

++ auxmoney +++ Deutsche Kreditbank+++ Getyourcredit.de +++ Interhyp +++ LBS +++ Merc.-Benz/-Bank +
++ Postbank +++ Schwäb. Hall +++ Targobank +++ VW/-Bank +++ u. weit. 190 Anbiet. m. quant. 5-Jahr.-Trend

Studiensteckbrief

Werbemarktanalyse Finanzierung

kom-
pakt

Werbeausgaben für 200 Marken über 5 Jahre

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

September 2020

powered by:



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Werbemarktanalyse
Finanzierung 2020

Informationen zur Studie

Ausgewählte Key Facts:

- Für die mediale Kommunikation haben die werbungtreibenden Anbieter für Finanzierungsprodukte innerhalb eines Jahres über 150 Millionen Euro ausgegeben.
- Das Werbevolumen rutschte innerhalb von zwölf Monaten um 16 Prozent ab.
- Im Durchschnitt werben 68 Marken pro Monat für ihre Produkte. Im Vergleich zum Vorjahr ist die Anzahl werbender Marken deutlich zurückgegangen.
- TV ist das Top-Werbemedium mit einem Anteil von 69 Prozent.
- 21 Anbieter werben mit einem Volumen von mehr als einer Millionen Euro, 15 davon haben ihre Werbeaktivitäten im Vergleich zum Vorjahr ausgeweitet.
- Die Werbekonzentration fällt mit 44 Prozent Anteil der Top 3-Marken in der Branche hoch aus.

Informationen zur Studie

Key Facts der Analysebereiche:

