

++ comdirect +++ Commerzbank +++ Consorsbank +++ Deutsche Bank +++ DKB +++ HypoVereinsbank +++ ING +++ Postbank ++
+ PSD Banken +++ Santander +++ Sparda-Bank +++ Sparkassen +++ Targobank +++ VR-Banken +++ comdirect +++ Commerzbank +++ Consorsb

Studiensteckbrief

Studie Bankzielgruppe Baufinanzierer 2024

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

Februar 2024



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie
Bankzielgruppe Baufinanzierer 2024

Informationen zur Studie

Nutzwert der Studie:



Worin unterscheidet sich die Zielgruppe in **soziodemografischer Hinsicht** von der Gesamtheit der Bankkunden?



Welche **Motivatoren** sind für Baufinanzierer beim Produktabschluss besonders relevant?



Zu welchen weiteren **Bankprodukten** besteht in der Zielgruppe eine Affinität?



Welche **Banken** und **Bankengruppen** sind in der Zielgruppe überdurchschnittlich beliebt?



Wo schließen Baufinanzierer ihre Bankprodukte ab?



Über welche **Medien** erreiche ich die Zielgruppe besonders gut?

Informationen zur Studie

Key Facts der Analysebereiche:

Soziodemografie

12%



Baufinanzierer
in der Online-Bevölkerung

Produkt



Top-Produkte Frauenanteil

- Baufinanzierung
- Sparbuch
- Tagesgeldkonto

Kundenverhalten

31%

Abschluss aufgrund einer
Empfehlung

Banken

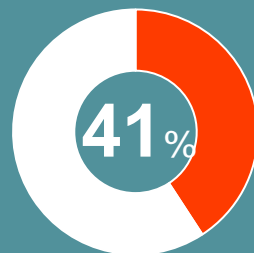
beliebteste Anbieter
(Marktanteil)

Sparkassen

VR-Banken

ING

Abschlussorte



der Bankprodukt-
abschlüsse erfolgen
online

Freizeit & Medien

die Zielgruppe
steht Werbung im

Internet

überdurchschnittlich
positiv gegenüber



Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

Detaillierte Analyse der **Zielgruppe Baufinanzierer**

Analyseinhalte: **Soziodemografie, Marktanteile, Kunden-, Freizeit- und Medienverhalten** der Zielgruppe

Nutzung von **11 Produktkategorien** und **14 Banken und Bankengruppen**

alle Information auf **71 PowerPoint-Seiten**

als **PDF und PowerPoint-Datei** kurzfristig verfügbar

Die Studie ist **objektiv, unabhängig** und **neutral**

Nutzen: Detailbetrachtung der Zielgruppe als Basis für kundenzentrierte Marketingmaßnahmen

Forschungsdesign:

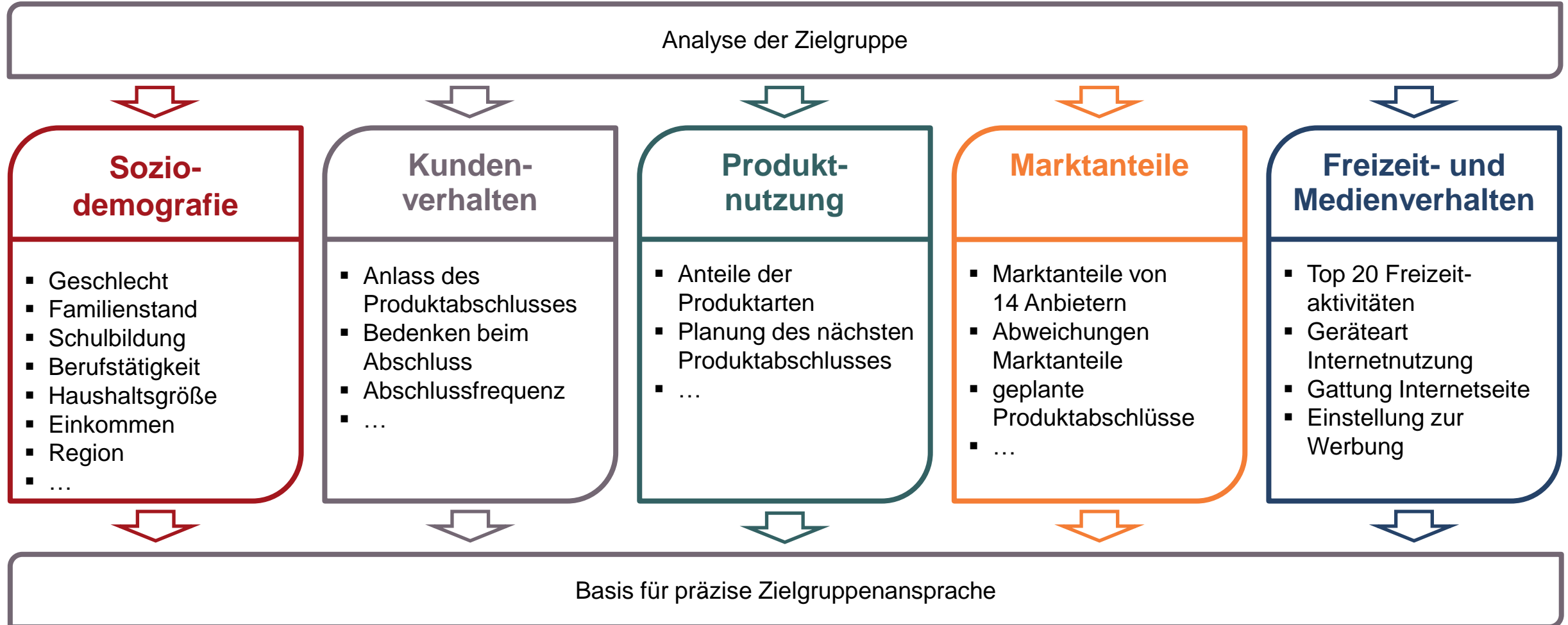
- 4.000 Interviews (auf zwei Jahre verteilt)
- online-bevölkerungsrepräsentativ
- Verbraucher in Deutschland
- davon 12 Prozent aus der Zielgruppe Baufinanzierer
- im Februar 2024 erschienen

