

+++ Aboplus +++ Am. Expr. +++ Barclayc. +++ Bunq +++ For.Blau Abocard +++ Lufthansa M&M +++ Payback
+++ Rhein. Post Prem.Card +++ Rheinl. Card +++ Visa +++ u. weit. 80 Anbieter m. quantit. 5-Jahres-Trends +

Studiensteckbrief

Werbemarktanalyse Karten 2020

Werbeausgaben für 90 Marken über 5 Jahre

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

August 2020

kom-
pakt

powered by:



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief
Werbemarktanalyse Karten 2020

Informationen zur Studie

Ausgewählte Key Facts:

- Für die mediale Kommunikation haben die werbungtreibenden Anbieter für Bank-, Kredit- und Kundenkarten innerhalb eines Jahres über 79 Millionen Euro ausgegeben.
- Das Werbevolumen rutschte innerhalb von zwölf Monaten um über 20 Prozent ab.
- Im Durchschnitt werben 38 Marken pro Monat für Karten. Im Vergleich zum Vorjahr ist die Anzahl werbender Marken rückläufig.
- TV und Zeitungen sind die beiden Top-Medien mit einem Anteil von zusammen 71 Prozent. Zeitungs-Werber Nummer eins ist Aboplus.
- 14 Anbieter werben mit einem Volumen von mehr als einer Million Euro innerhalb der letzten zwölf Monate, vier davon haben ihre Werbeaktivitäten im Vergleich zum Vorjahr ausgeweitet.
- Die Werbekonzentration der Top 3-Marken liegt bei einem Anteil von 49 Prozent.

Informationen zur Studie

Key Facts der Analysebereiche:

Werbevolumen Karten

2018/2019:
104 Mio €

2019/2020:
79 Mio €

Mediensplit



Zeitungs-Werber Nr. 1:
Aboplus

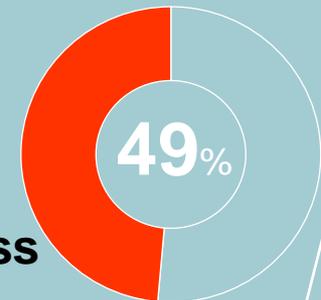
Werbungtreibende pro Monat im Ø



Werbekonzentration



Aboplus
American Express
Visa



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief
Werbemarktanalyse Karten 2020

Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

90 Anbieter von Karten (Bank-, Kredit- und Kundenkarten)
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 55 PowerPoint-Seiten

