

+++ Bank of Scotland +++ Barclays Visa +++ Carnext +++ comdirect +++ Consorsbank +++ Deutsche Kreditbank +++ flatex +++ ING +++ N26 +++  
+ VW/VW Bank +++ und weitere 40 Anbieter mit quantitativen Fünf-Jahres-Trends +++ Barclays Visa +++ Carnext +++ comdirect +++ Consorsban

Studiensteckbrief

# Werbemarktanalyse Direktbanken 2022

Werbeausgaben für 50 Marken über 5 Jahre

erarbeitet von:  
research tools, Esslingen am Neckar

November 2022



**research tools**

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief  
Werbemarktanalyse Direktbanken 2022

powered by:



## Ausgewählte Key Facts:

- Für die mediale Kommunikation haben die werbungstreibenden Direktbanken für unterschiedliche Bankprodukte wie beispielweise Autofinanzierung, bargeldloser Zahlungsverkehr, Girokonto, Ratenkredit oder Wertpapiere innerhalb eines Jahres rund 160 Millionen Euro ausgegeben.
- Der Produktmarkt Wertpapiere dominiert den Werbemarkt mit einem Anteil von 35 Prozent am Gesamtvolumen.
- Im Durchschnitt werben 27 Marken pro Monat für ihre Produkte.
- Internet und TV sind aktuell die Top-Werbemedien. Radio-Werber Nr. 1 ist Ford/Ford Bank.
- 15 Marken werben mit einem Volumen von mehr als einer Million Euro innerhalb eines Jahres.
- Die Werbekonzentration liegt bei 63% Anteil der Top 3-Marken.
- Vier der Top 10-Marken verzeichnen steigende Werbeausgaben verglichen mit dem Vorjahr.

# Informationen zur Studie

## Key Facts der Analysebereiche:

### Werbevolumen Direktbanken

2021/2022

**160** Mio. €



davon  
**35%**  
im Produktmarkt  
Wertpapiere

### Mediensplit



Radio-Werber Nr. 1:  
**Ford/Ford Bank**

### Werbungtreibende pro Monat im Ø



17/18

18/19

19/20

20/21

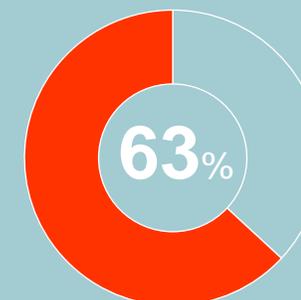
21/22

**27**

### Werbekonzentration



**Deutsche Kreditbank  
ING  
N26**



# Informationen zur Studie

## Nutzen und Umfang der Studie:

**50 Direktbanken** mit den höchsten Spendings

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

in **15 Produktmärkten**, darunter  
bargeldloser Zahlungsverkehr, Girokonto, Wertpapiere

alle Informationen **im Wettbewerbsvergleich**  
auf 86 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

