



Studiensteckbrief

Studie Bankzielgruppe Brandhopper 2017

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

Mai 2017



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie
Bankzielgruppe Brandhopper 2017

Informationen zur Studie

Ausgewählte Ergebnisse:

- Als Brandhopper werden die Verbraucher bezeichnet, die im Rahmen ihrer letzten fünf Bankproduktabschlüsse mindestens zwei Mal das Institut gewechselt haben. Die Zielgruppe der Brandhopper ist eine überwiegend junge und solvente Zielgruppe.
- Brandhopper sind mehrheitlich voll berufstätig und das jährliche Haushaltsbruttoeinkommen liegt häufiger in den höheren Einkommensklassen als in der Gesamtbevölkerung.
- Werbung und Angebote werden von der Zielgruppe sehr viel häufiger als Motivation für ihren letzten Bankproduktabschluss genannt als in der Gesamtbevölkerung.
- Im Vergleich mit der Gesamtbevölkerung ist die Zielgruppe offener gegenüber neuen Marken. Bemerkenswert ist auch, dass sie der Marke eine überdurchschnittlich Bedeutung beimessen.
- Raten- bzw. Autokredite werden von der Zielgruppe etwas häufiger abgeschlossen.
- Werbung in Anzeigenblättern wird von Brandhoppern positiver gesehen als von der Gesamtbevölkerung.

Informationen zur Studie

Wichtigste USPs:

Detaillierte Analyse der **Zielgruppe Brandhopper**

Analyseinhalte: **Soziodemografie und Kundenverhalten** der Zielgruppe

Nutzung von **Bankprodukten, Banken, Freizeit und Medien**

alle Information auf **67 PowerPoint-Seiten**

als **PDF- und PPT-Datei** kurzfristig verfügbar

Die Studie ist **objektiv, unabhängig** und **neutral**

Nutzen: Detailbetrachtung der Zielgruppe als Basis für klare Marketingmaßnahmen in der Produktparte

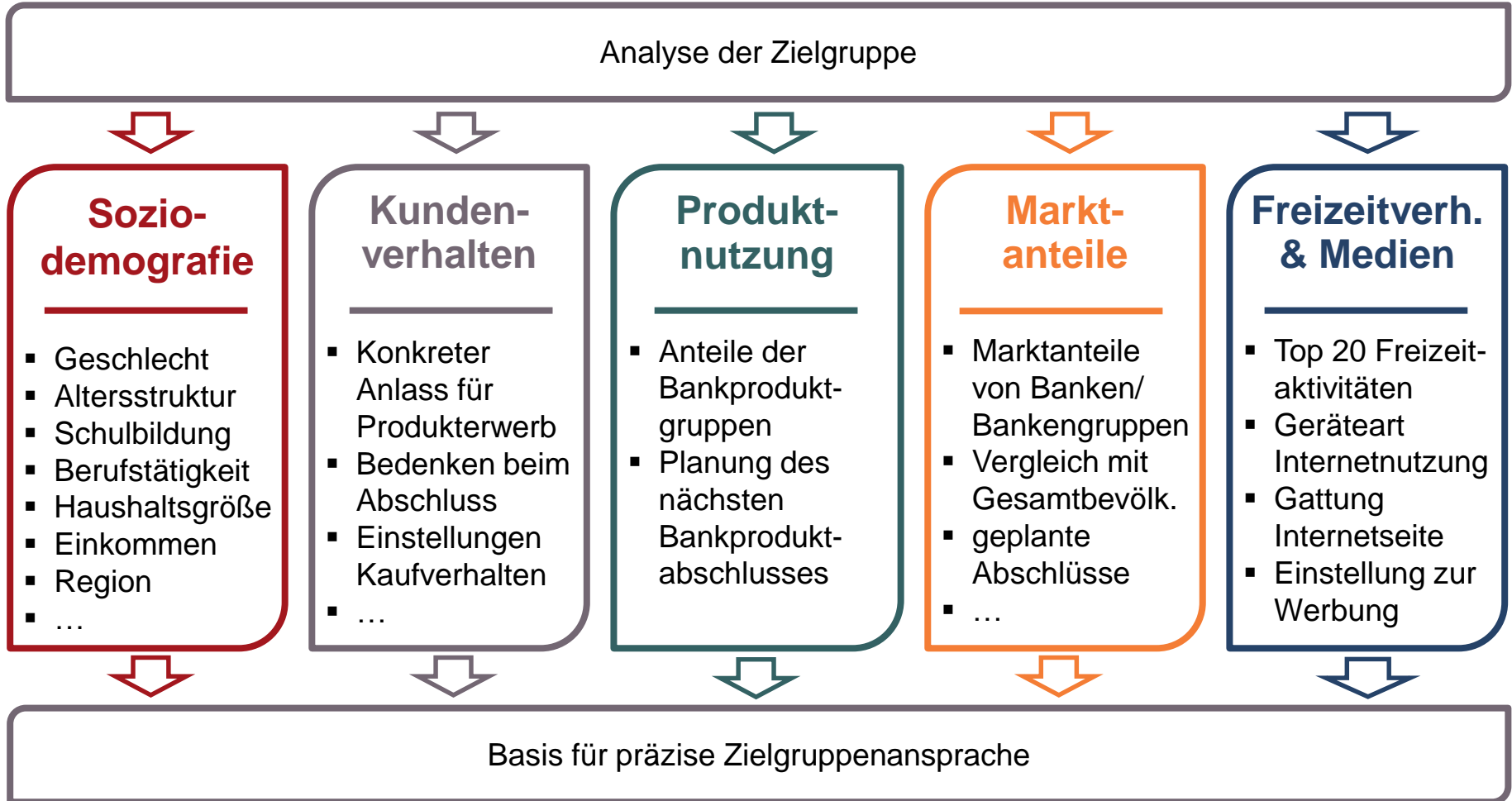
Forschungsdesign:

