

Branchen-Modeling Finanzen

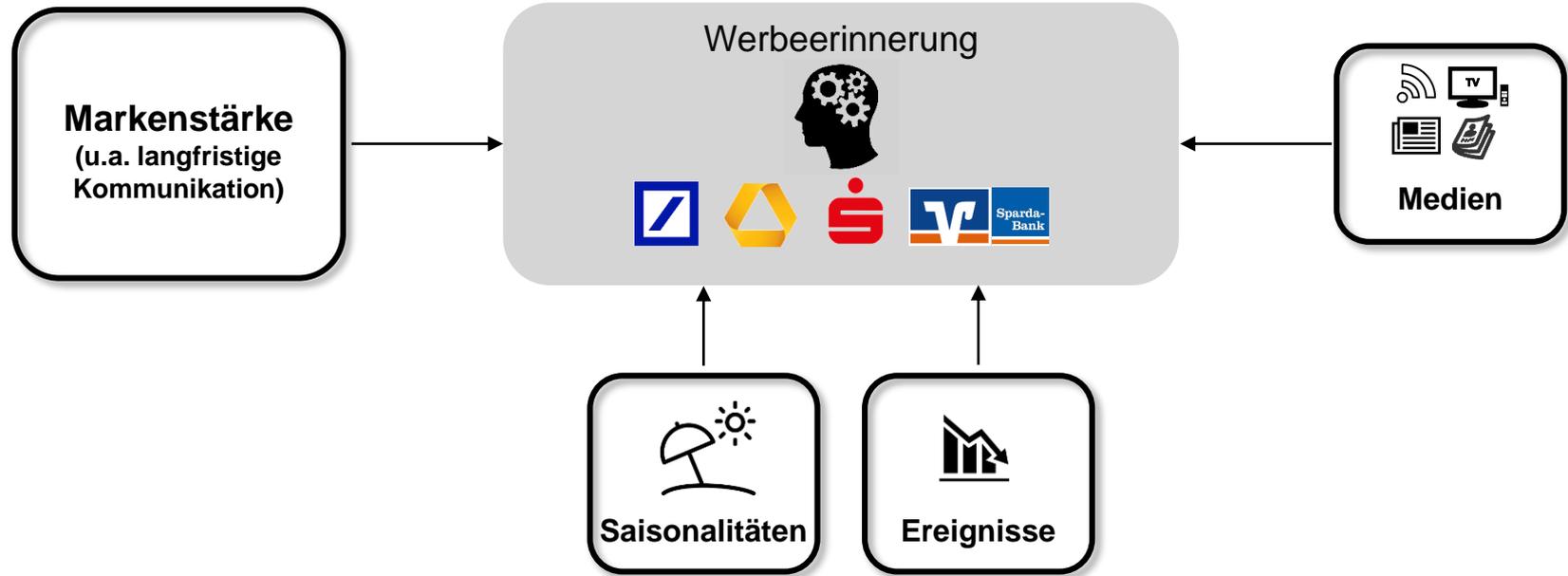


Überblick

1. Hintergrund
2. Exploration
 - a) Werbespendings
 - b) Werbeerinnerung
3. Werbekampagnen
4. Ergebnisse des Modelings

1. Hintergrund

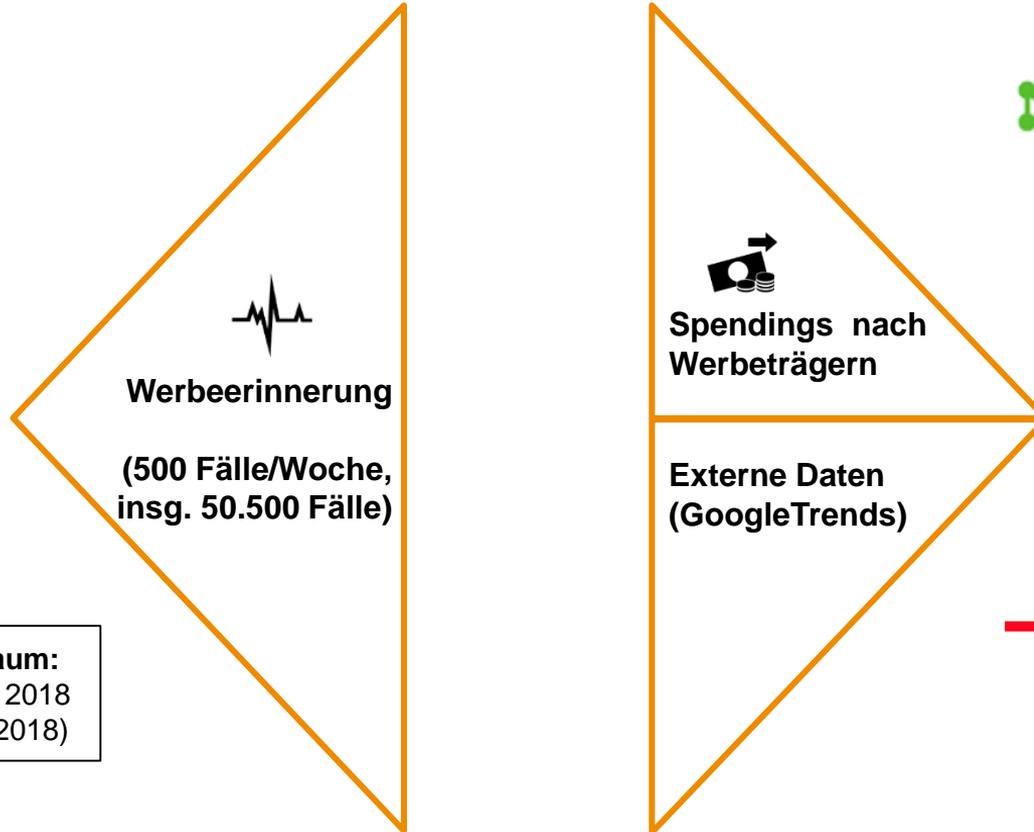
Warum Modeling?