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

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

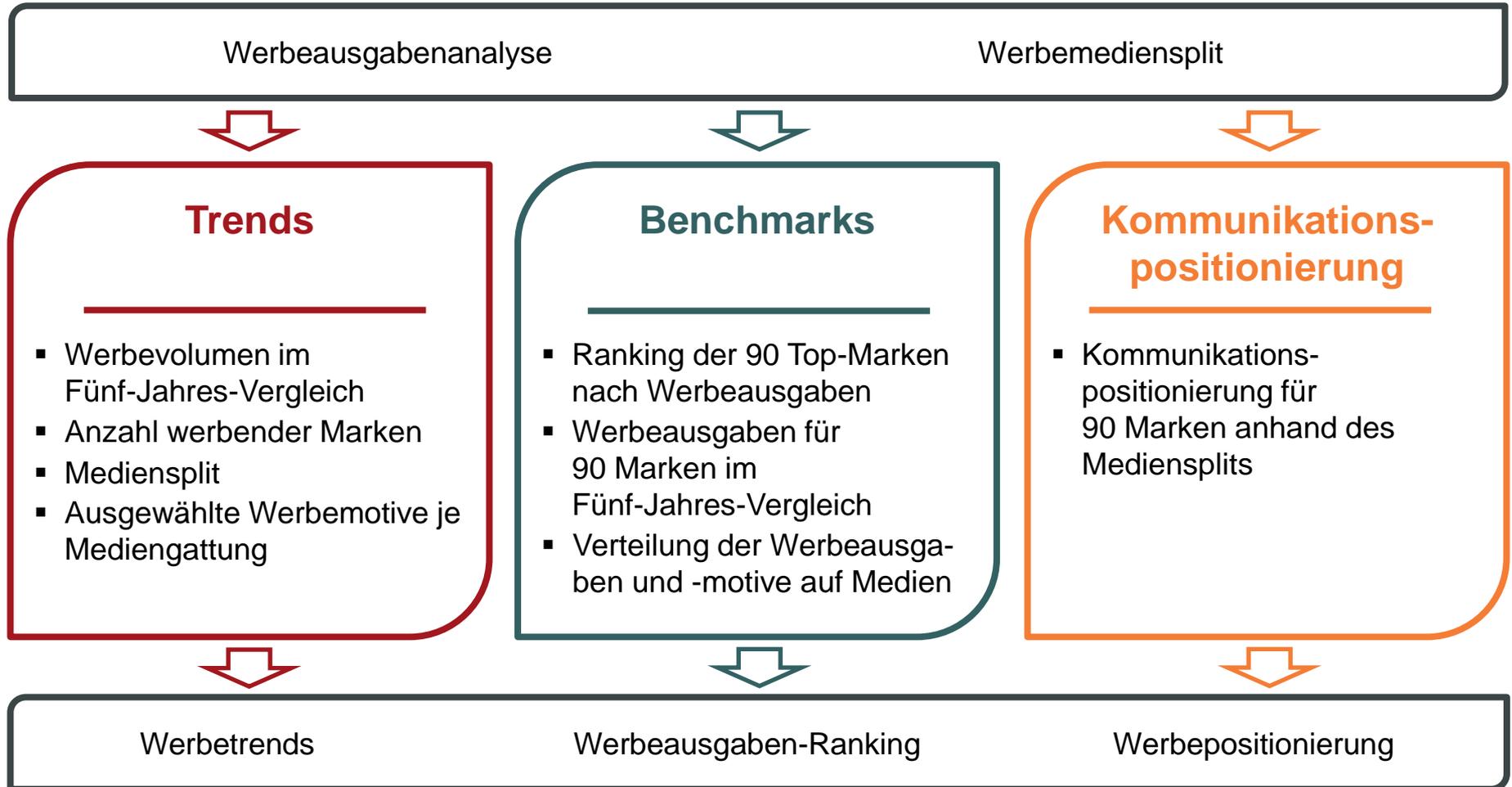
Nutzen: Analyse von Trends und Benchmarks ermöglichen
einen unmittelbaren Wettbewerbsvergleich

Im Detail analysierte Marken:

- Aboplus
- American Express
- Barclaycard
- Bunq
- Forum Blau
ABOCARD
- Lufthansa M.&M.
- Payback
- Rheinische Post
- Rheinland Card
- Visa
- + Spendings für
80 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 90 Marken im Fünf-Jahres-Vergleich
- Werbespendings für fünf Mediengattungen
- Positionierungsanalyse auf Basis Mediensplit für 90 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 55 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	25
▪ Werbeausgaben-Rankings	28
Share of Advertising der Top 10-Marken, Ranking der Top 90-Marken nach Werbevolumen, Ranking der Top 10/Low 10-Marken nach absoluter Werbedynamik	
▪ Entwicklung der Werbeausgaben der Top 10-Marken	42
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	48
Verteilung der Werbeausgaben und Werbemotive der Top 10-Marken auf die Mediengattungen in den letzten zwölf Monaten	
➤ Kommunikationspositionierung	50
Kommunikationspositionierung von 90 Marken auf Basis Mediensplit	
➤ Kontakt	54



Analysebeispiele (1)

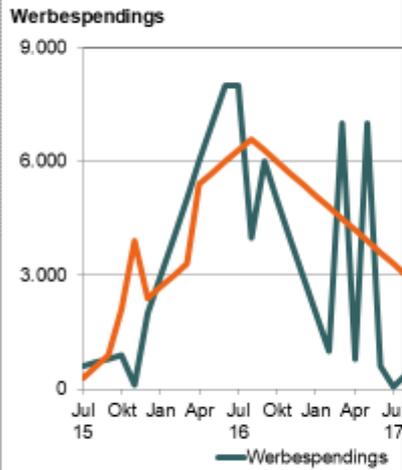
Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