Preis:

- die 71 Seiten umfassende Studie kostet **1.500 EUR** zuzüglich MwSt.

Informationen zur Studie

Konzeption:



Inhaltsverzeichnis

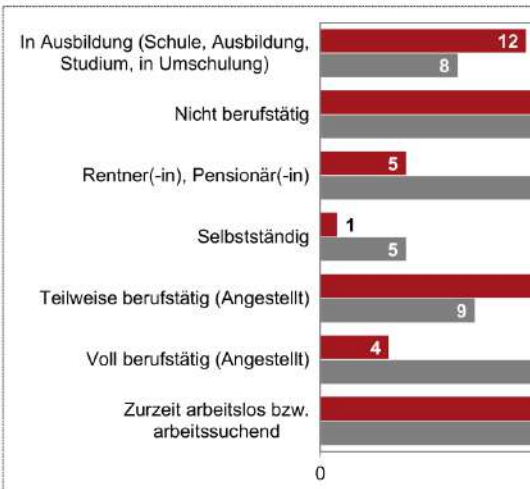
➤ Management Summary	3
➤ Forschungsdesign	8
➤ Soziodemografie	12
Vergleich der Zielgruppe mit der Vergleichsgruppe in den soziodemografischen Merkmalen Geschlecht, Altersstruktur, Familienstand, Schulbildung, Berufstätigkeit, Haushaltsgröße, Anteile der Kinder unter 18, Haushalts-Bruttoeinkommen, Region, Wohnsituation	
➤ Kundenverhalten	24
Bewertung der Statements, Anlass des zuletzt abgeschlossenen Bankproduktes, Bedenken beim Abschluss, Abschlussart des zuletzt erworbenen Bankproduktes, Frequenz der Abschlüsse, Abschlussart nach Produktkategorie, Anzahl der Banken nach Produktkategorie	
➤ Produktkategorien	32
Aktuell genutzte Produktkategorien, letzte fünf erworbene Produktkategorien, voraussichtlich nächster Produktabschluss, Differenz der Marktanteile, Anzahl der genutzten Produkte	
➤ Anbieter	40
Verteilung der Anbieter, Marktanteile der Anbieter, Abweichungen Marktanteile, Abschlussplan Marktanteile, Differenz der Marktanteile	
➤ Abschlussorte	49
Verteilung der Abschlussorte, Marktanteile der Abschlussorte, Abweichungen Marktanteile,	
➤ Freizeitverhalten und Mediennutzung	55
Top 10 Medien, Top 20 Freizeitaktivitäten, Geräteart der letzten Internetnutzung, Gattung der Internetseite, Einstellung zur Werbung nach Mediengattungen, Letzter Kontakt zum Anbieter	
➤ Kontakt	70

Analysebeispiele (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Soziodemografie

Anteil Berufstätigkeit (Angaben in %)



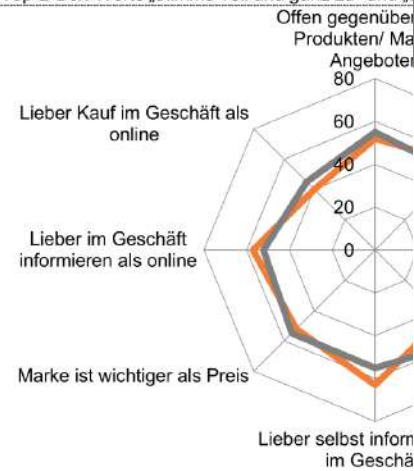
Fragestellung: Ihr Beruf?