Eine einfache Gegenüberstellung von Werbespendings und Werbeerinnerung lässt alle **anderen Faktoren** außer Acht. Das **Branchen-Modeling** nutzt mathematische Verfahren, um **Einflüsse zu trennen** und die Wirksamkeit der einzelnen Beiträge zu berechnen.

Datengrundlage

ZMG **Media** Monitor



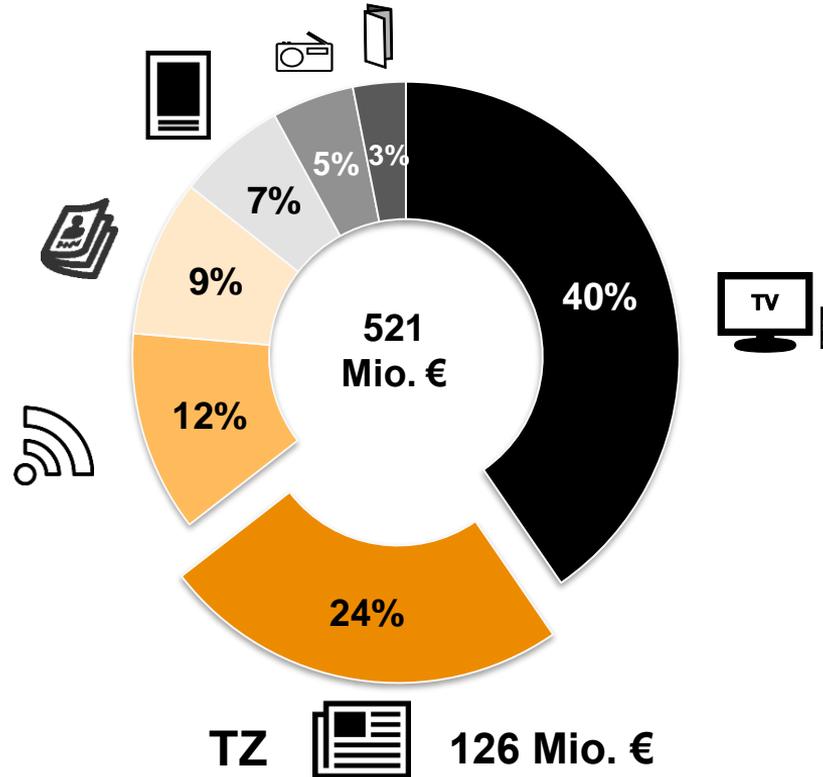
Untersuchungszeitraum:
März 2016 bis Februar 2018
(KW10/2016 bis KW8/2018)

