

## Aus der Marken- und Werbeforschung

### Online-Werbeschaltung: Citibank an der Spitze

Im Internet werben 97 Filial- und Direktbanken für ihre Retail-Produkte. Dabei beauftragen sie Online-Werbeschaltungen mit einem Mediawert-Volumen von 14 Millionen Euro. Das hat die W3Scan S&P, Hamburg, ermittelt. Der Wert beinhaltet allein die Kosten für die Schaltung; das Entwerfen und Erstellen der Werbemittel muss von den Unternehmen separat bezahlt werden.

Die Top-Position des Banken-Rankings nimmt entgegen aller Erwartungen keine Direktbank, sondern die Citibank ein: Die von ihr geschalteten Online-Werbemaßnahmen haben einen Wert von 1,77 Millionen Euro. Knapp dahinter rangiert die Comdirect Bank, deren gebuchte Online-Anzeigen ein Mediawert-Volumen von 1,68 Millionen Euro haben. Die Cortal Consors, mit der sich die Comdirect in vielen Bereichen misst, beauftragt ein im Vergleich dazu recht niedriges Volumen von 1,07 Millionen Euro.

Auf Platz drei des Rankings steht die herstellergebundene Autobank von BMW mit 1,46 Millionen Euro Online-Mediawert-Volumen. Als einziges weiteres Institut dieser Art rangiert die VW-Bank mit einem deutlich kleineren Volumen von 407 000 Euro auf Platz zehn.

Vergleicht man die Volumina, die von den Finanzdienstleistern investiert werden, mit den Ausgaben anderer Unternehmen, erscheinen die Summen noch gering. Ebay beispielsweise schaltet Online-Werbemaßnahmen mit einem Gegenwert von 9,8 Millionen Euro.

Das Internet-Auktionshaus führt das Gesamt-ranking an. Dahinter rangieren Arcor (6,06 Millionen Euro), Tipp 24 (4,12 Millionen Euro) und Renault Nissan (4,03

Millionen Euro). Insgesamt geben die Top 100 der online werbenden Unternehmen ungefähr 454 Millionen Euro für Online-Schaltungen aus.

In dem Gesamt-ranking aller deutschen Unternehmen, die online werben, nimmt die Citibank als erste Bank den Platz 28 ein. Die Fondsgesellschaften sind insgesamt eher schwach vertreten: Im Gesamt-

ranking rangiert Fidelity (1,62 Millionen Euro) als erste Gesellschaft auf Platz 34, dann folgt erst wieder auf Rang 90 eine Fondsgesellschaft, die Pioneer (755 000 Euro).

Als erste Versicherung taucht auf Platz 68 die Asstel mit einem Volumen von 950 000 Euro auf, die Cosmos Versicherung (774 000 Euro) kommt auf Rang 88.

### Top 25 Banken (Kosten für Online-Werbeschaltungen)

	Kosten für Online-Werbeschaltungen
Citibank Privatkunden AG & Co. KGaA, Düsseldorf	1 773 319
Comdirect Bank AG, Quickborn	1 678 064
BMW Bank GmbH, München	1 456 081
Cortal Consors S.A., Nürnberg	1 070 623
Ing-Diba AG, Frankfurt am Main	1 020 519
Sparkassen-Finanzportal GmbH, Berlin	709 951
Deutsche Kreditbank AG, Berlin	483 719
1822 direkt GmbH, Frankfurt am Main	477 812
Deutsche Postbank AG, Bonn	419 695
Volkswagen Bank GmbH, Braunschweig	406 973
Direkt Anlage Bank, München	402 959
Sparkassen- und Giroverband Hessen-Thüringen, Frankfurt am Main	312 095
Deutscher Sparkassen- und Giroverband e.V., Berlin	299 558
VR-Networld GmbH, Bonn	271 074
SEB AG, Frankfurt am Main	238 851
Deutsche Bank AG, Frankfurt am Main	242 905
DGZ Dekabank GmbH, Frankfurt am Main	217 550
Dresdner Bank AG, Frankfurt am Main	227 254
Santander Consumer Bank AG, Mönchengladbach	204 735
Dekabank Deutsche Girozentrale, Frankfurt am Main	189 261
Credit Suisse Deutschland AG, Frankfurt	170 006
BBBank eG, Karlsruhe	161 059
Finansbank N.V. Deutschland, Frankfurt am Main	139 196
Bank1Saar eG, Saarbrücken	113 097
BHF-Bank AG, Frankfurt am Main	106 315
Sparkassen- und Giroverband für Schleswig-Holstein, Kiel	98 618

Quelle: W3Scan Sappelt & Partner