



Studiensteckbrief

Studie Bankzielgruppe Baufinanzierer 2016

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

Dezember 2016



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie
Bankzielgruppe Baufinanzierer 2016

Informationen zur Studie

Ausgewählte Ergebnisse:

- Die Zielgruppe der Baufinanzierer hebt sich bezüglich ihrer sozio-demografischen Merkmale deutlich von der Gesamtbevölkerung ab. Sie ist zu 60 Prozent männlich und die Gruppe der 45 bis 54-Jährigen ist vergleichsweise stark ausgeprägt.
- Top-Motivation für den Abschluss des zuletzt erworbenen Bankprodukts waren günstige Konditionen. Zudem nimmt die Zielgruppe Produktwerbung stärker wahr als die Gesamtbevölkerung.
- Die Zielgruppe Baufinanzierer zeigt sich deutlich sensibler hinsichtlich Zinsgarantie und Konditionen als die Gesamtbevölkerung. Hingegen spielen die Argumente ‚Geldverlust‘ und ‚Sicherheit & Seriosität‘ eine geringere Rolle.
- 17 Prozent der Baufinanzierer planen eine weitere Baufinanzierung aufzunehmen.
- Werbung in Tageszeitungen wird von der Zielgruppe eher als glaubwürdig empfunden als von der Gesamtbevölkerung, Social Media-Werbung hingegen als lästiger.

Informationen zur Studie

Wichtigste USPs:

Detaillierte Analyse der **Zielgruppe Baufinanzierer**

Analyseinhalte: **Soziodemografie und Kundenverhalten** der Zielgruppe

Nutzung von **Bankprodukten, Anbietern, Freizeit und Medien**

alle Information auf 62 **PowerPoint-Seiten**

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

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

Nutzen: Detailbetrachtung der Zielgruppe als Basis für klare Marketingmaßnahmen in der Produktparte

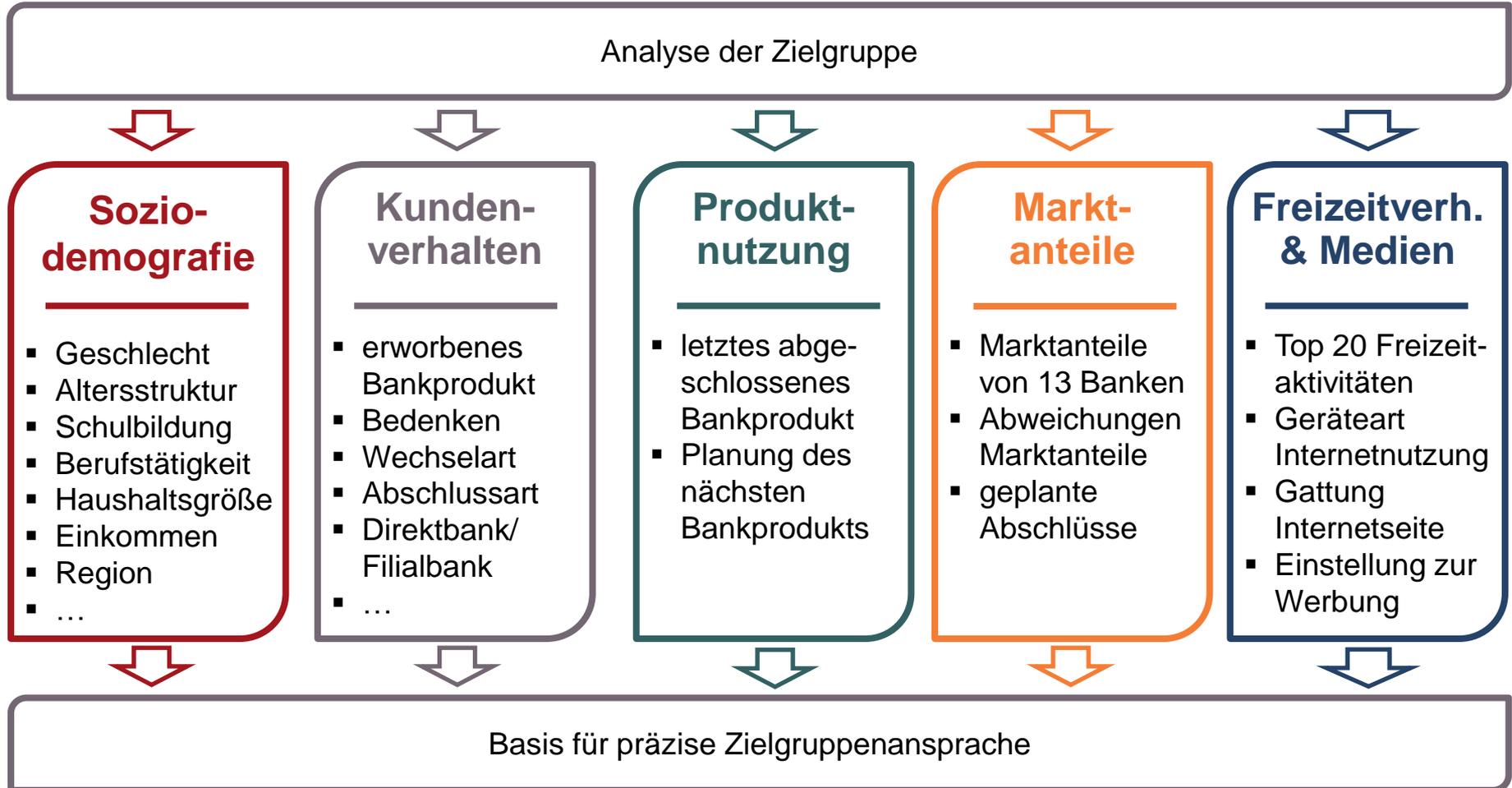
Forschungsdesign:

Für die Studie wurden 1.000 Interviews online-bevölkerungsrepräsentativ bei Verbrauchern in Deutschland durchgeführt, davon 25,3 Prozent aus der betrachteten Zielgruppe „Baufinanzierer“. Die Studie ist im Dezember 2016 erschienen.

Preis:

Die 62 Seiten umfassende Studie kostet **900 EUR** zuzüglich MwSt.

Informationen zur Studie



Inhaltsverzeichnis

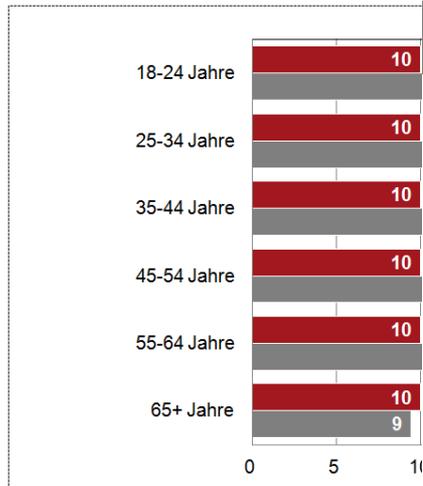
➤ Management Summary	3
➤ Forschungsdesign	6
➤ Soziodemografie	10
Vergleich der Zielgruppe mit der Gesamtbevölkerung in den soziodemografischen Merkmalen Geschlecht, Altersstruktur, Familienstand, Schulbildung, Berufstätigkeit, Haushaltsgröße, Anteile der Kinder unter 18, Haushalts-Bruttoeinkommen, Region	
➤ Kundenverhalten	23
Bewertung der Statements, Anlass des zuletzt erworbenen Bankprodukts, Bedenken beim Abschluss, Wechselart zwischen Filial- und Direktbanken, Abschlussart, letzte Abschlussart der Baufinanzierer	
➤ Bankprodukte	34
Letzte fünf abgeschlossene Bankprodukte, voraussichtlich nächstes abgeschlossenes Bankprodukt	
➤ Bankverbindung	39
Marktanteile der Banken, Abweichungen Marktanteile, Abschlussplan Marktanteile	
➤ Freizeitverhalten und Mediennutzung	49
Top 20 Freizeitaktivitäten, Geräteart der letzten Internetnutzung, Gattung der Internetseite, Einstellung zur Werbung nach Mediengattungen	
➤ Kontakt	61