2. Exploration

Werbespendings

Media Mix Finanzbranche

Vor allem in TV und TZ wird investiert

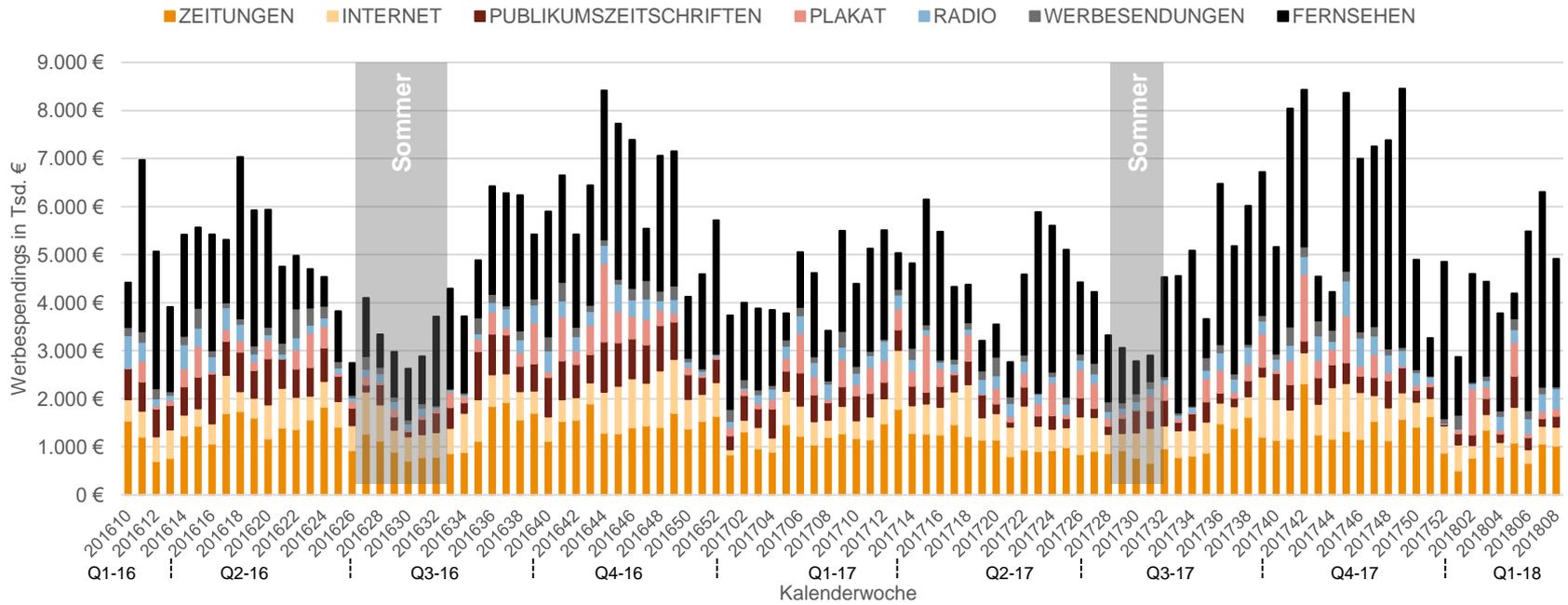


Quelle: Nielsen Media Research · Zeitraum: März 2016 – Februar 2018

Einbezogene Marken: Deutsche Bank, Sparkassen-Finanzgruppe, Commerzbank, Volks- und Raiffeisenbanken/Sparda-Banken

Werbespendings der Finanzbranche im Zeitverlauf

Rückgang der Spendings im Sommer

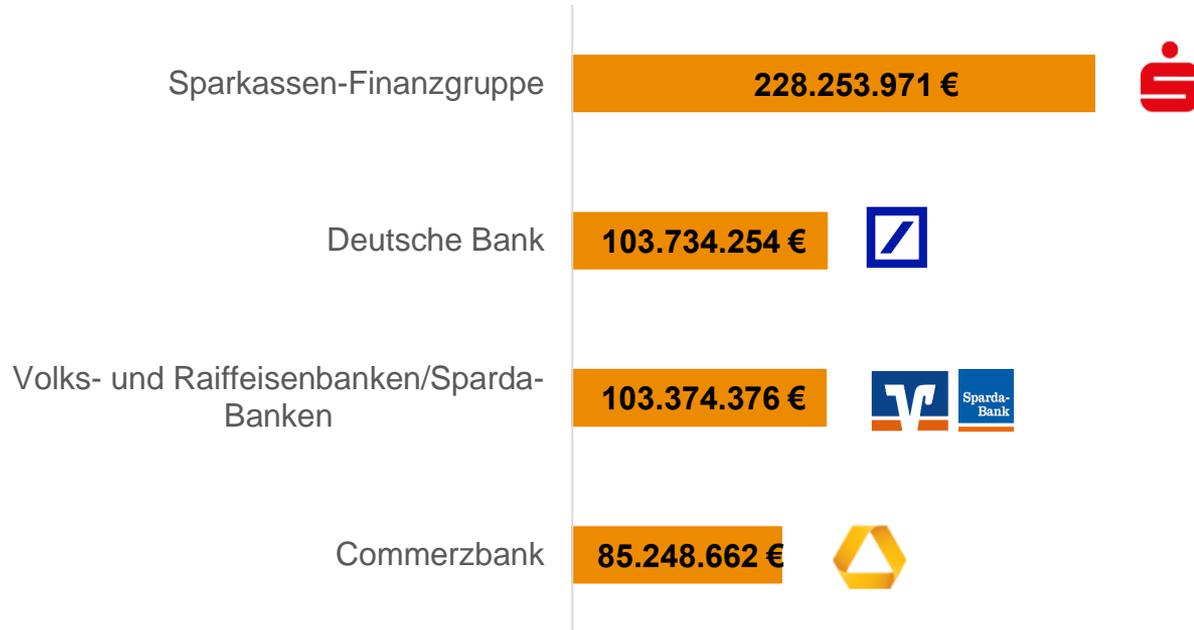


Quelle: Nielsen Media Research · Zeitraum: März 2016 – Februar 2018

Einbezogene Marken: Deutsche Bank, Sparkassen-Finanzgruppe, Commerzbank, Volks- und Raiffeisenbanken/Sparda-Banken