Welche soziodemografischen Merkmale charakterisieren die Zielgruppe?

Kundenverhalten

Kundenverhalten der Zielgruppe im Vergleich zu allen Bankkunden (Angaben als Top-2-Box-Werte „stimme voll und ganz zu“ und „stimme zu“)



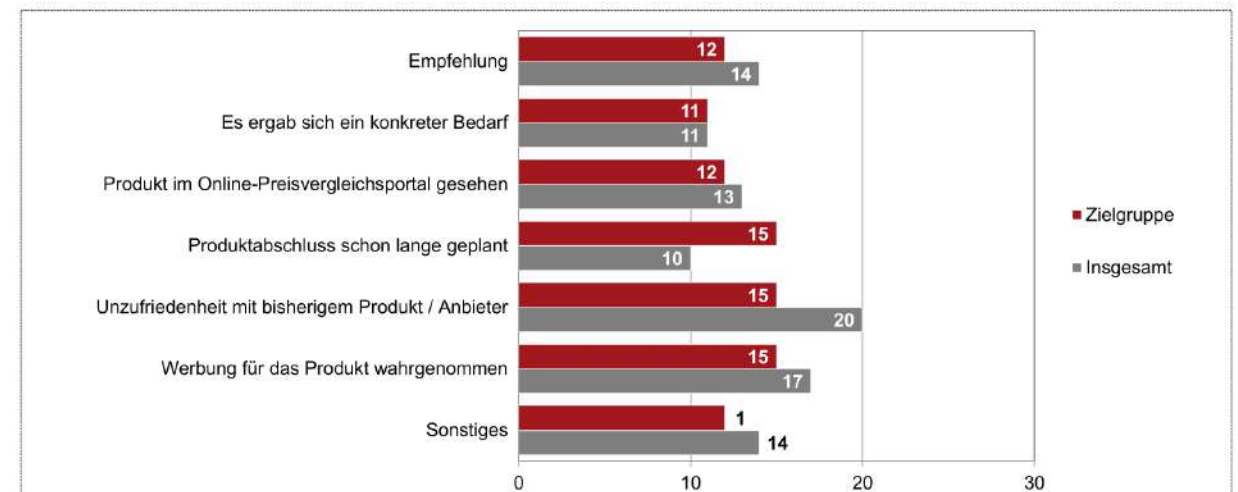
Fragestellung: Welcher der folgenden Aussagen stimmen Sie zu?



Was war der konkrete Anlass für den letzten Produktabschluss?

Kundenverhalten

Konkreter Anlass des letzten Produkterwerbs (Angaben in %)



Fragestellung: Aus welchem konkreten Anlass haben Sie das zuletzt abgeschlossene Produkt erworben? (Mehrfachantworten möglich)



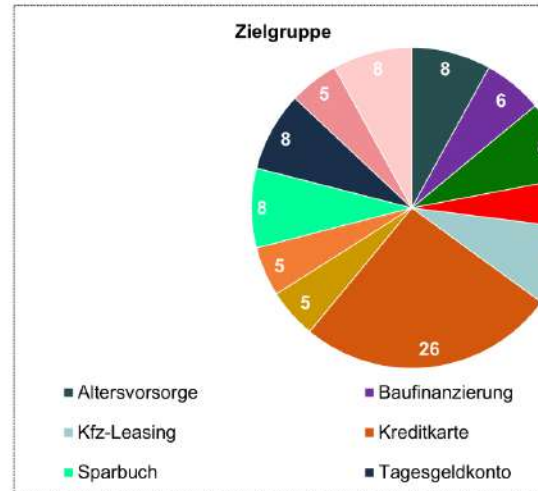
Studie Bankzielgruppe
Baufinanzierer 2024

Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Produktkategorien

Anteil der Produktkategorien an den **letzten Produktabschlüssen**¹ (Angaben in %)