Beispielseiten (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Soziodemografie

Altersstruktur

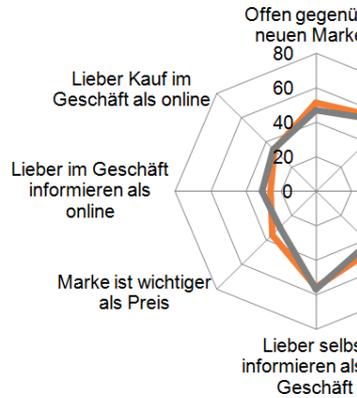


Fragestellung: Wie alt sind Sie?



Kundenverhalten

Kundenverhalten der Baufinanzierer im Vergleich zur Gesamtbevölkerung (Angaben als Top-2-Box-Werte „stimme voll und ganz zu“ und „stimme zu“)



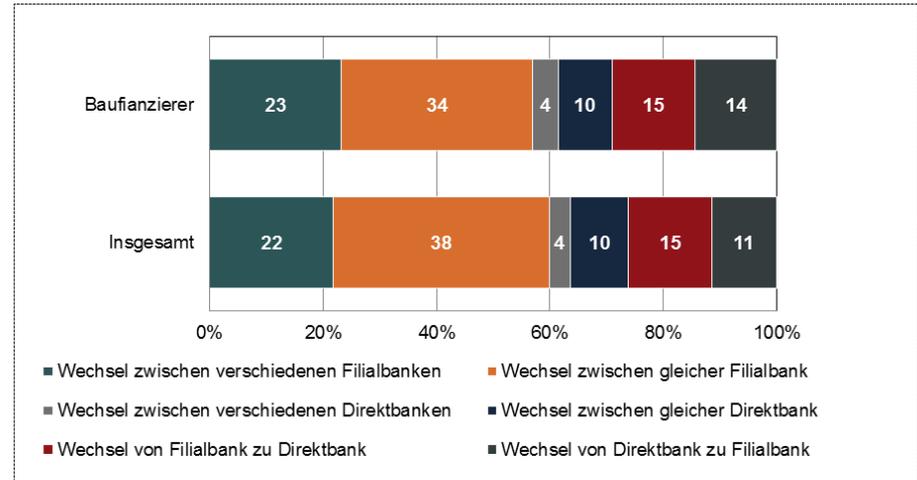
Fragestellung: Welche der folgenden Aussagen stimmen Sie zu?

Stud. Bat.

Welches Wechselverhalten kennzeichnet die Zielgruppe?

Kundenverhalten

Wechselart



Fragestellung: Geben Sie bitte an, welche Glücksspiele Sie bei welchem Anbieter genutzt haben bzw. als nächstes nutzen werden.



Studie Bankzielgruppe Baufinanzierer 2016

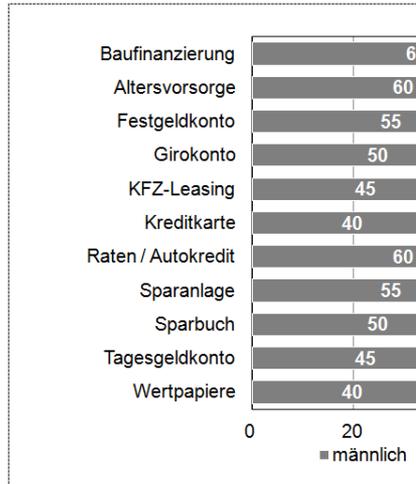
Welche soziodemografischen Merkmale charakterisieren die Zielgruppe?