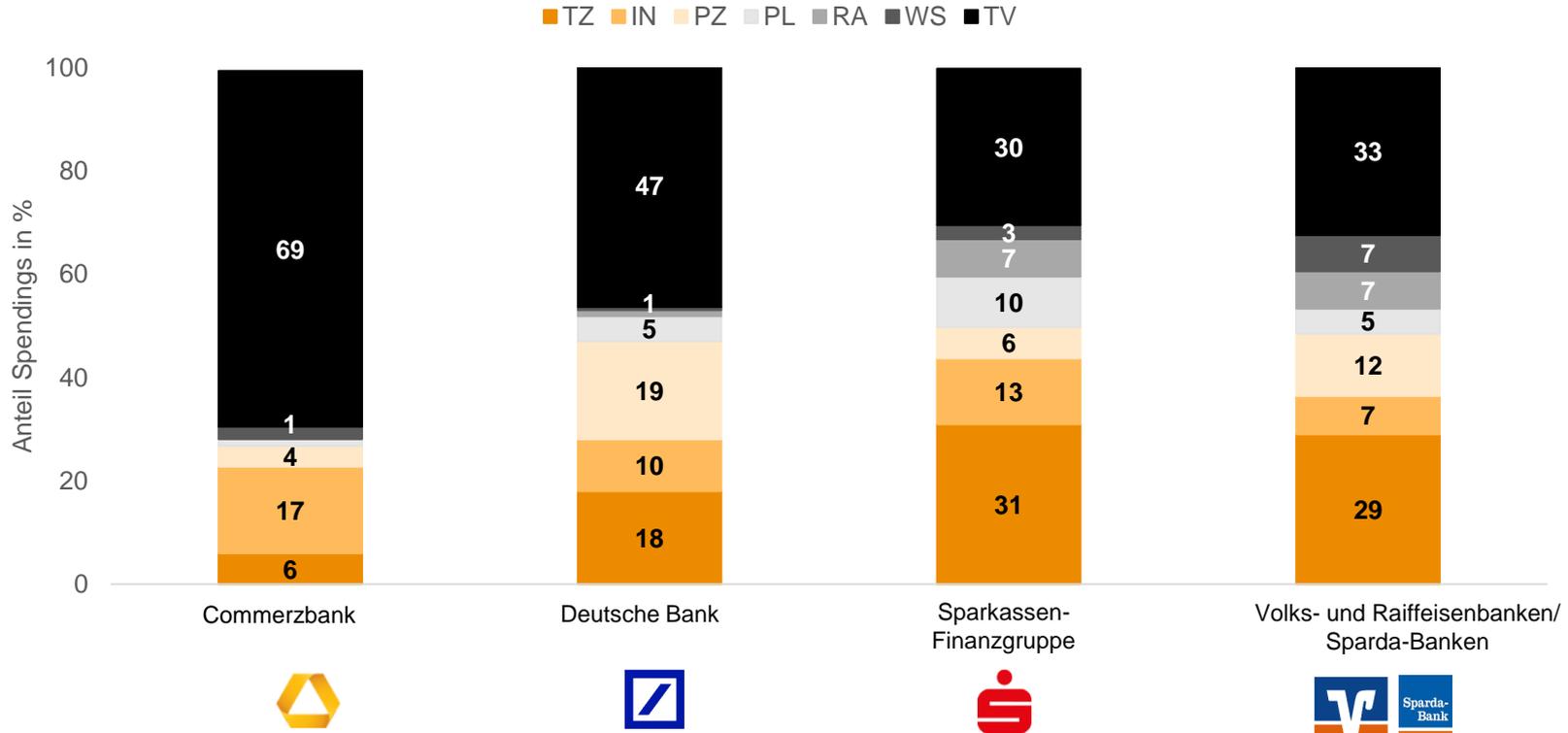
Absolute Spendings nach Marken

Sparkassen-Finanzgruppe ist Top-Spender



Media Mix nach Marken

Marken haben unterschiedlichen Media Mix

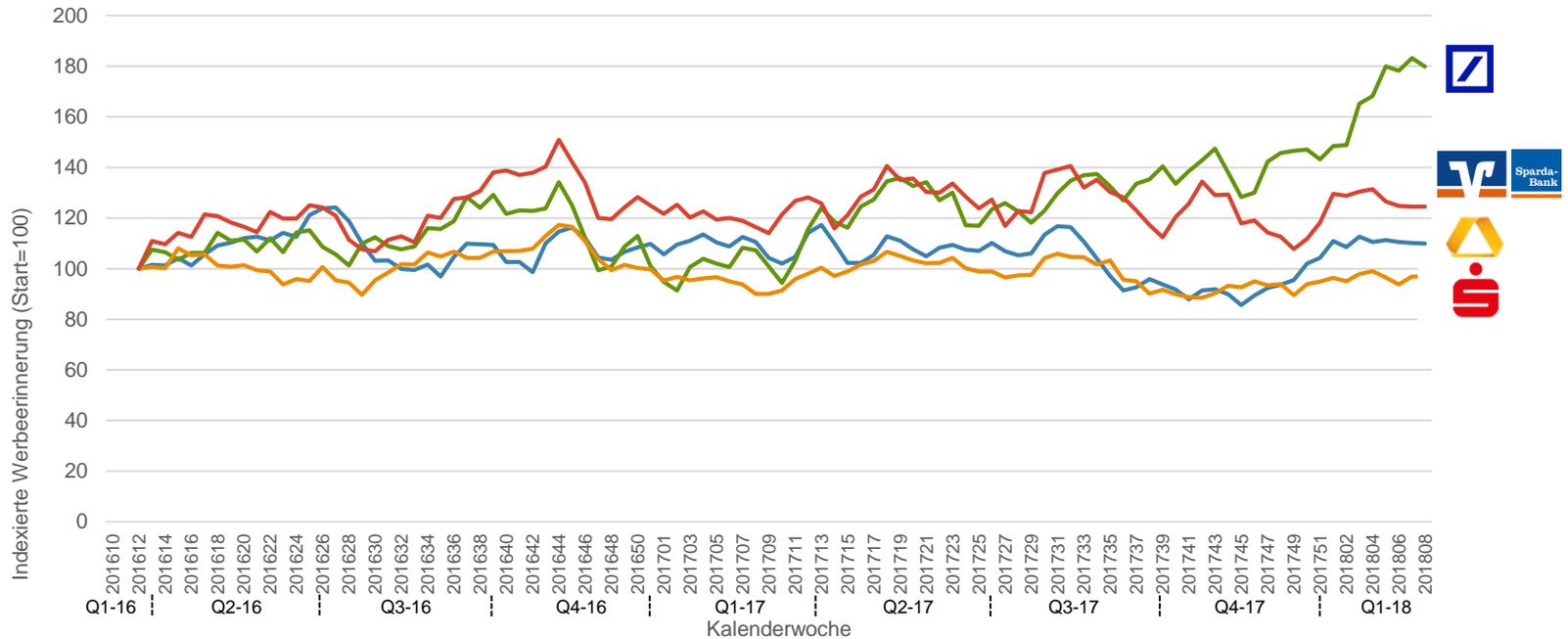


2. Exploration

