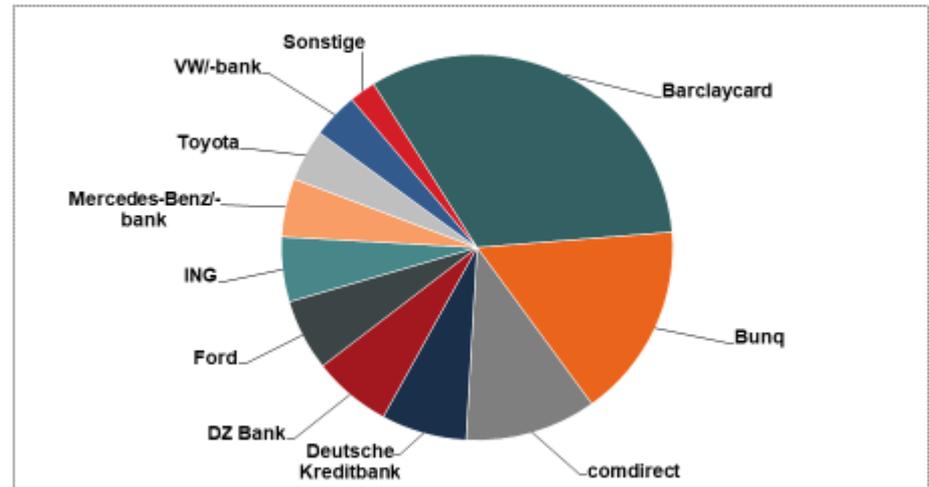


Welchen Werbedruck entfalten die Top 10-Marken?

### Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Share of Advertising der Top 10-Marken von August 2019 bis Juli 2020



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

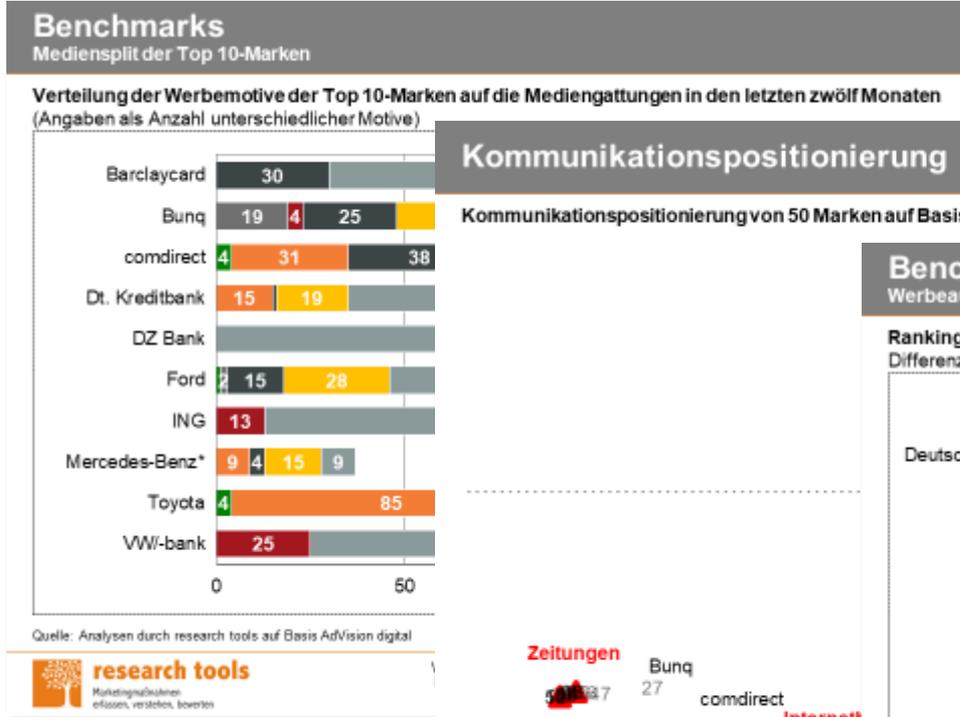


Werbemarktanalyse  
Direktbanken 2020

Welche Marken führen das Ausgabenranking an?

# Analysebeispiele (3)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

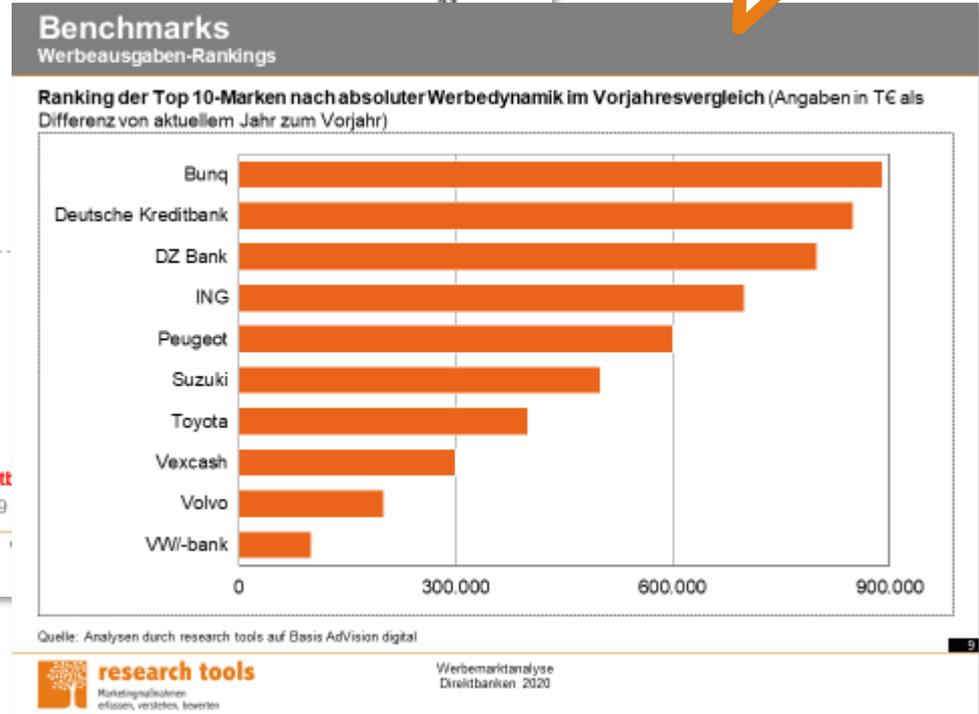


### Kommunikationspositionierung

#### Kommunikationspositionierung von 50 Marken auf Basis Mediensplit



Welche Marken zeigen die größte Dynamik?



Wie positionieren sich die Marken im Wettbewerbsumfeld?

# 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 Direktbanken 2020.**

**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](mailto:uwe.matzner@research-tools.net)

research tools  
Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar  
[www.research-tools.net](http://www.research-tools.net)

research tools: Marketingmaßnahmen erfassen – verstehen – bewerten

Zuletzt zur Bankenbranche erschienen:

- Studie Bankzielgruppe Mobile Device 2020
- Werbemarktanalyse Karten 2020
- Studie Bankzielgruppe Wertpapierbesitzer 2020
- Studie Vergleichsportal-Marketing Banken 2020
- Studie Paid Search Banken 2020
- Marketing-Mix-Analyse Baufinanzierung 2020

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. In der Reihe ‚Werbemarktanalysen‘ sind seit 2018 über 50 Marktstudien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