Werbevolumen Finanzierung

2018/2019:
180 Mio €

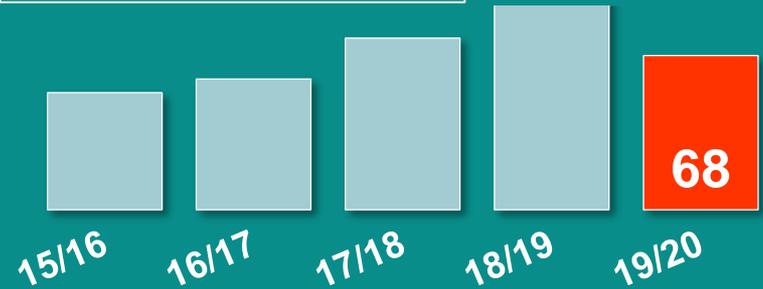
2019/2020:
151 Mio €

Mediensplit



Radio-Werber Nr. 1:
Targobank

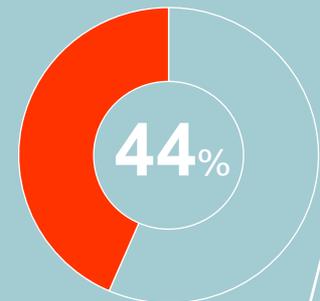
Werbungtreibende pro Monat im Ø



Werbekonzentration



Interhyp
Postbank
Targobank



Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

200 Anbieter von Finanzierungsprodukten
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 65 PowerPoint-Seiten

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

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

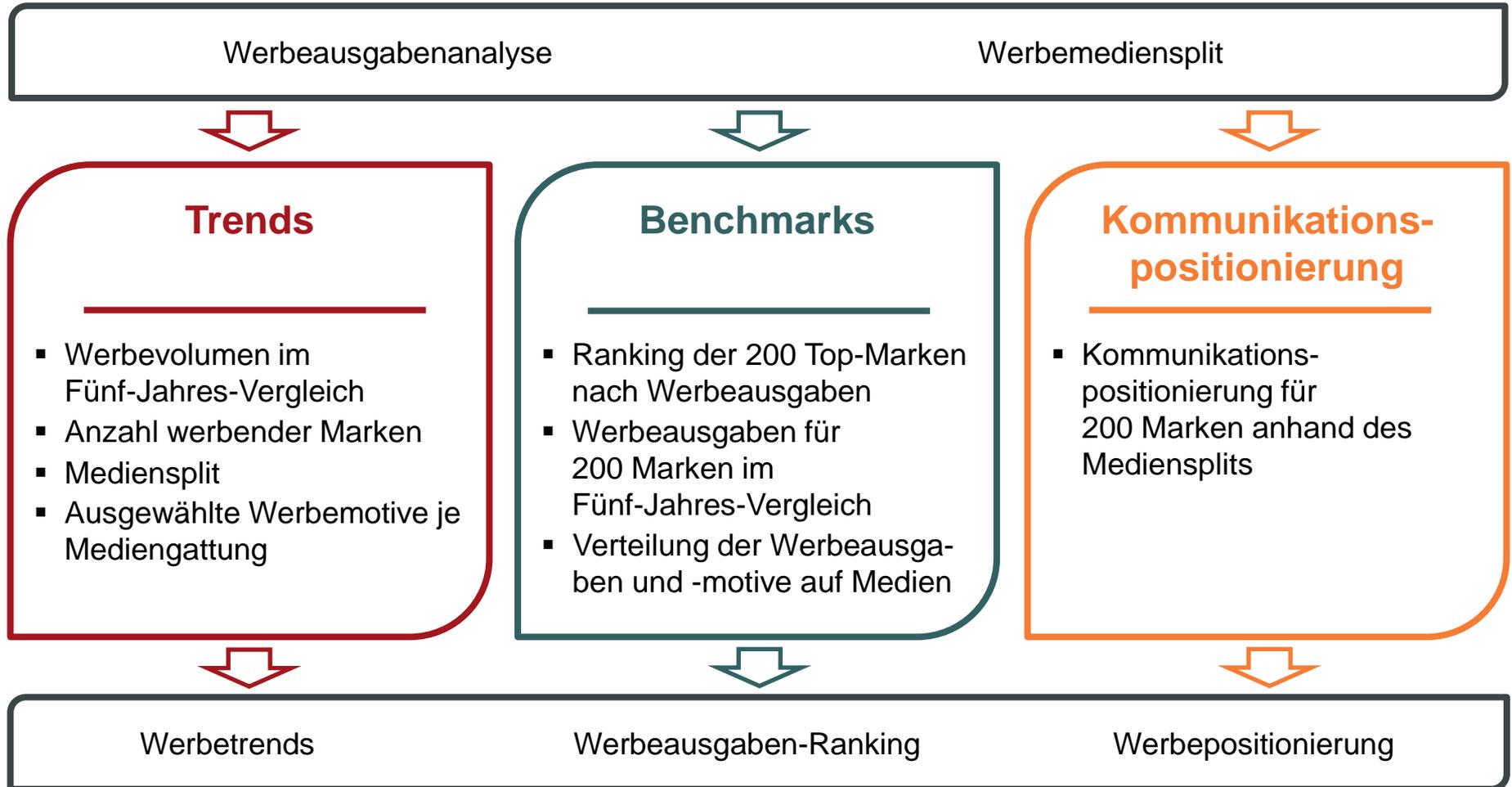
Nutzen: Analyse von Trends und Benchmarks ermöglichen
einen unmittelbaren Wettbewerbsvergleich

Im Detail analysierte Marken:

- auxmoney
- Deutsche Kreditbank
- Getyourcredit.de
- Interhyp
- LBS
- Mercedes-Benz/-Bank
- Postbank
- Schwäbisch Hall
- Targobank
- VW/-Bank
- + Spendings für
190 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 200 Marken im Fünf-Jahres-Vergleich
- Werbespendings für fünf Mediengattungen
- Positionierungsanalyse auf Basis Mediensplit für 200 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 65 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	23
▪ Werbeausgaben-Rankings	26
Share of Advertising der Top 10-Marken, Ranking der Top 200-Marken nach Werbevolumen, Ranking der Top 10/Low 10-Marken nach absoluter Werbedynamik	
▪ Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10-Marken	51
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	57
Verteilung der Werbeausgaben und Werbemotive der Top 10-Marken auf die Mediengattungen in den letzten zwölf Monaten	
➤ Kommunikationspositionierung	59
Kommunikationspositionierung von 200 Marken auf Basis Mediensplit	
➤ Kontakt	64



Analysebeispiele (1)