Werbeerinnerung

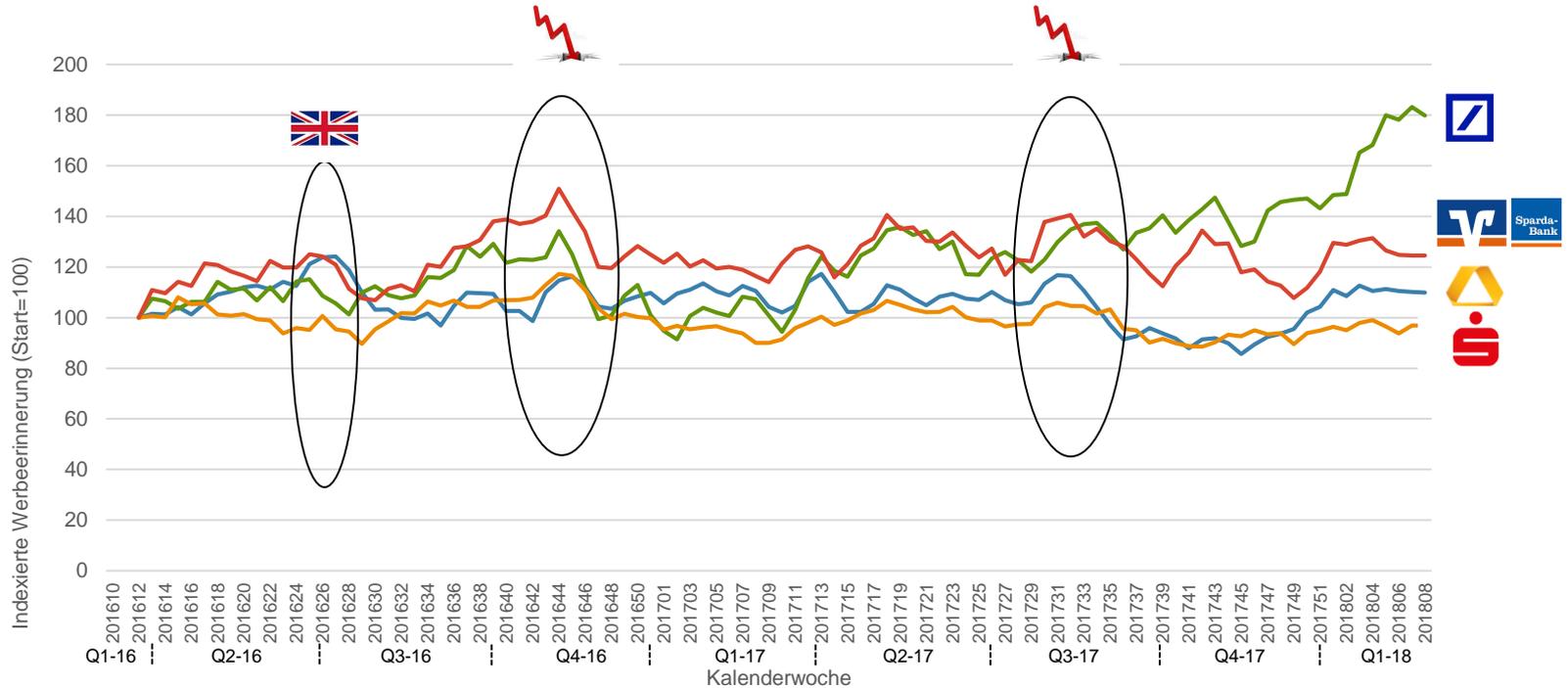
Indexierte Werbeerinnerung im Zeitverlauf

Deutsche Bank stärkster Anstieg der Werbeerinnerung



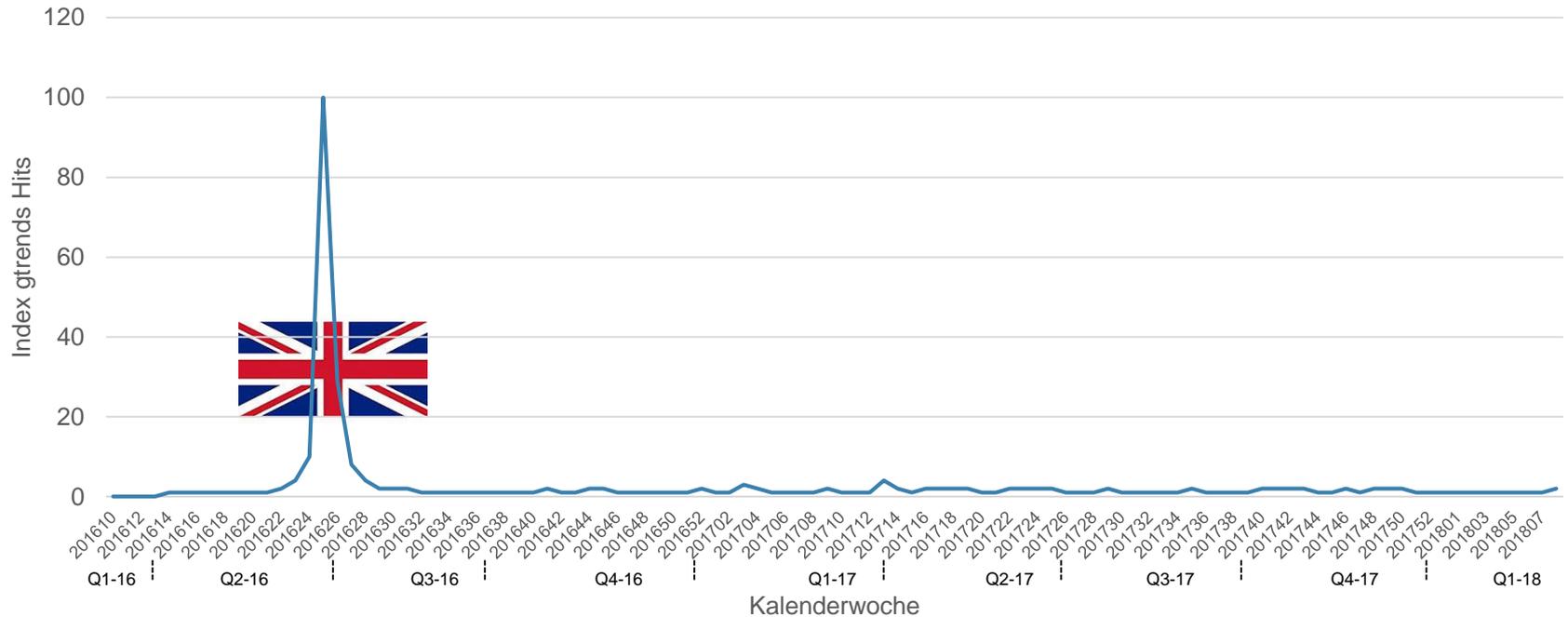
Indexierte Werbeerinnerung im Zeitverlauf

