

Aus der Marken- und Werbeforschung

Commerzbank und Deutsche Bank verlieren Werbeerinnerung

Die Werbeinvestitionen von Deutsche Bank und Commerzbank sind im Jahr 2010 wirkungslos geblieben, so die Werbewirkungsstudie Niko-Index der Niko Media Research GmbH, Frankfurt am Main. Hatten sich im Januar 2010 noch 27 Prozent der Befragten an die Werbung der Deutschen Bank erinnert, so waren es im Oktober nur noch 22 Prozent. Bei der Commerzbank fiel der Verlust noch um einen Prozentpunkt kräftiger aus. Hier sank die Werbeerinnerung von 29 Prozent im Januar auf 23 Prozent im Oktober.

Bei der Deutschen Bank wird diese Entwicklung mit dem diskontinuierlichen Einsatz der Werbeausgaben im ersten Halbjahr 2010 erklärt. Erst ab Juli 2010 sei stetiger geworben worden, was aber die rückläufige Entwicklung bei der Werbeerinnerung nicht mehr stoppen konnte.

Bei der Commerzbank wird der im Printbereich gesetzte Schwerpunkt der im Juni gestarteten Markenkampagne für den Rückgang der Werbeerinnerung verantwortlich gemacht. Auch Mitarbeiter-Testimonials

sowie die Werbung mit erstklassiger Beratung bei gleichzeitiger Veröffentlichung negativer Ergebnisse von Bankentestern (Stiftung Warentest und Capital) dürfte der Werbewirkung geschadet haben.

Wintersport: Biathlon und Skispringen am beliebtesten

Biathlon und Skispringen sind diejenigen Sportarten, die sich der größten Aufmerksamkeit erfreuen. Mehr als ein Viertel der Befragten haben einer Studie von Market-agent.com zufolge daran großes oder sehr großes Interesse. Bei den Männern liegen die Quoten sogar bei 30,0 (Biathlon) beziehungsweise 28,3 Prozent (Skispringen). Allerdings gibt es hier regionale Unterschiede. So interessiert der alpine Skisport in Bayern ein Viertel der Befragten, in Schleswig-Holstein, Niedersachsen, Hamburg und Bremen dagegen nur 8,8 Prozent.

Für Sponsoren, die sich in erster Linie an Frauen richten wollen, bietet sich ein Engagement im Eiskunstlauf an. Diese Sportart kommt unter den zehn untersuchten Sportarten mit 20,0 Prozent der Nennungen auf den vierten Platz. Bei den

Frauen ist Eiskunstlaufen jedoch der beliebteste Wintersport (24,6 Prozent gegenüber 7,4 Prozent bei den Männern). Jugendliche zwischen 14 und 19 Jahren interessieren sich vor allem für Snowboarding (40 Prozent).

Bekannteste Wintersportler sind der Studie zufolge der Skispringer Martin Schmitt (15,8 Prozent), die Biathletin Magdalena Neuner (10 Prozent) und die vor kurzem zurückgetretene Eisschnellläuferin Anni Friesinger (7,8 Prozent), obwohl deren Disziplin unter den zehn untersuchten Sportarten den letzten Rang belegt und nur 14,2 Prozent der Befragten interessiert, während 41 Prozent dem Eisschnelllauf nichts abgewinnen können. Auf Rang vier und fünf der bekanntesten Wintersportler stehen zwei weitere nicht mehr Aktive: die Biathletin Kati Wilhelm (7,2 Prozent) und der Skispringer Sven Hannawald (6,6 Prozent).

Mehr als die Hälfte der Studienteilnehmer (53,2 Prozent) spricht den Wintersportlern eine Vorbildwirkung zu. Transportierte Werte sind in erster Linie Disziplin, Tatkraft, Herausforderung/Mut, Gemeinschaftssinn/Teamgeist, die Einhaltung von Regeln, Freude und Stärke.