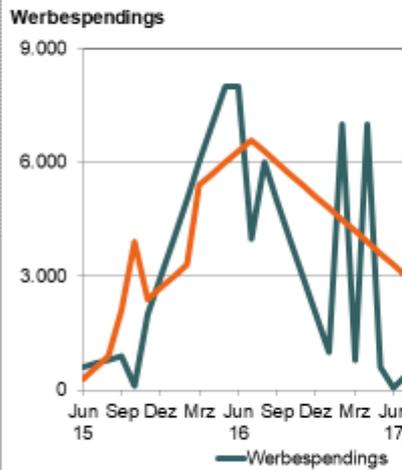
Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

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 Motivbeispiele und Nutzenargumente 2019/2020



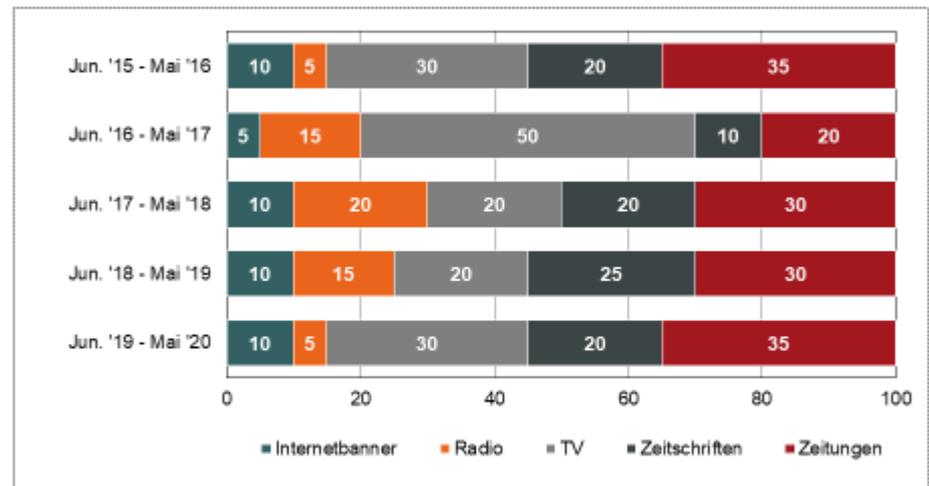
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Trends

Quantitative Entwicklungen der Produktmärkte im 5-Jahres-Vergleich

Mediensplit 2019/2020 (Angaben in %)



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



Werbemarktanalyse
Finanzierung 2020

Welche medialen Peaks zeigen sich im Jahresverlauf?

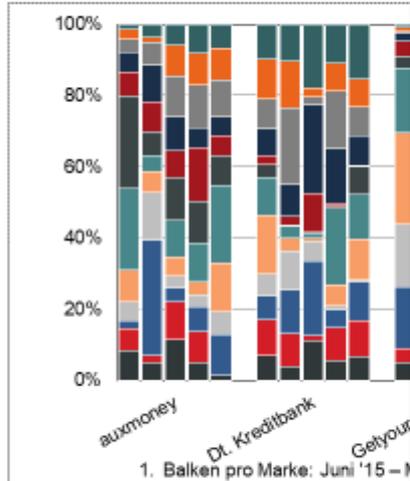
Analysebeispiele (2)

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 200 Marken nach Werbevolumen (letzter 12-Monats-Zeitraum)

Rang	Marken	Jun. '15 – Mai '16	Jun. '16 – Mai '17
11	Bon-Kredit.de	1.000.000	9
12	Creditweb	900.000	8
13	easyCredit	800.000	7
14	Ford/Ford Bank	700.000	6
15	KfW Förderbank	600.000	5
16	Maxda	500.000	4
17	Peugeot/-bank	400.000	3
18	Suzuki	300.000	2
19	Toyota	200.000	1
20	Vexcash	100.000	9