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



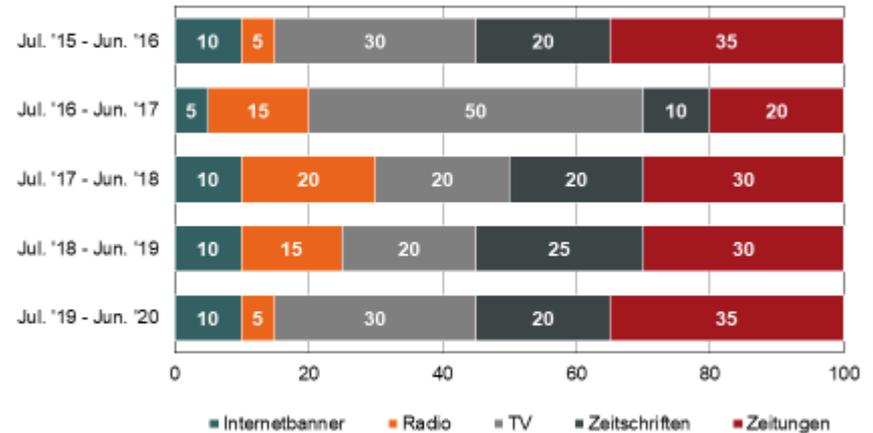
Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital



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
Karten 2020

Welche medialen Peaks zeigen sich im Jahresverlauf?

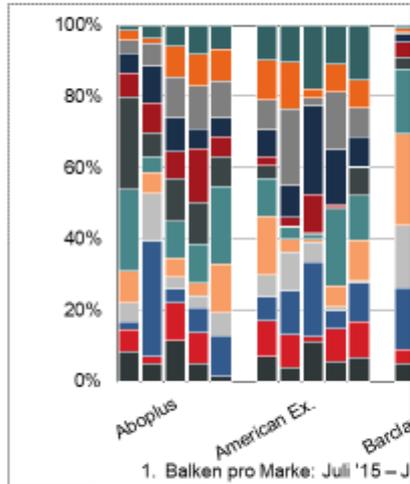
Analysebeispiele (2)

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

Rang	Marken	Jul. '15 – Jun. '16	Jul. '16 – Jun. '17
11	ARAL	1.000.000	9
12	Badische Zeitung	900.000	8
13	girocard	800.000	7
14	Glamour	700.000	6
15	Hessische/Niedersä.	600.000	5
16	Mannheimer Morgen	500.000	4
17	Mastercard	400.000	3
18	Sächsische Zeitung	300.000	2
19	Südwest Presse	200.000	1
20	ZAC Zeitungs-Abo-	100.000	9

Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

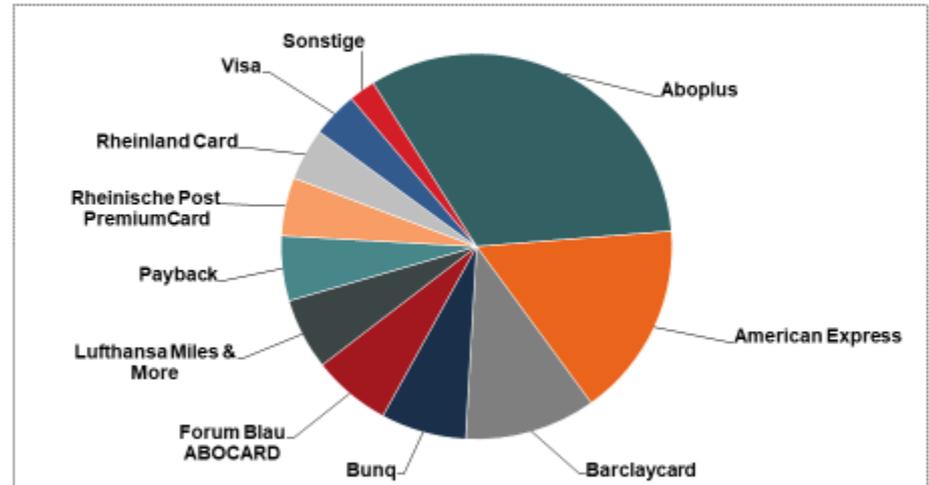


Welchen Werbedruck entfalten die Top 10-Marken?