Beispielseiten (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Bankprodukte

Anteile der Geschlechter, die letzts ein Bankprodukt abgeschlossen haben



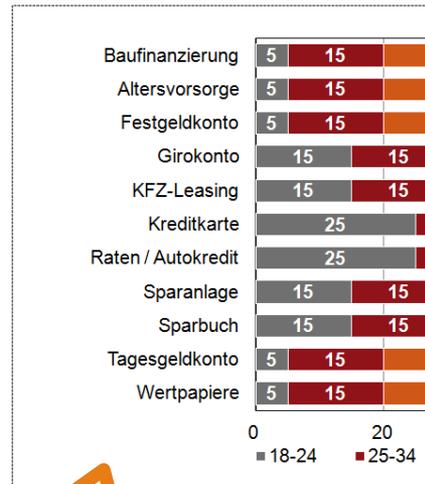
Fragestellung: Geben Sie bitte an, welche Bankprodukte Sie bei w



Stu
Ba

Bankprodukte

Anteile der Altersstrukturen, die voraussichtlich als nächstes ein Bankprodukt abschließen



Fragestellung: Geben Sie bitte an, welche Bankprodukte Sie bei w

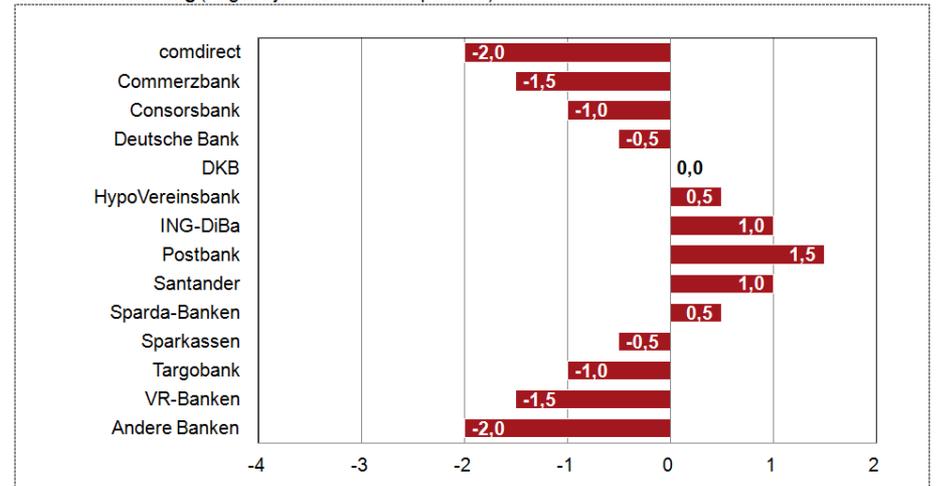


Stu
Bau

Welche Potenzialausschöpfung gelingt den Banken?

Bankverbindung

Abweichungen der Marktanteile* der Banken – Marktanteil bei Baufinanzierern abzüglich Marktanteil Gesamtbevölkerung (Angabe jeweils in Prozentpunkten)



Welche Teilgruppen planen einen Produktabschluss?



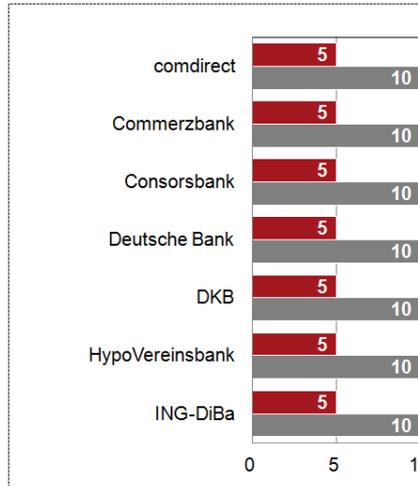
Studie Unternehmensprofile
Banken 2016

Beispielseiten (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

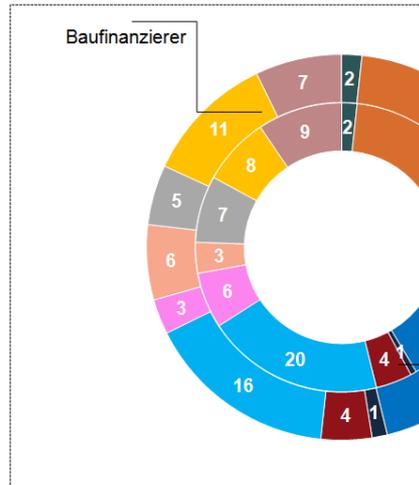
Bankverbindung

Marktanteile der Banken (1/2)