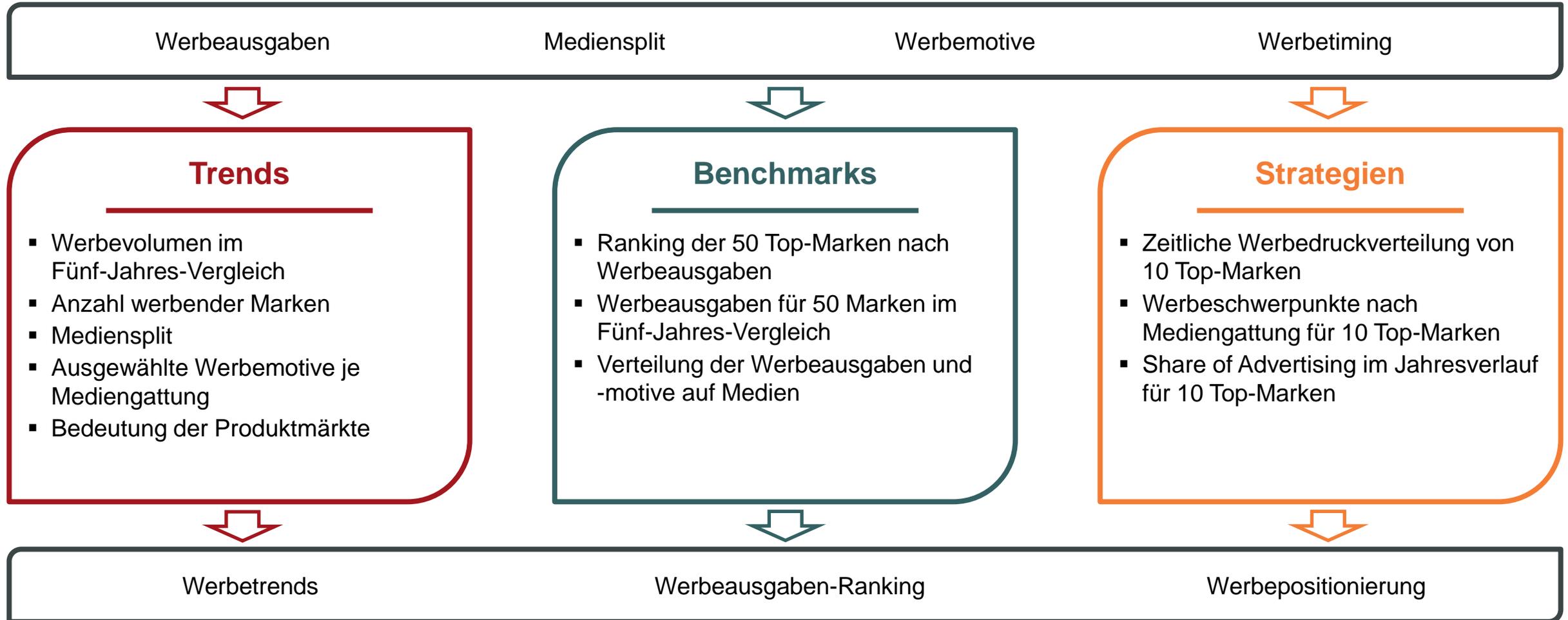
## Im Detail analysierte Marken:

- Bank of Scotland
- Barclays Visa
- Carnext
- comdirect
- Consorsbank
- Deutsche Kreditbank
- flatex
- ING
- N26
- VW/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?
- welche Entwicklungen sind in den Produktmärkten zu erkennen?
- 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, in welchen Mediengattungen werben sie?
- welches sind die werbeintensivsten und -dynamischsten Marken?
- wie positionieren sich die Top-Marken im Mediensplit?

## Die Studie in Zahlen:

- Werbevolumen von 50 Marken
- Werbespendings für 15 Produktmärkte
- Werbespendings für 6 Mediengattungen
- Kommunikationspositionierung für 10 Marken 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 86 Seiten umfassende Studie kostet **1.900 EUR** zuzüglich Mehrwertsteuer.

# Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	4
➤ Forschungsdesign	9
➤ Trends	14
▪ Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt	15
Entwicklung der Werbeausgaben der Werbungtreibenden, Entwicklung der Anzahl beworbener Marken und der monatlichen Werbespendings, Werbeausgabenentwicklung nach Medien	
▪ Quantitative Entwicklungen der Produktmärkte im 5-Jahres-Vergleich	20
Werbeausgabenentwicklung nach Produktmärkte, Produktmärkte im Mediensplit, Werbeausgabenkonzentration in 2021/2022	
▪ Ausgewählte Motive und Nutzenargumente	29
Typische Motive, verwendete Nutzenargumente differenziert nach verschiedenen Medien	
➤ Benchmarks	37
▪ Werbeausgaben-Rankings	38
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 im 5-Jahres-Vergleich	49
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	56
	Verteilung der Werbeausgaben der Top 10-Marken nach Produktmärkten in den letzten zwölf Monaten, Verteilung der Werbeausgaben und Werbemotive der Top 10-Marken auf die Mediengattungen in den letzten zwölf Monaten	
➤	Strategien	59
	Zeitliche Werbedruckverteilung in den letzten 12 Monaten nach Mediengattungen für die 10-Marken mit den höchsten Werbeausgaben, Share of Advertising der Top 10-Marken im Jahresverlauf	
➤	Kommunikationspositionierung	81
	Kommunikationspositionierung der 10 Top-Marken auf Basis Mediensplit und Jahreszeiten im 5-Jahres-Durchschnitt	
➤	Kontakt	85