Benchmarks

Werbeausgaben-Rankings

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



Quelle: Analysen durch research tools auf Basis AdVision digital

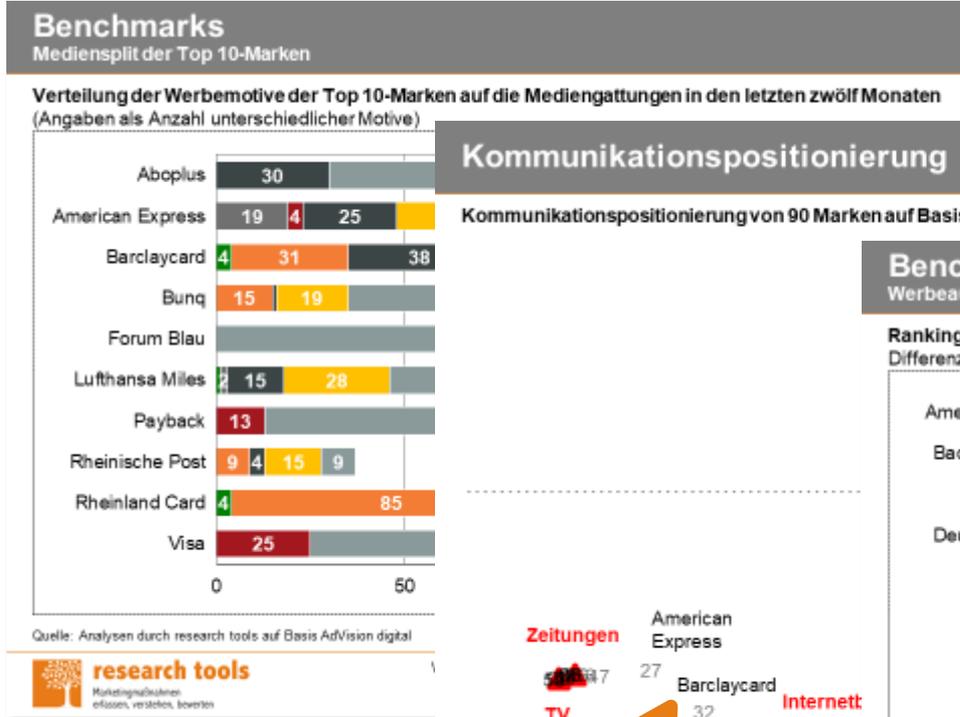


Werbemarktanalyse
Karten 2020

Welche Marken führen das Ausgabenranking an?

Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

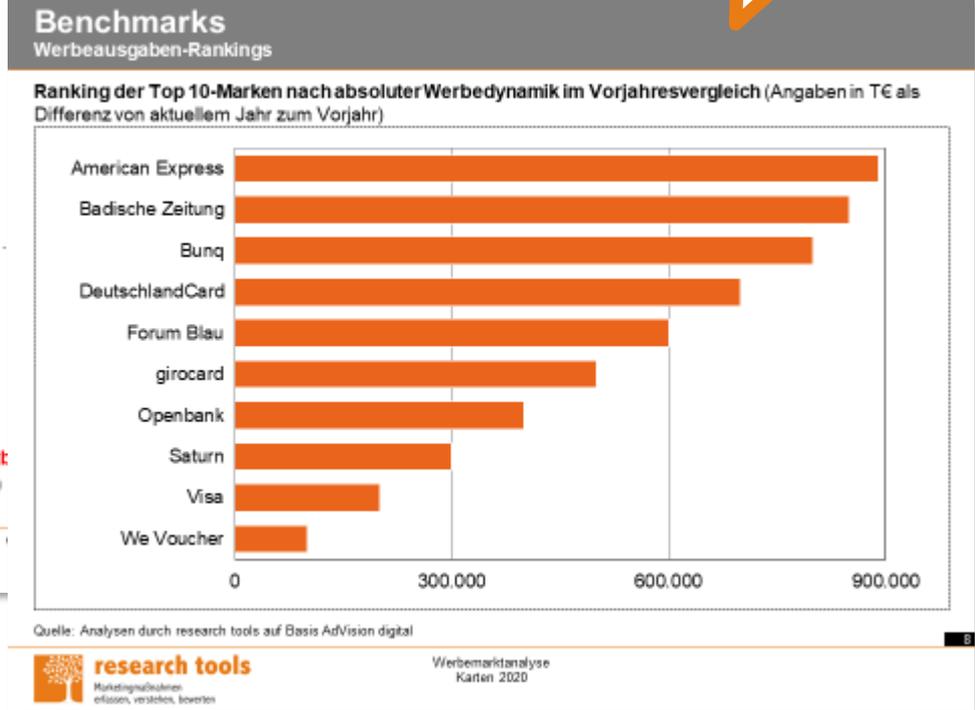


Kommunikationspositionierung

Kommunikationspositionierung von 90 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 Karten 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 Bankenbranche :

- Studie Bankzielgruppe Wertpapierbesitzer 2020
- Studie Vergleichsportale-Marketing Banken 2020
- Studie Paid Search Banken 2020
- Marketing-Mix-Analyse Baufinanzierung 2020
- Werbemarktanalyse Banken 2020
- Studie eVisibility 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.

