research tools
Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Bankenstudie: 25- bis 34-Jährige tätigen den größten Anteil der Vergleichsportalabschlüsse

Ältere Bankkunden fragen überdurchschnittlich häufig Ratenkredit, Tagesgeld und Wertpapiere nach. Jeder zwanzigste Produktabschluss geht über ein Preisvergleichsportal, der höchste Anteil entfällt auf jüngere Kunden.

Esslingen am Neckar, 21. Dezember 2023 – Die jüngste Bankenstudie untersucht entlang des Kundenpfads Einflussfaktoren wie Abschlusspläne oder Wechselverhalten von 3.844 Bankkunden. 45- bis 54-Jährige schließen überdurchschnittlich häufig Produkte wie Ratenkredit, Tagesgeld und Wertpapiere ab. Bei der Geschlechterverteilung haben Wertpapiere mit einem Anteil von 68 Prozent den höchsten Männeranteil, bei Altersvorsorgeprodukten überwiegen mit 54 Prozent Anteil die Frauen. Innerhalb des Lifecycles ist das Girokonto am häufigsten das zuerst genutzte Bankprodukt. Mit jedem weiteren Abschluss steigen tendenziell die Anteile an Kreditkarten und Wertpapieren an.

Mit der Anzahl der Produktabschlüsse nimmt auch die Anzahl der dafür gewählten Anbieter zu. Verbundenheit und Vertrauen zeigen 25 Prozent der Kunden, die bei den letzten fünf Produktabschlüssen stets dasselbe Institut gewählt haben. Deutlich mehr, nämlich 47 Prozent, haben ihre Produkte auf zwei bis drei Anbieter verteilt. Die übrigen wählten beim Produktabschluss noch mehr verschiedene Anbieter.

Das Preisvergleichsportal hält unter den Abschlussorten einen Anteil von fünf Prozent. Alle Altersgruppen sind hier vertreten, allerdings nehmen 25- bis 34-Jährige stärker als andere diese Abschlussoption wahr. Daneben schließen viele Kunden ein Produkt online direkt bei der Bank ab, der Anteil liegt hier bei 36 Prozent. Ganz oben in der Gunst der Kunden steht allerdings die Bankfiliale mit 50 Prozent Anteil.

Über die Studie:
Die „Studie Kundenpfade Banken 2023“ von *research tools* analysiert auf 148 Seiten entlang des Kundenpfads Einflussfaktoren wie Abschlussort und -frequenz, Anlass und Bedenken beim Produktabschluss, Markenwahl und Wechselverhalten. Basis hierfür ist eine online-repräsentative Umfrage bei 4.000 Personen.

Weitere Informationen zur Studie:
https://research-tools.net/studie-kundenpfade-banken-2023

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