



## Online-Broker performen besonders mit Social Media

**Fokussieren sich Online-Broker in ihrem Marketing-Mix besonders stark auf digitale Maßnahmen? Laut einer Analyse von zehn besonders marketing-aktiven Online-Brokern punkten sie besonders stark im Bereich Social Media. Überraschend viel Luft nach oben zeigt sich im Bereich des SEO-Marketings.**

Vergleichsportale werden meist zu Beginn eines Entscheidungsprozesses aufgesucht und eine gute Präsenz kann durchaus einen Wettbewerbsvorteil verschaffen. Die Online-Broker sind hier in durchschnittlich 13,4 der 20 analysierten, produktspezifischen Vergleichsportale vertreten und erreichen somit einen Abdeckungsgrad von 67 Prozent. Sechs der zehn Anbieter sind in den Vergleichen mindestens einmal an erster Stelle gelistet. Die insgesamt beste Performance in Vergleichsportalen zeigen [Consorsbank](#) sowie [finanzen.net zero](#).

Überraschend deutliches Potenzial ergibt sich im Bereich des Suchmaschinenmarketings. Analysiert wurden hierbei die beiden Suchmaschinen Bing und Google mit jeweils fünf relevanten Suchbegriffen. Bei der organischen Suchergebnislistung erreichen von somit 100 möglichen Listungen nur zwei Online-Broker zu jeweils lediglich einem Suchbegriff eine Platzierung auf der ersten Ergebnisseite.

Auf den folgenden neun Suchergebnisseiten finden sich fünf weitere Anbieter mit Listungen, drei Online-Broker sind erst jenseits der zehnten Ergebnisseite gelistet. Mittels Paid Search lässt sich die Chance zur Auffindbarkeit erhöhen. Die beste Quote mit sechs werbenden Anbietern ergibt sich beim Suchbegriff ETF, zum Suchbegriff Online Brokerage werden

Anzeigen von fünf Anbietern gelistet. Über beide Bereiche des Suchmaschinenmarketing hinweg zeigt sich [ING](#) mit bester Präsenz.

Aus den Möglichkeiten des Digital Marketing bedienen sich die Anbieter in unterschiedlicher Weise. Über alle Ergebnisse der Marketing-Mix-Analyse hinweg platzieren sich [comdirect](#), [ING](#) und [JustTrade](#) als Branchenbenchmark in jeweils mindestens einem der vier Mix-Bereiche Product, Price, Place, Promotion.

### Über die Studie:

Die ‚Marketing-Mix-Analyse Online-Broker 2022‘ von [research tools](#) gibt auf 423 Seiten Einblick in das Marketingverhalten der zehn berücksichtigten Anbieter comdirect, Consorsbank, eToro, finanzen.net zero, flatex, ING, justTRADE, [S Broker](#), [Scalable Capital](#), [Trade Republic](#). Analysiert wurden die vier Marketing-Ps Product, Price, Place, Promotion. Stärken-Schwächen-Analyse und Marketing-Ranking führen sämtliche Ergebnisse zusammen und eine statistische Marketing-Positionierung visualisiert die Ergebnisse.

[Weitere Informationen zur Studie gibt es hier.](#)

Versicherungs- und Finanznachrichten

# expertenReport



<https://www.experten.de/id/4925575/online-broker-performen-besonders-in-den-social-media/>