Für die Studie wurden 1.000 Interviews online-bevölkerungsrepräsentativ bei Verbrauchern in Deutschland durchgeführt, davon 13,8 Prozent aus der betrachteten Zielgruppe „Brandhopper“. Die Studie ist im Mai 2017 erschienen.

Preis:

Die 67 Seiten umfassende Studie kostet **900 EUR** zuzüglich MwSt.

Informationen zur Studie



Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	3
➤ Forschungsdesign	8
➤ Soziodemografie	12
Vergleich der Zielgruppe mit der Gesamtbevölkerung in den soziodemografischen Merkmalen Geschlecht, Altersstruktur, Familienstand, Schulbildung, Berufstätigkeit, Haushaltsgröße, Anteile der Kinder unter 18, Haushalts-Bruttoeinkommen, Region	
➤ Kundenverhalten	26
Bewertung der Statements, Anlass des zuletzt erworbenen Bankprodukts, Bedenken beim Abschluss, Wechselart zwischen Filial- und Direktbanken, Abschlussart, letzte Abschlussart der Brandhopper	
➤ Bankprodukte	36
Letzte fünf abgeschlossene Bankprodukte, voraussichtlich nächstes abgeschlossenes Bankprodukt	
➤ Bankverbindung	43
Marktanteile der Banken, Marktanteilsvergleich Zielgruppe mit Gesamtbevölkerung, Marktanteile Abschlussplan	
➤ Freizeitverhalten und Mediennutzung	53
Top 20 Freizeitaktivitäten, Geräteart der letzten Internetnutzung, Gattung der zuletzt genutzten Website, Einstellung zur Werbung nach Mediengattungen	
➤ Kontakt	66

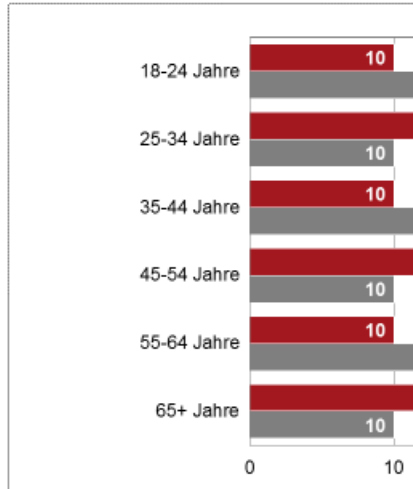


Beispielseiten (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Soziodemografie

Altersstruktur (Angaben in %)

