



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Bankenstudie: Jeder vierte Produktabschluss erfolgt aufgrund einer Empfehlung



In der Bankenbranche sind die Sparkassen seit mehr als drei Jahren in den Bereichen Kundenausschöpfung, Kundentreue und Marktanteil führend. Die neueste Studie offenbart jedoch auch die zunehmende Bedeutung von Weiterempfehlungen. Hierbei erreicht comdirect einen Spitzenwert von 38 Prozent.

Esslingen am Neckar, 26. August 2024 – 4.000 ausgewertete Online-Interviews dienen als Basis für die ‚Studie Unternehmensprofile Banken 2024‘, die mit Hilfe von 15 Marketingkennzahlen Unterschiede zwischen namhaften Banken und Bankengruppen aufzeigt und Benchmarks liefert.

Auf Basis der Kundenanzahl und der von ihnen abgeschlossenen Produkte sind die Sparkassen der mit Abstand führende Anbieter im Bankenmarkt. Seit mehr als drei Jahren belegen sie auch im Bereich Kundenausschöpfung den ersten Platz: Rund 85 Prozent der Produktabschlüsse aller Sparkassen-Kunden entfallen auf die eigene Marke, während zwei andere Anbieter nur einen Anteil von 70 Prozent erreichen. Ergänzend dazu verfügen sie nach den VR-Banken auch über die treuesten Kunden, wenn man den letzten Produktabschluss mit der Abschlussabsicht vergleicht.

Um sich langfristig im Markt behaupten zu können, müssen sich die Institute auch um andere Marketingthemen wie den Wechselkundenanteil bemühen, bei dem Santander mit 31 Prozent besonders erfolgreich ist. Auch die Werbewirksamkeit kann von großer Bedeutung sein. Hier befinden sich die PSD Banken mit 16 Prozent an der Spitze.

Das größte Potenzial zeigt sich in der aktuellen Studie allerdings in der Weiterempfehlung. Während im Durchschnitt rund neun Prozent aller Bankprodukte aufgrund von Werbung abgeschlossen wurden, beläuft sich der Anteil, der auf Empfehlungen zurückgeht, auf 27 Prozent – vergleichbar mit Abschlussmotivationen wie einem konkreten Bedarf und einer langfristigen Abschlussplanung. Die höchste Weiterempfehlungsquote erreicht comdirect mit herausragenden 38 Prozent, gefolgt von den VR-Banken mit 34 Prozent.

Über die Studie:

Die „Studie Unternehmensprofile Banken 2024“ von *research tools* gibt auf 121 Seiten Einblick in Struktur und Verhalten der Kunden von 14 Banken und Bankengruppen auf Basis von 4.000 online-repräsentativen Interviews und 6.238 analysierten Bankproduktabschlüssen. Diverse Marketingkennzahlen wie beispielsweise Kundenausschöpfung, Kundenloyalität und Abschlussabsicht zeigen Unterschiede der Institute auf und liefern Benchmarks.

Weitere Informationen zur Studie:

<https://research-tools.net/studie-unternehmensprofile-banken-2024/>

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