



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Banken: rund jeder zweite Produktabschluss findet in der Filiale statt



Die Bankfiliale spielt noch immer eine große Rolle für den Abschluss eines Bankprodukts und ist der führende Vertriebsweg. Jeder siebte Produktabschluss ist durch wahrgenommene Werbung motiviert.

Esslingen am Neckar, 27. Februar 2020 – Die ‚Studie Unternehmensprofile Banken 2020‘ analysiert auf Basis von

4.688 Bankproduktabschlüssen Struktur und Verhalten der Kunden von 14 Banken und Bankengruppen. Unter allen Bankprodukten verfügen – neben dem Basisprodukt Girokonto – Wertpapiere und Kreditkarten über die meisten Abschlüsse.

Die Bankfiliale spielt noch immer eine große Rolle für den Abschluss eines Bankprodukts. Bei rund der Hälfte der Produktabschlüsse wählen Kunden über alle Produktgruppen hinweg die Bankfiliale. Rund 40 Prozent nutzen hingegen einen Online-Zugang um ein Produkt abzuschließen. Weniger als fünf Prozent entscheiden sich für den Produktabschluss per Telefon.

Ein Großteil der Kunden hält dem einmal gewählten Kreditinstitut die Treue. 70 Prozent der Produktabschlüsse entfallen auf ein bereits zuvor einmal gewähltes Institut. Umgekehrt bedeutet dies, dass in knapp jedem dritten Fall eine andere Bank gewählt wird. Beim Ersatzabschluss eines Bankproduktes fällt der Wechsleranteil mit knapp 50 Prozent besonders hoch aus.

Preisvergleichsportale und mediale Werbung haben einen nicht zu unterschätzenden Einfluss auf das Kundenverhalten. 18 Prozent der Kunden geben an, ein Produkt aufgrund einer Sichtung in einem Online-Vergleichsportal abgeschlossen zu haben. Bei 14 Prozent wurde die Abschlussmotivation durch wahrgenommene Werbung gestärkt.

Über die Studie:

Die „Studie Unternehmensprofile Banken 2020“ von research tools gibt auf 121 Seiten Einblick in Struktur und Verhalten der Kunden von 14 Banken und Bankengruppen auf Basis von 2.000 online-repräsentativen Interviews und 4.688 Bankproduktabschlüssen. Diverse Marketing-Kennzahlen wie beispielsweise Kundenausschöpfung, Kundenloyalität, Abschlussabsicht zeigen Unterschiede der Institute auf und liefern Benchmarks.

Weitere Informationen zur Studie:

<https://research-tools.net/studie-unternehmensprofile-banken-2020>

Der Studienherausgeber:

Die Marktforschungsberatungsgesellschaft **research tools** mit Sitz in Esslingen am Neckar bei Stuttgart bietet umsetzungsstarke, marketingorientierte Marktforschung. Ein Fokus liegt auf der Analyse unternehmerischer Marketingmaßnahmen.

Weitere Informationen: www.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