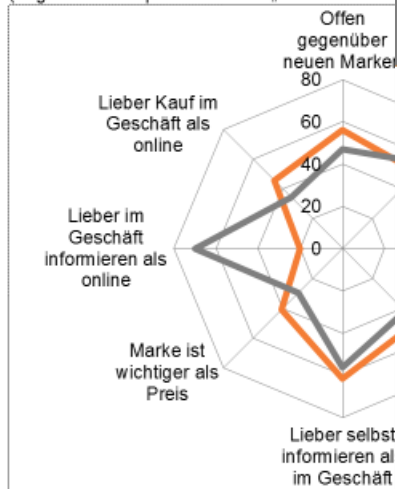


Fragestellung: Wie alt sind Sie?



Kundenverhalten

Kundenverhalten der Brandhopper im Vergleich zur Gesamtbevölkerung (Angaben als Top-2-Box-Werte „stimme voll und ganz zu“ und „stimme zu“) (Angaben in %)

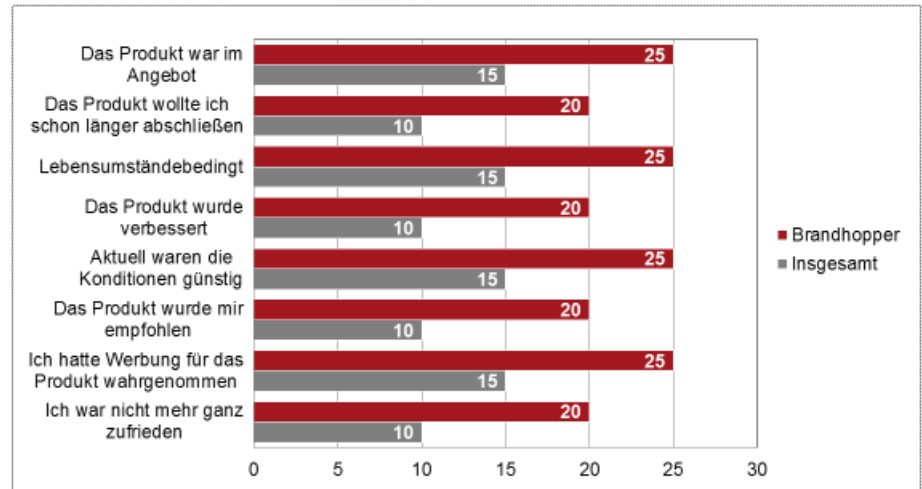


Fragestellung: Welche der folgenden Aussagen stimmen Sie zu?

Was war der konkrete Anlass für den letzten Bankproduktabschluss?

Kundenverhalten

Konkreter Anlass des zuletzt abgeschlossenen Bankprodukts (Angaben in %)



Fragestellung: Aus welchem konkreten Anlass haben Sie das zuletzt erworbene Finanzprodukt abgeschlossen? (Mehrfachantworten möglich)



Studie Bankzielgruppe Brandhopper 2017

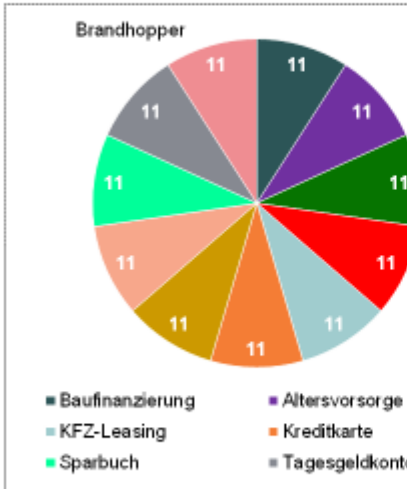
Welche soziodemografischen Merkmale charakterisieren die Zielgruppe?