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

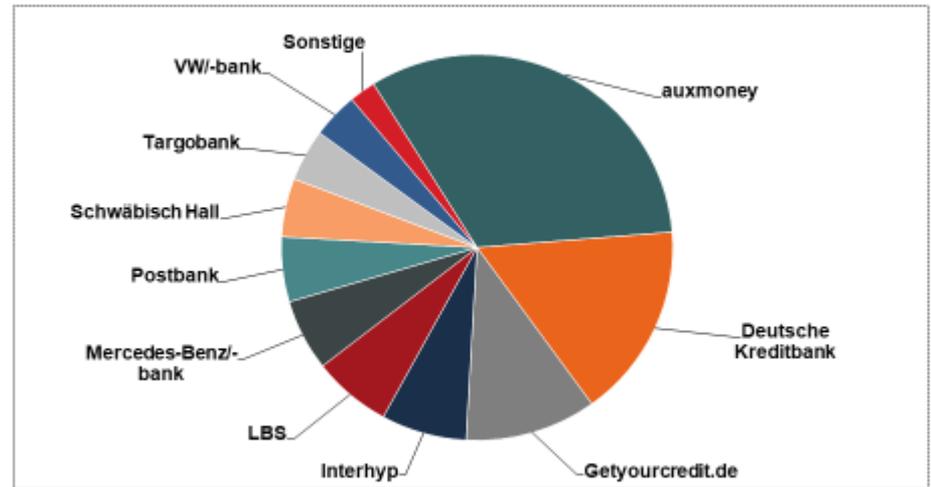


Welchen Werbedruck entfalten die Top 10-Marken?

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

Share of Advertising der Top 10 Marken von Juni 2019 bis Mai 2020



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

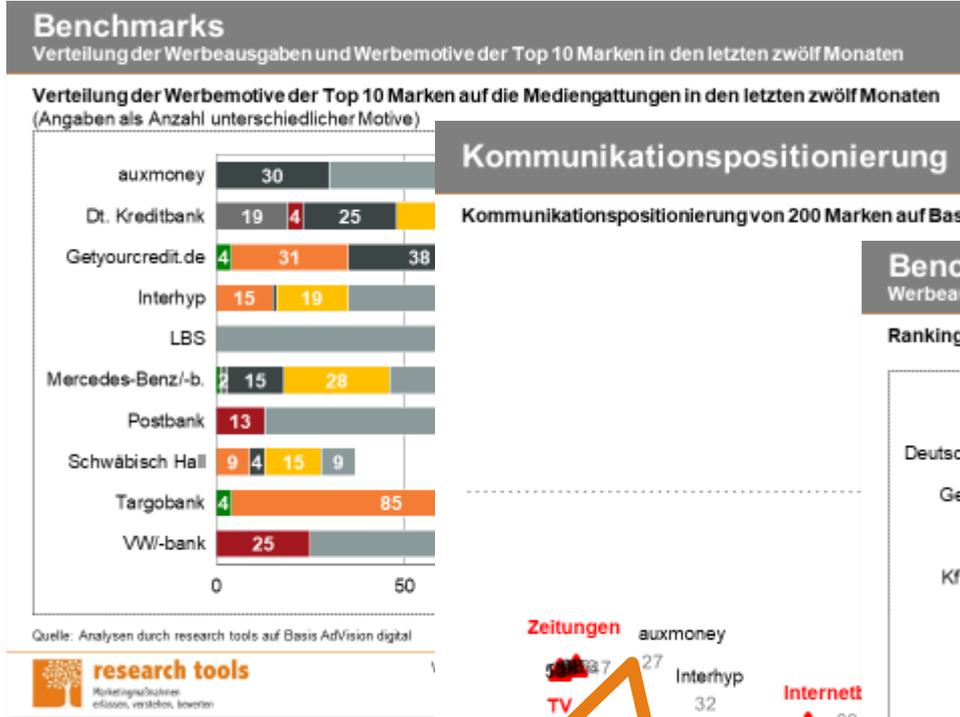


Werbemarktanalyse
Finanzierung 2020

Welche Marken führen das Ausgabenranking an?

Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten



Kommunikationspositionierung

Kommunikationspositionierung von 200 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

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 Finanzierung 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

research tools
Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar
www.research-tools.net

research tools: Marketingmaßnahmen erfassen – verstehen – bewerten

Zuletzt erschienene Studien zur Finanzierungsbranche:

- Werbemarktanalyse Direktbanken 2020
- Studie Bankzielgruppe Mobile Device 2020
- Werbemarktanalyse Karten 2020
- Studie Bankzielgruppe Wertpapierbesitzer 2020
- Studie Vergleichsportal-Marketing Banken 2020
- Studie Paid Search Banken 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.