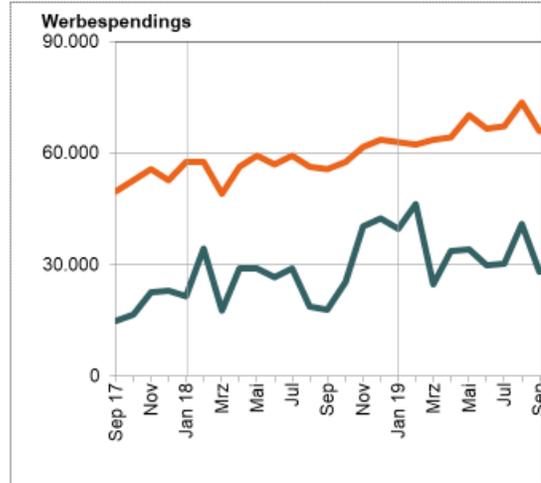
# Analysebeispiele (1)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Trends

Quantitative Entwicklungen Gesamtmarkt

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



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

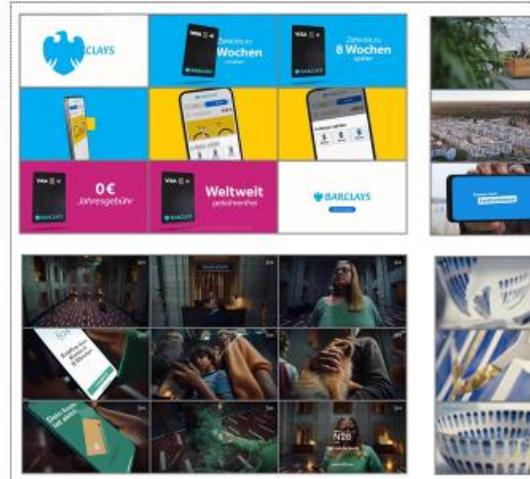


Werber

### Trends

Ausgewählte Motive und Nutzenargumente

Typische TV Motivbeispiele und Nutzenargumente 2021/2022



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



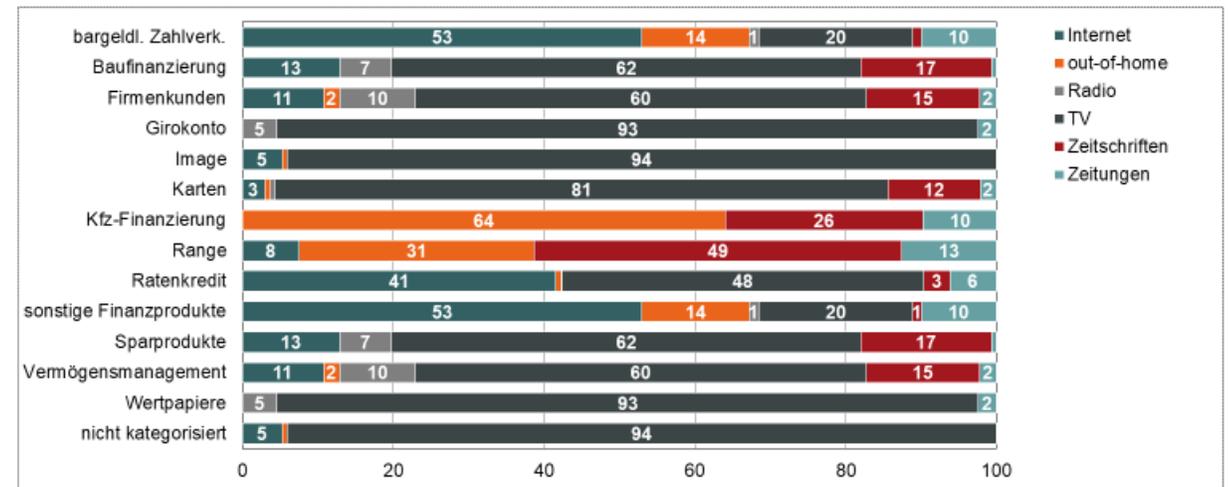
Werber

**Auf welchen Mediensplit setzen die Anbieter?**

### Trends

Quantitative Entwicklungen der Produktmärkte im 5-Jahres-Vergleich

Produktmärkte im Mediensplit 2021/2022 (Angaben in %)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Studienstockbrief  
Werbemarktanalyse Direktbanken 2022