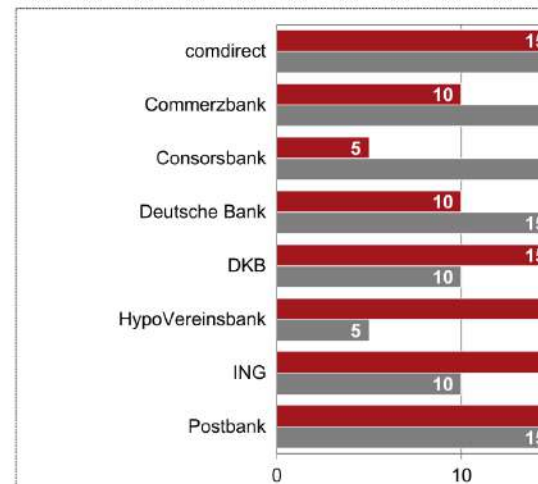


1 Basis: letzte 2 Produktabschlüsse



Anbieter

Verteilung der Produktabschlüsse auf die Anbieter¹ (1 von 2) (Angaben in %)



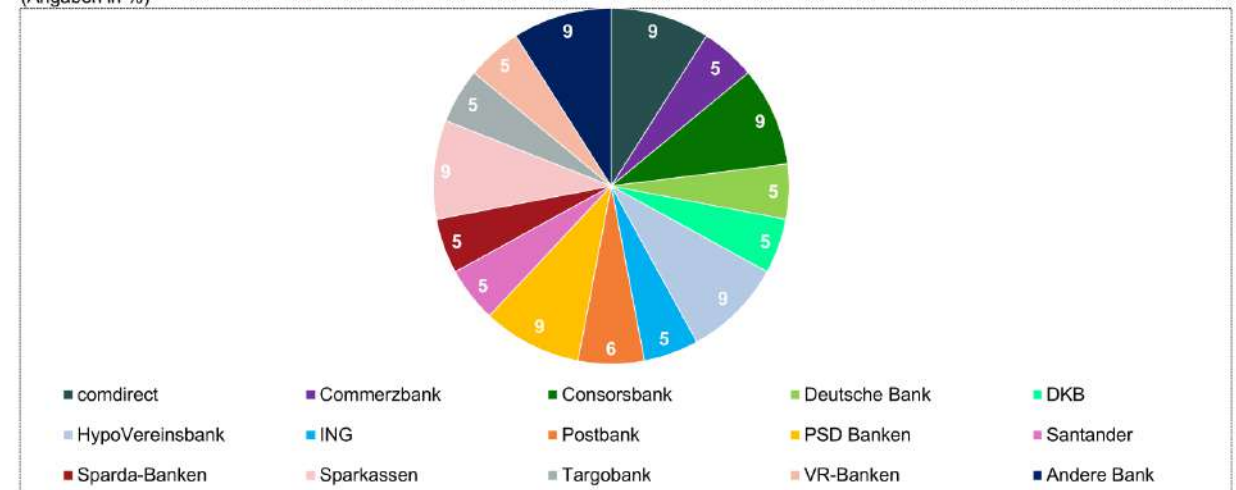
Fragestellung: Geben Sie nun an, von welchem Anbieter Sie die oben genannten Bankpro bei einem der bis zu fünf letzten Bankproduktabschlüsse ein Produkt von ING



Welche Anbieter werden zukünftig gewählt?

Anbieter

Marktanteile der Anbieter bei **geplantem Produkterwerb**¹ in der Zielgruppe (Angaben in %)



Fragestellung: Geben Sie nun an, von welchem Anbieter Sie ihr voraussichtlich nächstes Bankprodukt erwerben möchten. 1 Basis: voraussichtlich nächster Produkterwerb (Anbieter)



Studie Bankzielgruppe
Baufinanzierer 2024

Welche Produktgruppen erwirbt die Zielgruppe verstärkt?

Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Abschlussorte

Anteile der Geschlechter nach Abschlussorten in der Zielgruppe¹ (Angaben in %)

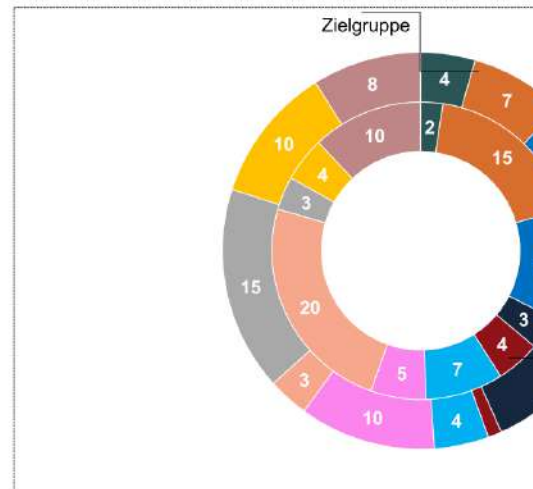


Fragestellung: Geben Sie nun an, wo Sie die oben genannten Bankprodukte erworben haben