Externe Ereignisse haben Effekte



Exkurs - Externe Effekte auf die Werbeerinnerung: Brexit

Google Hits für Begriff „Brexit“



Exkurs - Externe Effekte auf die Werbeerinnerung: Krisen

Commerzbank & Deutsche Bank



Stresstest für Banken UPDATE 30.07.2016 17:16 Uhr

Deutsche Bank und Commerzbank gelten als anfällig 2)

Vor allem italienische Banken bekämen im Krisenfall Probleme, zeigt der Stresstest. Aber auch deutsche Institute schneiden nicht gut ab. Dabei ist der Test Kritikern noch nicht streng genug. VON CARLA MELIKHUS

Rakotzkiel 30.09.2016, 16:00 Uhr

Deutsche-Bank-Aktien im freien Fall 1)

Anleger hatten wohl darauf gehofft, dass die Deutsche Bank Staatshilfen wegen der Milliardenstrafe in den USA erhält. Die Bundesregierung weist dies zurück.

Frankfurter Allgemeine 3) Aktien

2.442,99 -0,26% DAX 11.776,30 -0,27% EURO Stoxx 50 1.174 -0,43% DOW JONES 21.263,41 -0,38% ALEX INDEX

KEIN MILLIARDENGEWINN
Commerzbank-Aktienkurs fällt um mehr als 8 Prozent
 AKTUALISIERT AM 02.08.2016 - 11:53

QUARTALSZAHLEN

Katerstimmung bei Deutsche-Bank-Aktionären 4)

Die Deutsche Bank hat im zweiten Quartal 2017 mehr verdient als von Analysten erwartet. Doch Bankchef Cryan zeigt sich unzufrieden. Die Aktionäre auch. Mit einem Minus von 6,5 Prozent war die Aktie Schlusslicht im Dax.

DEUTSCHE GROSSBANK

Commerzbank schreibt rote Zahlen 5)

AKTUALISIERT AM 02.08.2017 - 08:45

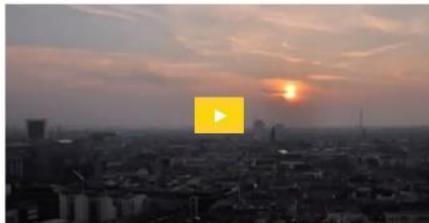
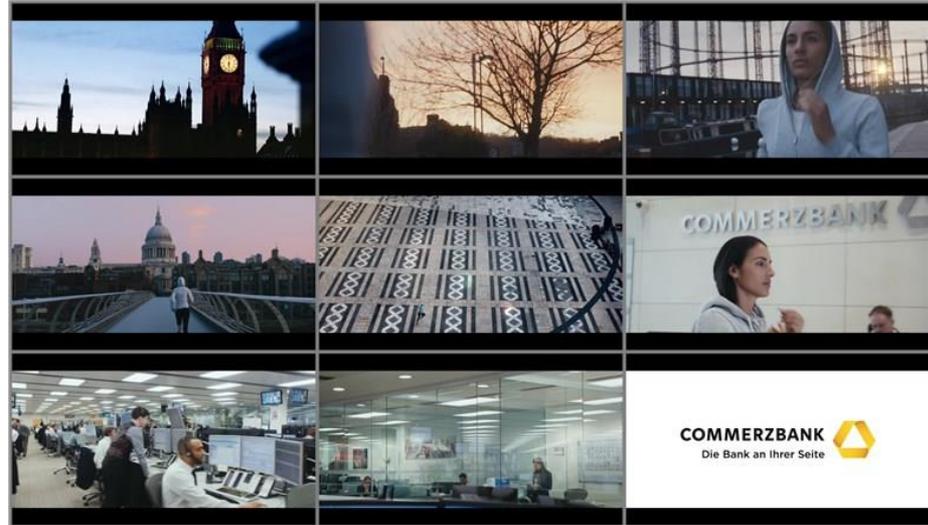


Quelle: 0) <https://www.finanzen.net/aktien> 1) <https://www.tagesspiegel.de/wirtschaft/rekordtiefer-deutsche-bank-aktien-im-freien-fall/14602322.html> 2) <https://www.tagesspiegel.de/wirtschaft/stresstest-fuer-banken-deutsche-bank-und-commerzbank-gelten-als-anfaellig/13948926> 3) <http://www.faz.net/aktuell/finanzen/aktien/commerzbank-aktienkurs-faellt-um-mehr-als-8-prozent-14368309.html> 4) <https://www.handelsblatt.com/finanzen/banken-versicherungen/quarterlszahlen-katerstimmung-bei-deutsche-bank-aktionaeren/20113012.html> 5) <http://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/unternehmen/deutsche-grossbank-commerzbank-schreibt-rote-zahlen-15133047.html> (Abruf: 9.8.18)