**Welche medialen Peaks zeigen sich im Jahresverlauf?**

# Analysebeispiele (2)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Benchmarks Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 50-Marken nach Werbevolumen (Rangfolge auf Basis jüngster 12-Monats-Zeitraum)

Rang	Marken	Sep. '17 – Aug. '18	Sep. Aug.
11	Audi/-bank	5.000.000	
12	Bank of Scotland	2.400.800	
13	Bank11	6.000.000	
14	Bunq	15.300.500	
15	Ford/-bank	9.000.000	1
16	OnVista	3.260.800	
17	Openbank	3.900.600	
18	pbb direkt	2.100.800	
19	Penta Fintech	9.400.750	1
20	Vehiculum	8.730.800	

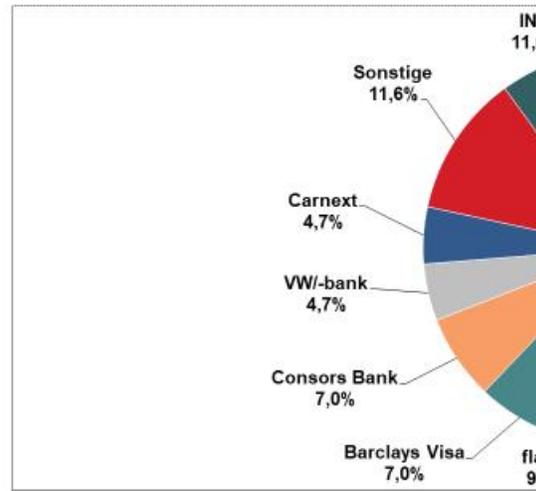
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werben

### Benchmarks Werbeausgaben-Rankings

Share of Advertising der Top 10-Marken von September 2021 bis August 2022

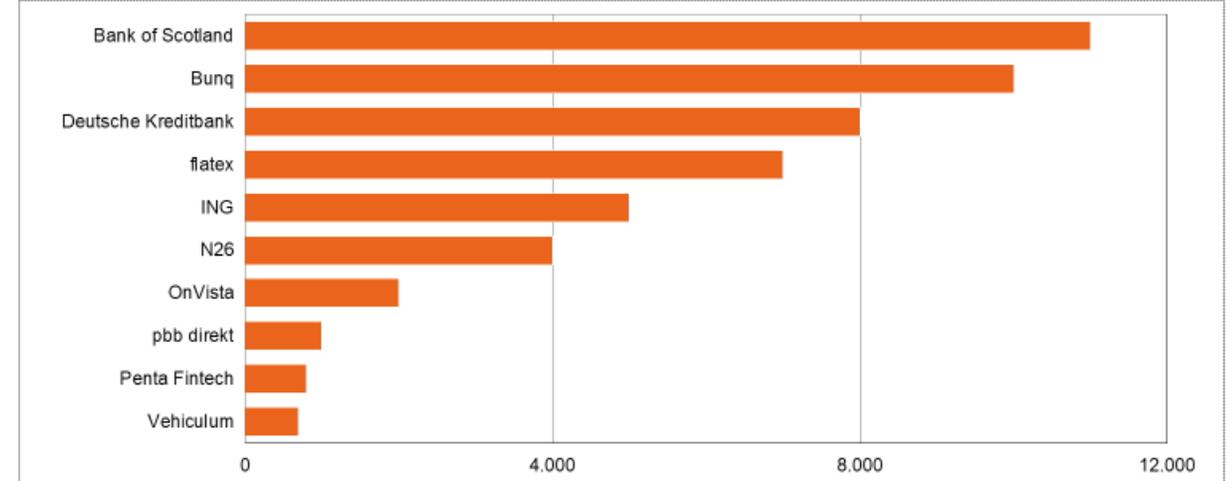


Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



### Benchmarks Werbeausgaben-Rankings

Ranking der Top 10-Marken nach absoluter Werbedynamik im Vorjahresvergleich (Angaben in T€ als Differenz von aktuellem Jahr zum Vorjahr)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital; \* Schmidt



Werbemarktanalyse  
Direktbanken 2022

Welche Marken zeigen die größte Dynamik?

Welche Marken führen das Ausgabenranking an?

