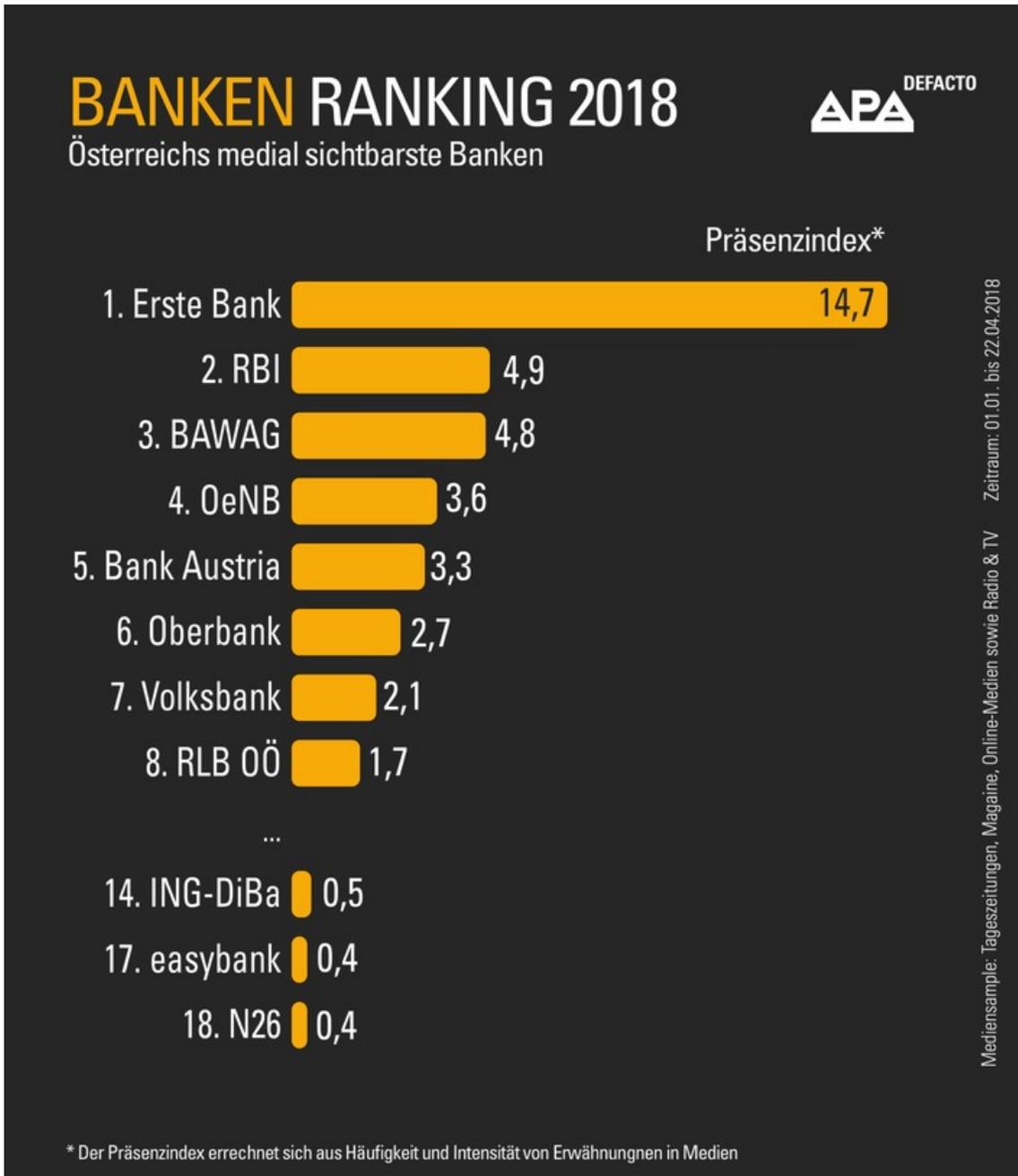


02.05.2018 - 13:30 Uhr

## DeFacto Banken-Ranking: Sportsponsoring bringt hohe Medienpräsenz - GRAFIK



APA-DeFacto analysierte Medienpräsenz österreichischer Bankhäuser - Größere Banken in Medien stärker vertreten - Fintech-Hype schlägt sich noch nicht auf Sichtbarkeit nieder

Wien (ots) - Österreichs Banken sind in heimischen Medien präsent, häufiger jedoch durch ihr Sportsponsoring als auf den Wirtschaftsseiten. Paradebeispiel dafür ist die Erste Bank (und Erste Group), die die intensivste Berichterstattung aller Finanzinstitute verzeichnet, davon aber mehr als die Hälfte durch das Sponsoring der Erste Bank Eishockey Liga (EBEL) generiert. Dies zeigt das aktuelle Banken-Ranking von APA-DeFacto, der auf Medienbeobachtung und Media Intelligence spezialisierten Tochter der APA - Austria Presse Agentur.

Die Erste Bank kommt mit einem Präsenzindex (Anzahl der Nennungen in Medien in Relation zur Gesamtberichterstattung und gewichtet nach der Intensität der Nennung) von fast 15 auf die dreifache Sichtbarkeit wie RBI und BAWAG, die mit jeweils knapp 5 Punkten auf den Rängen zwei und drei folgen. Alle drei profitieren als börsennotierte Unternehmen auch von der regelmäßigen Quartalsberichterstattung.