3. Werbekampagnen

Commerzbank: „Die Bank an Ihrer Seite“

Seit 2012 - Rückkehr zu altem Markenauftritt



Werbeausgaben: 85,2 Mio.€

Deutsche Bank: Abschied von „Leistung aus Leidenschaft“

Neue Markenkampagne ab Mitte 2017

Werbeausgaben: 103,7 Mio.€



Sparkassen-Finanzgruppe : "Einfachheit" ist das zentrale Thema

Seit 2016 neuer Markenauftritt / regionale Markenauftritte



Wohlfühlen ist einfach.

sparkasse-leipzig.de

Wenn man eine Baufinanzierung der Sparkasse Leipzig hat:

Effektiver Jahreszins ab 1,05 %, Sollzinssatz anfangsfix gebunden ab 1,02 % p.a., zzgl. Grundschuldeneintragungs- und Gebäudeversicherungskosten, für Nettodarlehensbeträge ab 180.000 Euro, grundpfandrechtlich gesichertes Darlehen Sparkasse Leipzig, Humboldtstrasse 25, 04109 Leipzig

Sparkasse Leipzig



28

26

13

11

09

03

Will die Sparkassen und Landesbanken den Motor unserer Wirtschaft am Laufen halten.

Brummen ist einfach.

Spezial für die Deutsche Wirtschaftskammer Nr. 1



Schlafen ist einfach.

Vieles im Leben ist einfach, wenn man den passenden Finanzpartner hat.

Jetzt entdecken

Werbeausgaben: 228,3 Mio.€

Volksbanken/Raiffeisenbanken: „Jeder Mensch hat etwas, was ihn antreibt“ - seit 2009 „Antriebskampagne“ / regionale Markenauftritte



Wir müssen wollen
reden zuhören.

Jetzt
genossenschaftlich
beraten lassen!

Jeder Mensch hat etwas, das ihn antreibt.

Wir machen den Weg frei.

Ehrlich, verständlich und glaubwürdig. Willkommen bei der Genossenschaftlichen Beratung - der Finanzberatung, die erst zuhört und dann berät. Entdecken Sie Ihre Ziele und verwirklichen Sie Ihre Wünsche mit uns an Ihrer Seite. Was uns ausmacht, erfahren Sie in Ihrer Filiale oder unter vr.de

Volksbanken
Raiffeisenbanken



Jeder Mensch hat etwas, das ihn antreibt.

Wir machen den Weg frei.

paydirekt
Sicher online
bezahlen

vr.de

Volksbanken
Raiffeisenbanken



Ist Geld anlegen
ohne Zinsen
nicht wie
Kämmen ohne Haare?

Jeder Mensch hat etwas, das ihn antreibt.

Wir beraten Sie gern.

Geld anlegen im Fest- oder Tagesgeld zu 0%? Unsere Empfehlung: Sparchen. Sie mit uns über Alternativen, die sich besser für Sie rechnen.

Verleihen Sie am besten direkt einen persönlichen Beratungstermin in einer unserer Filialen oder besuchen Sie uns unter www.hamburger-volksbank.de. Sie haben Fragen? Rufen Sie uns an: [Tel: +49 431 2091 00](tel:+49431209100).

Man bewegt sich.

Werbeausgaben: 103,4 Mio.€

Zusammenfassung: Wichtige Entwicklungen

Sparkassen-Finanzgruppe und die Genossenschaftsbanken haben deutlich höhere TZ-Spendings als private Banken, die mehr in TV investieren.

Deutsche Bank erhöht Werbevolumen in TV ab 2017 massiv.

