



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Bankenstudie: Consorsbank liegt vorn im Marketing-Kennzahlenvergleich



Neben Abschlussmotivatoren und Kundenausschöpfung analysiert die Studie weitere Marketingkennzahlen von 14 Banken und Bankengruppen. Unter den betrachteten Instituten zeichnet sich die Consorsbank mit diversen ersten Rängen aus.

Esslingen am Neckar, 08. Dezember 2023 – Rund 9.300

ausgewertete Bankproduktabschlüsse dienen als Basis für die ‚Studie Unternehmensprofile Banken 2023‘, die mit Hilfe von 15 Marketingkennzahlen Unterschiede von namhaften Banken und Bankengruppen aufzeigt und Benchmarks liefert. Klare Abweichungen zeigen sich bei der Kundenausschöpfung. Sie beläuft sich je nach Institut auf Werte zwischen 61 und 76 Prozent. Die Sparkassen sind hier die erfolgreichsten Anbieter. Gut drei von vier Produktabschlüssen der Sparkassen-Kunden entfallen auf die eigene Marke, nur 24 Prozent gehen an andere Banken. VR-Banken liegen bei dieser Kennzahl auf Rang zwei, ING und Postbank teilen sich einen dritten Rang.

Neben dem konkreten Bedarf sowie dem bereits länger geplanten Abschluss ist die Empfehlung ein starker Motivator für einen Produktabschluss. Knapp ein Fünftel der Abschlüsse erfolgt aufgrund von Empfehlungen, die Quote dafür liegt im Schnitt bei 18 Prozent. Von den verschiedenen Abschlussmotivatoren ist für Santander das Online-Preisvergleichsportal besonders wichtig. Bei Comdirect und Targobank ist die Werbung ein überdurchschnittlich häufiger Anlass, ein Bankprodukt abzuschließen.

Im abschließenden Vergleich der Kundenprofile über alle 15 Marketingkennzahlen – von Abschlussabsicht über Kundenloyalität bis Wechselkunden – findet sich die Consorsbank auf Rang eins, führend bei Haushaltsbruttoeinkommen der Kunden, dem Anteil jüngerer Kunden und einer hohen Abschlussfrequenz. Bei den Bankengruppen liegen aufgrund hoher Marktanteile Sparkassen und VR-Banken vorne.

Über die Studie:

Die „Studie Unternehmensprofile Banken 2023“ von *research tools* gibt auf 122 Seiten Einblick in Struktur und Verhalten der Kunden von 14 Banken und Bankengruppen auf Basis von 4.000 online-repräsentativen Interviews und 9.320 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-2023>

Der Studienherausgeber:

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

www.research-tools.net

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