Beispielseiten (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Bankprodukte

Anteil der Produktgruppen an allen Produktabschlüssen* (Angaben in %)

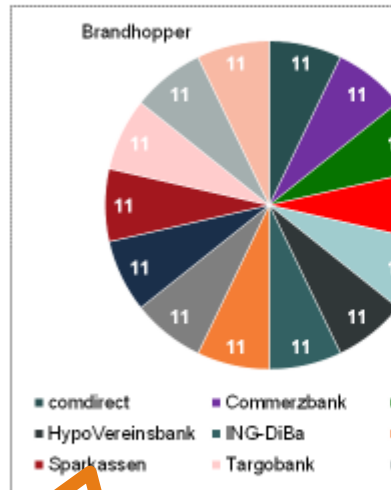


* Basis: letzte 5 Produktabschlüsse



Bankverbindung

Verteilung der Banker* (Angaben in %)



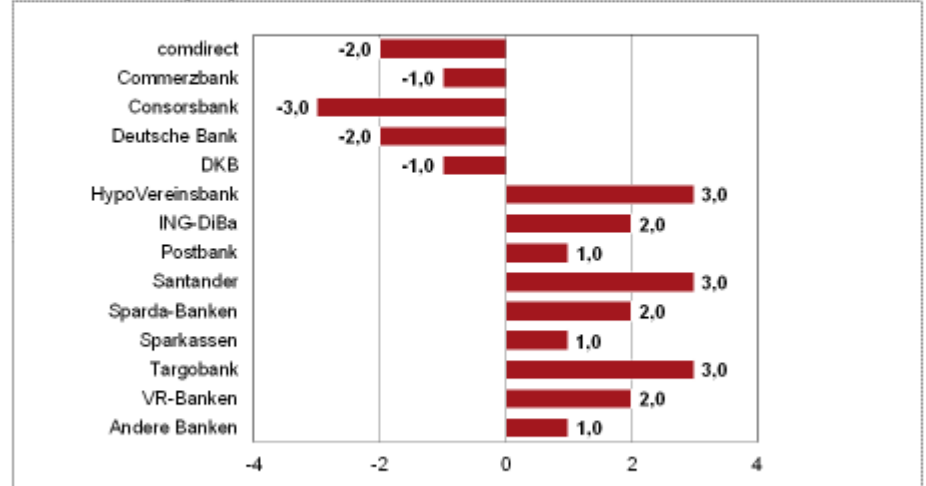
* Basis: letzte 5 Produktabschlüsse



Welche Potenzialausschöpfung gelingt den Banken?

Bankverbindung

Abweichungen der Marktanteile* der Banken – Marktanteil bei Brandhoppern abzüglich Marktanteil Gesamtbevölkerung (Angaben in Prozentpunkten)



Fragestellung: Geben Sie bitte an, welche Bankprodukte Sie bei welchem Anbieter genutzt haben bzw. als nächstes nutzen werden.

* Basis: letzte 5 Produktabschlüsse (Anbieter)



Studie Bankzielgruppe Brandhopper 2017

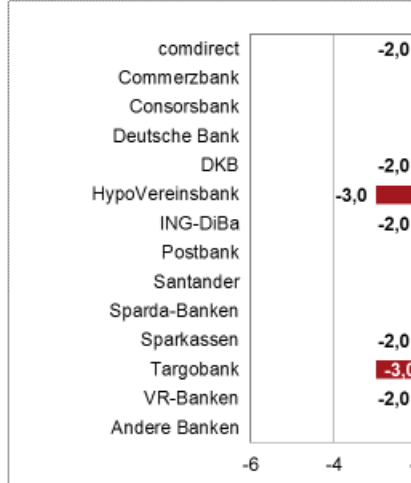
Welche Marktanteile haben die Banken?

Beispielseiten (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Bankverbindung

Differenz der Marktanteile produktgruppenübergreifend in der Zielgruppe* (geplanter Abschluss abzüglich letzte Abschlüsse, Angaben in Prozentpunkten)

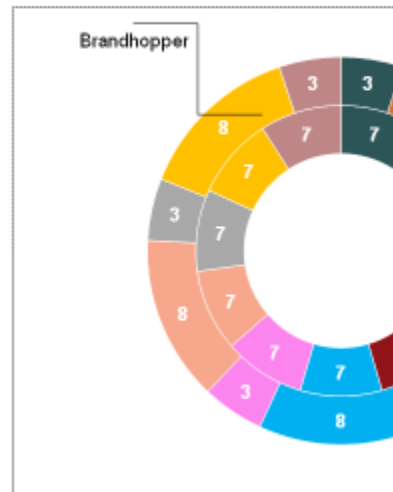


Fragestellung: Geben Sie bitte an, welche Bankprodukte Sie bei welcher Bank nutzen.
* Basis: letzte 5 Produktabschlüsse (Anzahl: 5)