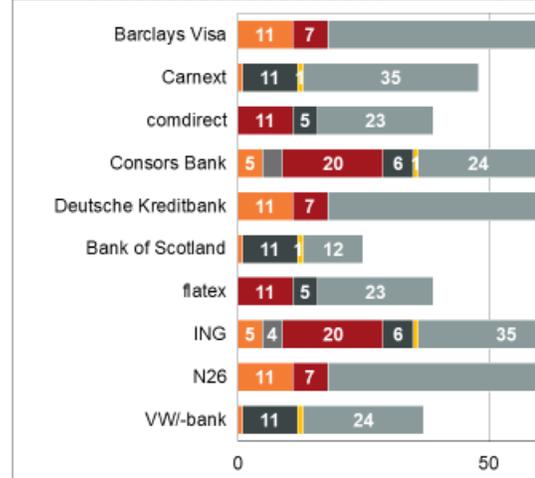
# Analysebeispiele (3)

## 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)

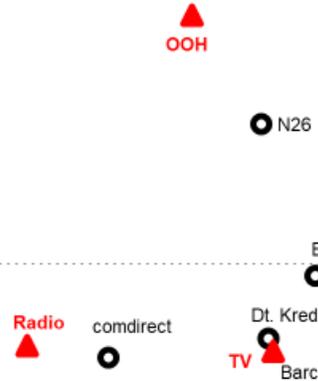


Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



### Kommunikationspositionierung

Kommunikationspositionierung der Top 10-Marken auf Basis Mediensplit im 5-Jahres-Durchschnitt

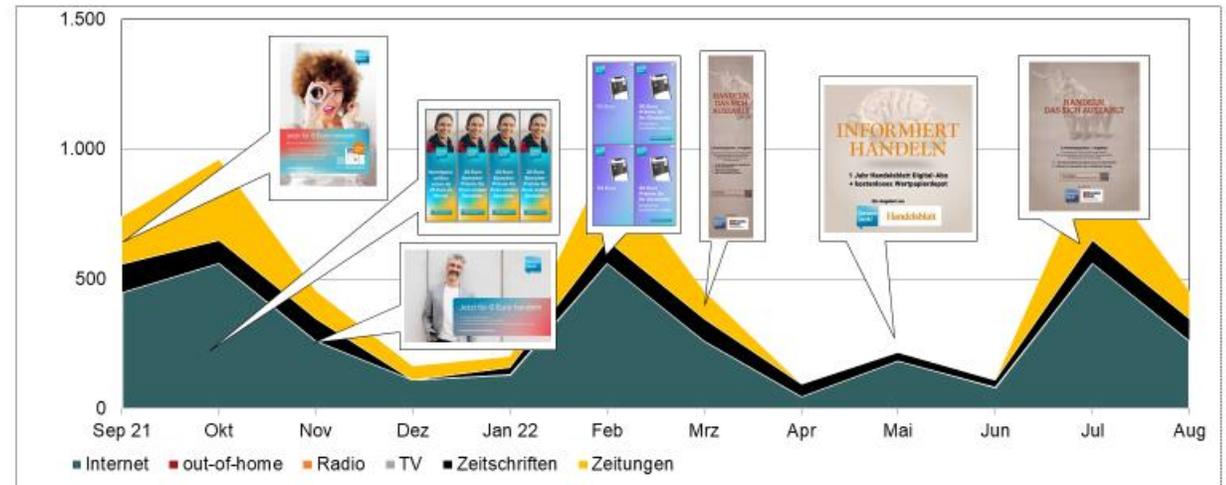


Welche Dynamik zeigt sich im Zeitablauf in den Medien?

### Strategien

Marke A

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



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbemarktanalyse Direktbanken 2022

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 1.900 EUR zzgl. MwSt. die  
**Werbemarktanalyse Direktbanken 2022.**

**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 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Spezialist für Marketinganalyse, -controlling und -monitoring.

In der Reihe ‚Werbemarktanalysen‘ sind seit 2018 über 70 Marktstudien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

### Zuletzt zur Bankenbranche erschienen:

- Marketing-Mix-Analyse Online-Broker 2022
- Studie Bankzielgruppe Kfz-Leasingkunden 2022
- Werbemarktanalyse Karten 2022
- Studie Bankzielgruppe Vergleichsportalkunden 2022
- Werbemarktanalyse Banken 2022
- Studie Unternehmensprofile Banken 2022

Bankenbranche: seit 2021 mehr als 20 Studien veröffentlicht