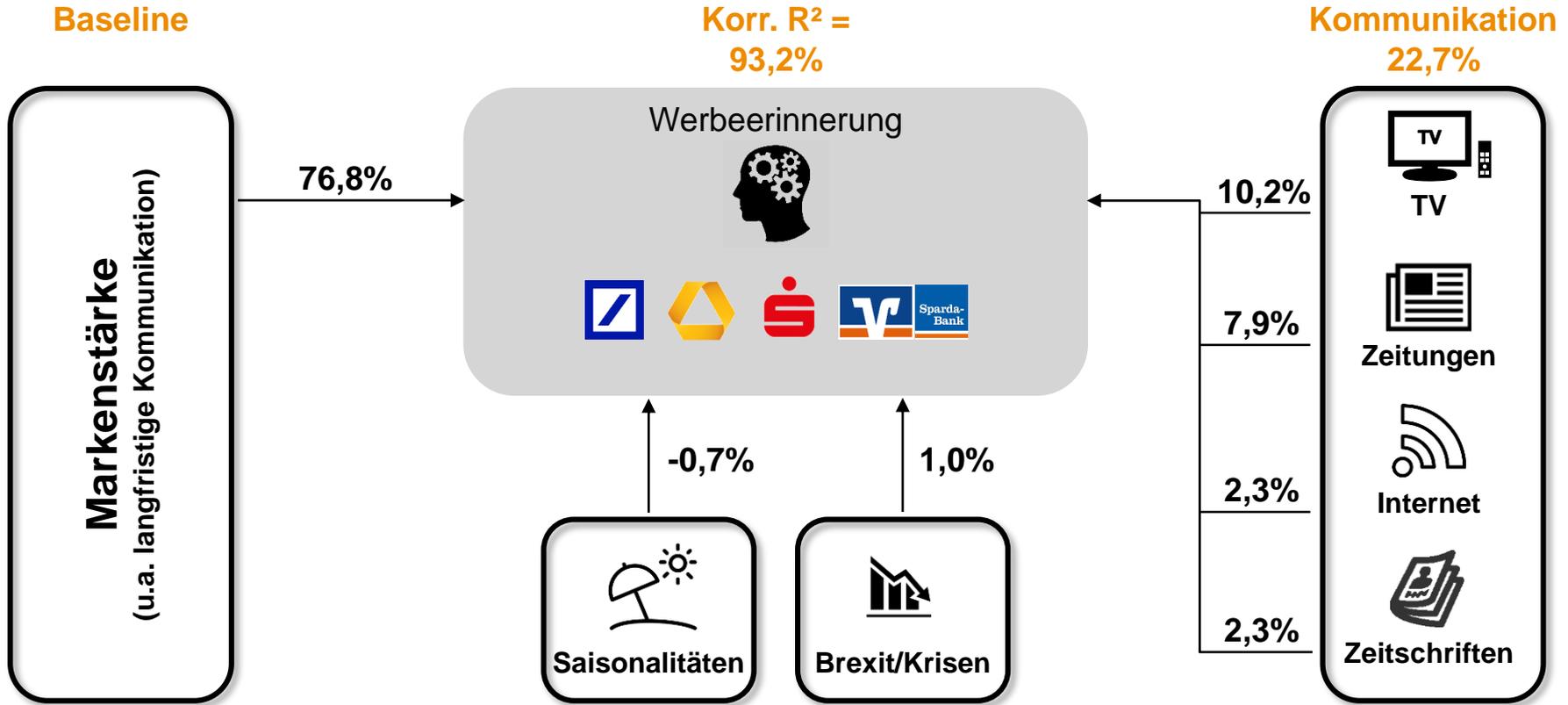
Deutsche Bank und Genossenschaftsbanken können Awareness merklich steigern, Sparkassen-Finanzgruppe und Commerzbank nicht.

Sparkassen-Finanzgruppe und Commerzbank sind „starke“ Marken mit hoher Werbeerinnerung.

Saisonalitäten und externe Faktoren (Brexit, Krisen) zeigen deskriptiv einen Effekt auf die Werbeerinnerung.

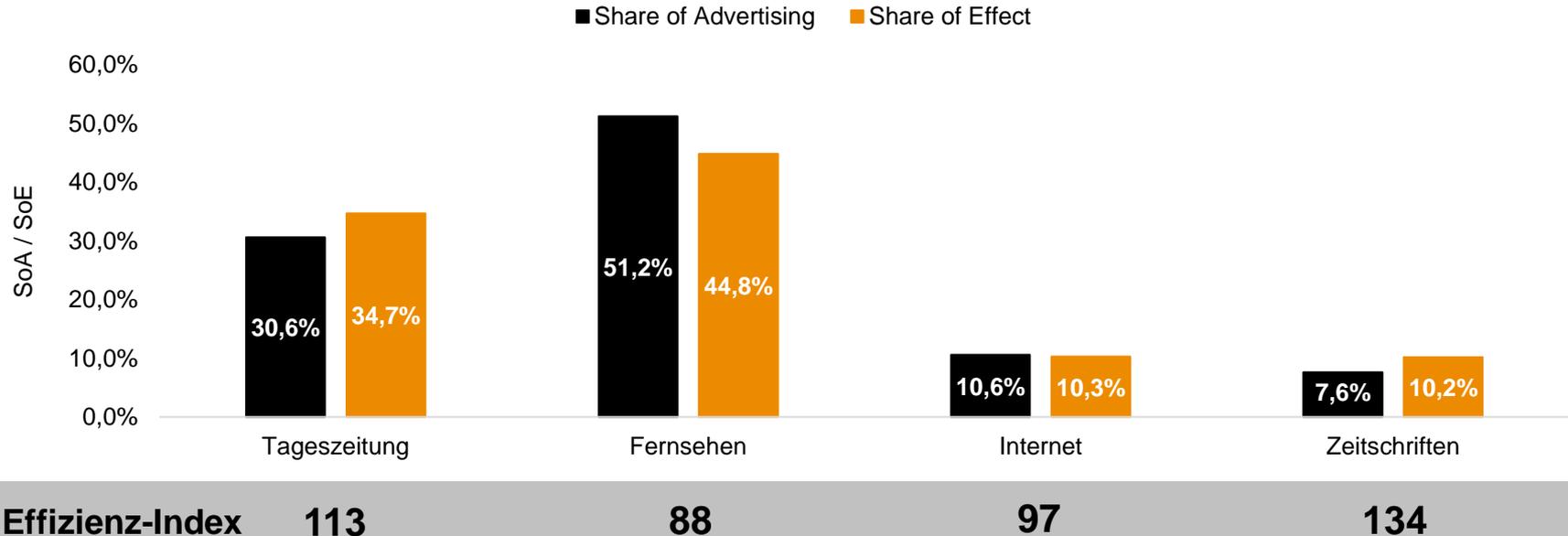
4. Ergebnisse des Modelings

Einflussfaktoren in der Übersicht



Effizienz-Index

Verhältnis: eingesetzter Share zu erreichtem Effekt



Kontakt

Bei Fragen wenden Sie sich bitte an:

Alexander Potgeter

Leitung Forschung

Prokurist / Mitglied der Geschäftsleitung

Tel.: 069/97 38 22-33

potgeter@zmg.de

Grit Rother

Projektleitung Forschung

Tel.: 069/97 38 22-66

rother@zmg.de