Freizeitverhalten und Mediennutzung

Gattung der zuletzt besuchten Internetseite (Angaben in %)



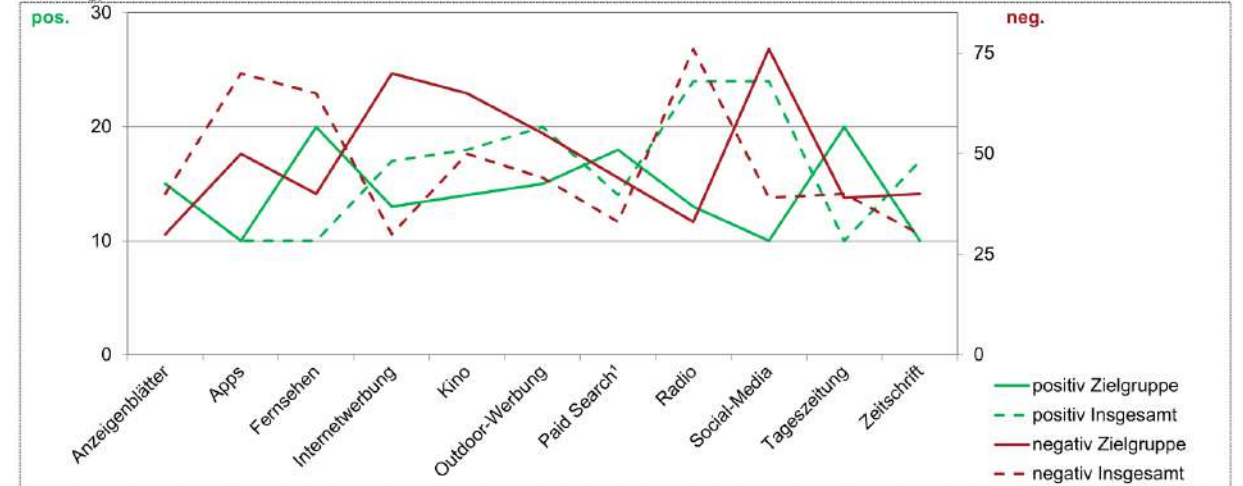
Fragestellung: Welcher Gattung würden Sie die von Ihnen zuletzt besuchte Internetseite zugehörig einstufen?



Über welche Medien kann ich die Zielgruppe erreichen?

Freizeitverhalten und Mediennutzung

Einstellung zur Werbung in der Zielgruppe (Angaben in durchschnittlichen Prozent, Zustimmung zu positiven und negativen Statements zur Werbung)



Fragestellung: Bitte bewerten Sie folgende Werbeformen. (Mehrfachantworten möglich) 1 Suchmaschinen-Anzeigen



Studie Bankzielgruppe
Baufinanzierer 2024

Welche Abschlussorte präferieren Frauen aus der Zielgruppe?

Bestellformular

Ihre Bestellung nehmen wir gerne per formloser E-Mail oder mit ausgefülltem Bestellformular entgegen.

E-Mail: ronja.inhofer@research-tools.net

FAX: +49 (0)711 – 55090384

Auftragnehmer: research tools, Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar

Hiermit bestellen wir zum Preis in Höhe von 1.500 EUR zzgl. MwSt. die
Studie Bankzielgruppe Baufinanzierer 2024.

Auftraggeber:

Firma: _____

Ansprechpartner: _____

E-Mail: _____

Position/Funktion: _____

Datum, Ort, Unterschrift: _____

Ihre Ansprechpartnerin für diese Studie ist:

Ronja Inhofer



Marketinganalytikerin
M.Sc. Planung und Partizipation
Tel.: +49 711 55090383, Fax +49 711 55090384
E-Mail: ronja.inhofer@research-tools.net

research tools

Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar
www.research-tools.net

research tools: Marketingmaßnahmen erfassen – verstehen – bewerten.

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist.

Seit 2018 sind über 70 Studien zur Bankenbranche erschienen. In der Studienreihe Zielgruppenstudien sind bisher mehr als 100 Studien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

Zuletzt zur Bankenbranche erschienen:

- Studie Operatives Produktmarketing Banken 2024
- Studie Kundenpfade Banken 2023
- Studie Unternehmensprofile Banken 2023
- Studie Bankzielgruppe Bankwechsler 2023
- Werbemarktanalyse Kfz-Finanzierung 2023
- Studie Bankzielgruppe Junge Filialkunden 2023

Bankenbranche: seit 2020 mehr als 50 Studien veröffentlicht

