



# research tools

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

## Pressemitteilung

**Banken-Zielgruppenstudie: comdirect, DKB und ING decken 60 Prozent der Bankproduktabschlüsse von Direktbankkunden ab**



**Die Direktbanken comdirect, DKB und ING vereinen 60 Prozent aller Produktabschlüsse von Direktbankkunden auf sich, wobei die ING allein mit 31 Prozent fast ein Drittel des Marktes abdeckt. Besonders häufig entscheiden sich Direktbankkunden für Tagesgeldkonten, Kreditkarten und Wertpapiere.**

*Esslingen am Neckar, 18. Oktober 2024* – Die Zielgruppe der Direktbankkunden zeichnet sich unter soziodemografischen Gesichtspunkten durch einen höheren Anteil an männlichen Nutzern mit Abitur- und Hochschulabschluss aus. Zudem sind sie im Durchschnitt jünger, voll berufstätig und häufiger in höheren Einkommensklassen vertreten. Diese Merkmale spiegeln sich in einer größeren Offenheit für neue Produkte und Marken sowie einer erhöhten Wechselbereitschaft bei besseren Konditionen wider. Im Vergleich zu anderen Bankkunden wechseln sie häufiger aufgrund guter Ergebnisse in Preisvergleichsportalen als auch wegen ihrer Unzufriedenheit mit dem bisherigen Produkt oder Anbieter.

Die Direktbanken ING, DKB und comdirect haben es erfolgreich geschafft, sich bei dieser anspruchsvollen und preissensiblen Kundengruppe als führende Anbieter zu etablieren. Gemeinsam verzeichnen sie 60 Prozent aller Produktabschlüsse von Direktbankkunden. Die ING führt das Ranking mit 31 Prozent an. Nach einem deutlichen Abstand folgen die DKB und comdirect mit 16, bzw. 13 Prozent.

Das Girokonto bleibt das beliebteste Produkt, jedoch nutzen Direktbankkunden im Vergleich zu anderen Bankkunden häufiger auch Tagesgeldkonten, Kreditkarten und Wertpapiere. Für künftige Produktabschlüsse setzen sie vor allem auf ING und DKB, wobei geplante Abschlüsse von Tagesgeld-, Festgeldkonten und Kreditkarten im Fokus stehen.

### **Über die Studie:**

Auf Basis von 4.000 online-repräsentativen Interviews, davon 23 Prozent in der betrachteten Zielgruppe, gibt die „Studie Bankzielgruppe Direktbankkunden 2024“ von *research tools* auf 71 Seiten Einblick in das Verhalten von Direktbankkunden im Vergleich zu Bankkunden insgesamt. Analyseaspekte sind Soziodemografie, Kundenverhalten, Produkt- und Markenwahl, Teilnahme- oder Abschlussort sowie Freizeit- und Medienverhalten. Die untersuchte Zielgruppe wird repräsentiert von Bankkunden, die laut ihrer eigenen Angabe eines ihrer letzten beiden Bankprodukte bei einer Direktbank abgeschlossen haben.

Weitere Informationen zur Studie:

<https://research-tools.net/studie-bankzielgruppe-direktbankkunden-2024/>

### **Der Studienherausgeber:**

Der Spezialist für Marketinganalyse **research tools** mit Sitz in Esslingen am Neckar bei Stuttgart bietet umsetzungsstarke, wettbewerbsorientierte Marktforschung.

[www.research-tools.net](http://www.research-tools.net)

[www.linkedin.com/company/research-tools-net](http://www.linkedin.com/company/research-tools-net)

**Pressekontakt:**

Uwe Matzner

research tools

Kesselwasen 10

73728 Esslingen am Neckar

Tel. +49 (0)711 - 55090381

Fax +49 (0)711 - 55090384

[uwe.matzner@research-tools.net](mailto:uwe.matzner@research-tools.net)