



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Bankenstudie: Sparkassen mit höchstem Ausschöpfungsgrad



Die Mehrzahl der Bankkontakte geht vom Kunden aus. Sparkassen weisen die beste Ausschöpfungsquote auf. Wahrgenommene Werbung wiegt als Motivator bei einem Bankproduktabschluss fast annähernd so stark wie die Sichtung eines Bankprodukts in einem Online-Preisvergleichsportal.

Esslingen am Neckar, 18. März 2021 – Die ‚Studie Unternehmensprofile Banken 2021‘ analysiert Struktur und Verhalten der Kunden von 14 Banken und Bankengruppen. Grundlage hierfür sind 4.000 online-repräsentative Interviews. Gerade im Bereich der Kundenkontaktpflege unterscheiden sich die Bankperformances deutlich. Üblicherweise initiiert der Kunde einen Kontakt zur Bank, sei es durch ein Telefonat, eine Mail oder auch nur durch Nutzung des Bankautomaten. Die Anteile liegen hier bei den analysierten Banken zwischen 53 und 80 Prozent auf der Aktivseite des Kunden.

Ein Großteil der Kunden hält dem einmal gewählten Kreditinstitut die Treue. In der Disziplin Kundenausschöpfung sind die Sparkassen mit 79 Prozent die erfolgreichsten Anbieter. Damit entfällt nur gut jeder fünfte Produktabschluss der Sparkassenkunden auf einen Mitbewerber. Bei der Marke mit dem geringsten Ausschöpfungsgrad hingegen schließen die Kunden 38 Prozent aller Produktabschlüsse bei einem anderen Anbieter ab. Im Umkehrschluss bedeutet das, dass hier die Ausschöpfung bei lediglich 62 Prozent liegt.

Neben einem konkreten Bedarf und dem länger geplanten Abschluss zählt die Empfehlung zu den bedeutendsten Motivatoren beim Bankproduktabschluss. Interessant ist, dass wahrgenommene Werbung als Motivator fast annähernd so stark wiegt wie die Sichtung eines Bankprodukts in einem Online-Preisvergleichsportal. Immerhin wird bei etwa jedem sechsten Produkt vor dem Abschluss ein Preisvergleichsportal im Internet zu Rate gezogen.

Über die Studie:

Die „Studie Unternehmensprofile Banken 2021“ von *research tools* gibt auf 123 Seiten Einblick in Struktur und Verhalten der Kunden von 14 Banken und Bankengruppen auf Basis von 4.000 online-repräsentativen Interviews und 7.774 analysierten 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-2021>

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