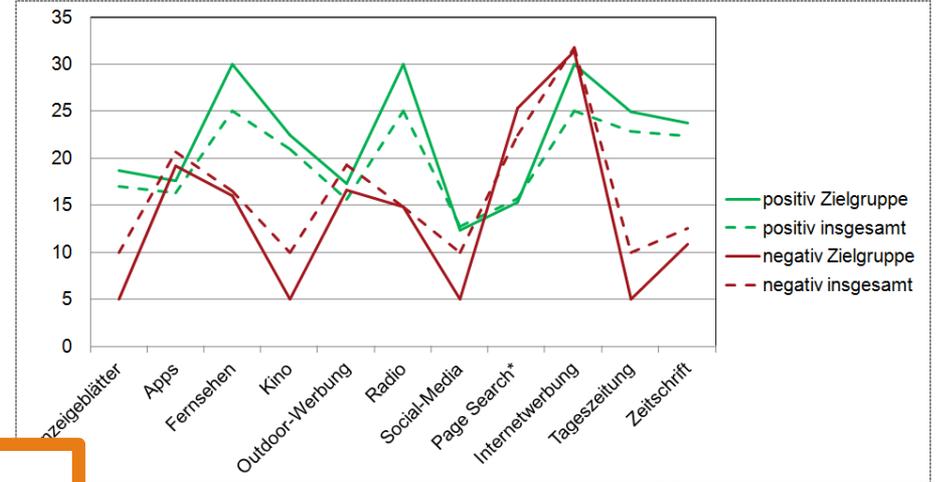
Freizeitverhalten und Mediennutzung

Gattung der zuletzt besuchten Internetseite (Angaben in %)



Freizeitverhalten und Mediennutzung

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



Über welche Medien kann ich die Zielgruppe erreichen?



Studie

Fragestellung: Welcher Gattung würden Sie die von Ihnen zuletzt besu...



Stud Bau

Welche Banken sind starke Mitbewerber speziell in der Zielgruppe?

ng: Bitte bewerten Sie zum Abschluss folgende Werbeformen. (Mehrfachantworten möglich); * Suchmaschinen-Anzeigen



Studie Bankzielgruppe
Baufinanzierer 2016

Bestellformular

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

E-Mail: uwe.matzner@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 900 EUR zzgl. MwSt. die
Studie Bankzielgruppe Baufinanzierer 2016.

Auftraggeber:

Firma: _____

Ansprechpartner: _____

E-Mail: _____

Position/Funktion: _____

Datum, Ort, Unterschrift: _____

Kontakt / Branchenerfahrung

Ihr Ansprechpartner für diese Studie ist:

Uwe Matzner



Geschäftsführer
Diplom-Kaufmann, Marktforscher BVM
Tel. +49 (0)711 - 55090381, Fax +49 (0)711 - 55090384
E-Mail: uwe.matzner@research-tools.net

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

research tools: Marketingmaßnahmen erfassen – verstehen – bewerten

Zuletzt zur Bankenbranche erschienen:

- Studie Unternehmensprofile Banken 2016
- Marketing-Mix-Analyse Bausparen 2016
- Studie Sponsoring Banken 2016
- Marketing-Mix-Analyse Autokredit 2016
- Werbemarktanalyse Karten 2016
- Marketing-Mix-Analyse Girokonto 2016

Seit 2005 arbeitete research tools für mehr als 70 Banken. Zur Bankenbranche erschienen seit Anfang 2012 über 50 Marktstudien. In der Studienreihe Zielgruppenstudien sind bisher 60 Studien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

