



# research tools

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

## Pressemitteilung

### Bankenstudie: jeder zehnte Onlineabschluss geht über ein Vergleichsportal



**Ein Großteil der Bankkunden verteilt seine Produkte auf mehrere Anbieter oder Institute. Jeder zehnte Online-Produktabschluss geht über ein Vergleichsportal. Mit zunehmendem Alter nehmen Bedenken beim Produktabschluss ab, vor allem hinsichtlich versteckter Kosten oder lückenhafter Datensicherheit.**

*Esslingen am Neckar, 08. Dezember 2022* – Die ‚Studie Kundenpfade Banken 2022‘ untersucht Produktabschluss und Wechselverhalten auf Basis von 4.000 Verbraucherinterviews. Mit der Anzahl der Produktabschlüsse nimmt auch die Anzahl der dafür gewählten Banken zu. Verbundenheit und Vertrauen zeigen 25 Prozent der Kunden, die bei den letzten fünf Produktabschlüssen stets dasselbe Institut gewählt haben. Deutlich mehr, nämlich 50 Prozent, haben ihre Produkte auf zwei bis drei Anbieter verteilt. Die übrigen wählten beim Produktabschluss noch mehr verschiedene Anbieter.

Unter allen Abschlussarten spielt der Onlineabschluss mit einem Anteil von 43 Prozent eine bedeutende Rolle. Von diesen Abschlüssen via Internet wird jeder zehnte über ein Vergleichsportal getätigt, die übrigen 39 Prozent gehen direkt über die jeweilige Bankenwebsite. Jeder 20. Kunde bevorzugt den Abschluss per Telefon. Ganz oben in der Gunst der Kunden steht allerdings noch immer die Bankfiliale mit 51 Prozent Anteil.

Die Bedenken der Bankkunden sind von ganz unterschiedlicher Art. Sie reichen von versteckten Kosten und dem Preis-/Leistungsverhältnis über Datensicherheit bis hin zur Servicequalität, um nur die größten Bedenkengruppen zu nennen. Mit zunehmendem Alter nehmen die Bedenken insgesamt ab. Haben unter den 18- bis 34-Jährigen noch gut zwei Drittel Bedenken, so ist es unter den Älteren ab 65 Jahre nur noch etwa die Hälfte. Mit zunehmendem Alter sinkt vor allem die Angst vor versteckten Kosten sowie einer lückenhafter Datensicherheit.

#### **Über die Studie:**

Die „Studie Kundenpfade Banken 2022“ von *research tools* analysiert auf 150 Seiten entlang des Kundenpfads Einflussfaktoren wie Abschlussort und -frequenz, Anlass und Bedenken beim Produktabschluss, Markenwahl und Wechselverhalten. Basis hierfür ist eine online-repräsentativen Umfrage bei 4.000 Personen.

Weitere Informationen zur Studie:

<https://research-tools.net/studie-kundenpfade-banken-2022>

**Der Studienherausgeber:**

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

<https://research-tools.net/>

<https://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)