Freizeitverhalten und Mediennutzung

Gattung der zuletzt besuchten Internetseite (Angaben in %)

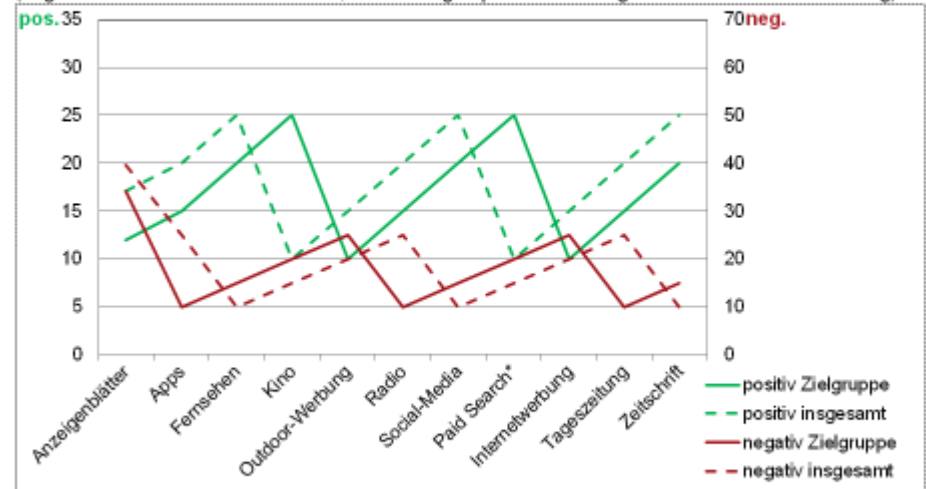


Fragestellung: Welcher Gattung würden Sie die von Ihnen zuletzt besuchte Internetseite zugeordnet?

Freizeitverhalten und Mediennutzung

Einstellung zur Werbung in der Zielgruppe

(Angaben in durchschnittlichen Prozent, Zustimmung zu positiven und negativen Statements zur Werbung)



Fragestellung: Bitte bewerten Sie folgende Werbeformen. (Mehrfachantworten möglich); * Suchmaschinen-Anzeigen



Studie Bankzielgruppe Brandhopper 2017

Über welche Medien kann ich die Zielgruppe erreichen?

Welche Banken gewinnen und verlieren Marktanteile bei der Zielgruppe?

Bestellformular

Ihre Bestellung nehmen wir gerne per formloser E-Mail oder mit ausgefülltem Bestellformular entgegen.

E-Mail: uwe.matzner@research-tools.net

FAX: +49 (0)711 – 55090384

Auftragnehmer: research tools, Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar

Hiermit bestellen wir zum Preis in Höhe von 900 EUR zzgl. MwSt. die
Studie Bankzielgruppe Brandhopper 2017.

Auftraggeber:

Firma: _____

Ansprechpartner: _____

E-Mail: _____

Position/Funktion: _____

Datum, Ort, Unterschrift: _____

Kontakt / Branchenerfahrung

Ihr Ansprechpartner für diese Studie ist:

Uwe Matzner



Geschäftsführer

Diplom-Kaufmann, Marktforscher BVM

Tel. +49 (0)711 - 55090381, Fax +49 (0)711 - 55090384

E-Mail: uwe.matzner@research-tools.net

research tools

Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar

www.research-tools.net

research tools: Marketingmaßnahmen erfassen – verstehen – bewerten

Zuletzt zur Bankenbranche erschienen:

- Werbemarktanalyse Banken 2017
- Studie eVisibility Banken 2017
- Studie Operatives Produktmarketing Banken 2017
- Marketing-Mix-Analyse Sparprodukte 2017
- Studie Bankzielgruppe Baufinanzierer 2016
- Studie Unternehmensprofile Banken 2016

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. Seit 2016 sind 15 Studien zur Bankenbranche erschienen. In der Studienreihe Zielgruppenstudien sind bisher 60 Studien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