Grundsätzlich zeige sich: Je größer die Bank, desto sichtbarer ist sie. Um Start-ups im Finanzbereich gebe es zwar einen Hype und

der Umbruch mit der Digitalisierung sei zweifellos in vollem Gange, aber die Wirtschaftsberichterstattung mache meist nur einen kleinen Teil der medialen Wahrnehmung aus, relativiert das DeFacto Banken-Ranking. In einem kleineren Maßstab ist die Denizbank ein prägnantes Beispiel: Sie ist selten in den Medien, dabei aber zu 86 Prozent im Zusammenhang mit der von ihr gesponserten DenizBank Austrian Volley League (AVL) und damit auf den Sportseiten.

"Sportsponsoring in der Bankenbranche ist generell ein Garant für eine hohe Sichtbarkeit", erläutert Manuel Kerzner, Medienanalyst von APA-DeFacto. Er rechnet damit, dass auch Direktbanken bald in dieses Segment einsteigen werden, um ihre Medienpräsenz zu erhöhen.

Die klassischen Universalbanken sind etwa zehnmal so präsent in Medien wie Direktbanken. Selbst das von Österreichern gegründete und auch in Deutschland erfolgreiche Fintech-Start-up N26 schafft nur einen Indexwert von 0,4, diesen aber zu 90 Prozent auf den Wirtschaftsseiten. Der Hype über Fintechs ist also relativ, N26 kommt auf ein Dutzend Beiträge pro Monat in allen Medien zusammen - die Erste Bank auf über 600. Auffällig ist, dass Direktbanken wie N26, IngDiba oder Easybank deutlich häufiger miteinander verglichen werden und so zu Nennungen kommen.

Die Sichtbarkeit der Privatbanken hat im Vergleich zum Vorjahr abgenommen, sie kommen in Medien inzwischen weniger oft vor als Direktbanken. Das könnte aber durchaus in ihrem Sinn sein, waren sie in der Vergangenheit doch immer wieder durch Skandale im Blickfeld. Ein gegenteiliges Beispiel ist das kirchennahe Bankhaus Schellhammer und Schattera, das dieses Jahr häufig genannt wurde, praktisch jedoch nur im Zusammenhang mit dem Verkauf ihres Anteils an den Casinos Austria.

Eine Sonderstellung hat die Oesterreichische Nationalbank. Sie besetzt erfolgreich aktuelle Finanzthemen von der Zinsentwicklung bis zu Kryptowährungen, spielt ihre Rolle als Aufsicht aus und ist damit vorrangig auf den Wirtschaftsseiten zu finden. Aber auch die börsennotierte RBI, die sich nicht im Sportbereich engagiert, findet sich zu 70 Prozent in der Wirtschaftsberichterstattung wieder.

Das APA-DeFacto Banken-Ranking hat die mediale Sichtbarkeit von mehr als 80 Bankhäusern in den ersten vier Monaten des Jahres 2018 analysiert. Ausgewertet wurden dafür Tageszeitungen und Magazine, Online-Medien sowie Radio & TV.

Service: Die detaillierte Analyse steht [hier] (<http://www.auftragsservices.apa.at/Site/Overview2.de.html>) kostenlos zum Download zur Verfügung.

Zwtl.: Über APA-DeFacto

Die APA-DeFacto GmbH ist österreichischer Marktführer in den Bereichen Medienbeobachtung und Media Intelligence und betreibt eine der größten deutschsprachigen Mediendatenbanken. Sie bietet ihren Kunden ein umfangreiches Monitoring- und Analyse-Portfolio in Form von Pressespiegeln und Medienresonanz-Analysen. Der Datenpool beinhaltet sämtliche APA- sowie internationale Agentur-Meldungen, österreichische und internationale Tageszeitungen, Radio- & TV-Sendungen, Magazine, Fachmedien, Web- und Social Media-Beiträge, Firmendaten, Bilderdienste sowie den APA-OTS Originaltext Service.

Grafik(en) zu dieser Aussendung finden Sie im AOM / Originalgrafik-Service sowie im OTS-Grafikarchiv unter <http://grafik.ots.at>

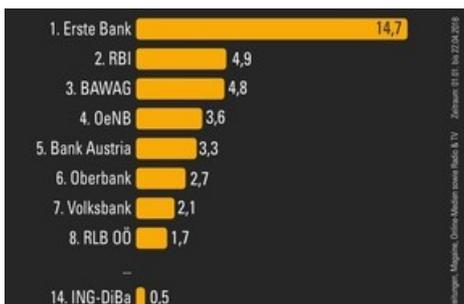
Rückfragehinweis:

APA - Austria Presse Agentur  
Petra Haller  
Unternehmenssprecherin, Leiterin Unternehmenskommunikation  
Tel.: +43 (0)1 360 60-5710  
[petra.haller@apa.at](mailto:petra.haller@apa.at)  
<http://www.apa.at>

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/1275/aom>

\*\*\* OTS-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLIESSLICHER INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSENDERS - WWW.OTS.AT \*\*\*

#### Medieninhalte



Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100018349/100815099> abgerufen werden.