

+++ comdirect +++ Commerzbank +++ Consorsbank +++ Deutsche Bank +++ DKB +++ HypoVereinsbank +++
ING +++ Postbank +++ PSD Bank. +++ Santander +++ Sparda-B. +++ Sparkass. +++ Targobank +++ VR-Bank

Studiensteckbrief

Studie Bankzielgruppe Baufinanzierer 2021

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

Juli 2021



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie
Bankzielgruppe Baufinanzierer 2021

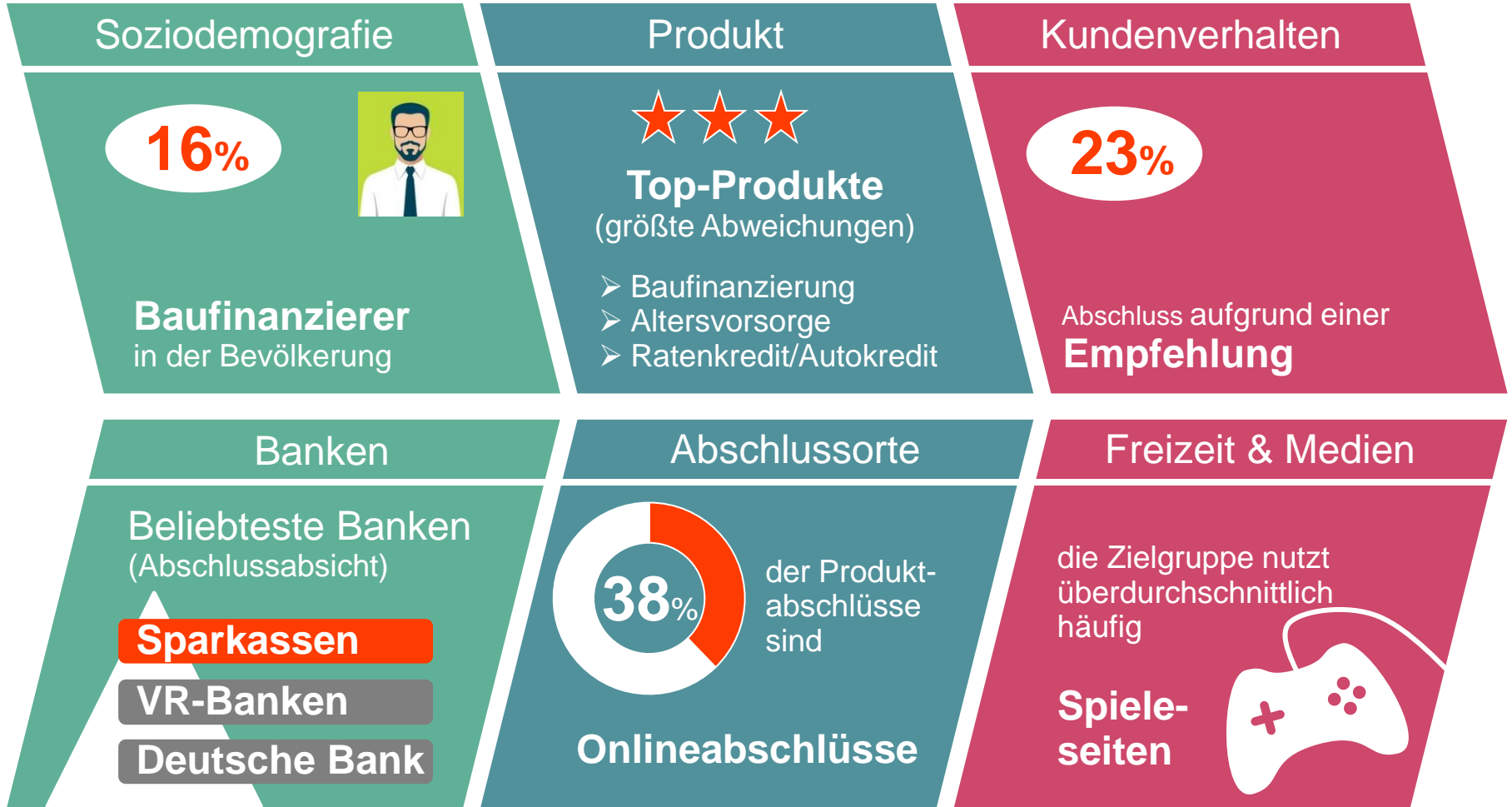
Informationen zur Studie

Ausgewählte Key Facts:

- Die untersuchte Zielgruppe Baufinanzierer wird repräsentiert von Personen, die aktuell eine Baufinanzierung nutzen. 16 Prozent der 4.000 online-repräsentativ befragten Verbraucher und 18 Prozent der Bankkunden insgesamt fallen in diese Kategorie, deren Verhalten im Bankenmarkt analysiert wird.
- Im Vergleich mit den Bankkunden insgesamt verfügt die Zielgruppe Baufinanzierer über erhöhte Anteile in den Altersgruppen 35 bis 54 Jahre.
- Baufinanzierer haben deutlich mehr Bedenken beim Bankproduktabschluss als die Gesamtheit der Bankkunden.
- Die Zielgruppe nutzt zusätzlich zur Baufinanzierung häufiger Produkte zu Altersvorsorge, Raten-/Autokredit als die Bankkunden insgesamt.
- Bankprodukte werden in der Zielgruppe etwas häufiger aufgrund der Sichtung in einem Preisvergleichsportal abgeschlossen als in der Vergleichsgruppe.
- Die Gruppe der Baufinanzierer steht Werbung insgesamt positiver gegenüber als die Gesamtheit der Bankkunden.

Informationen zur Studie

Key Facts der Analysebereiche:



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 & 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:

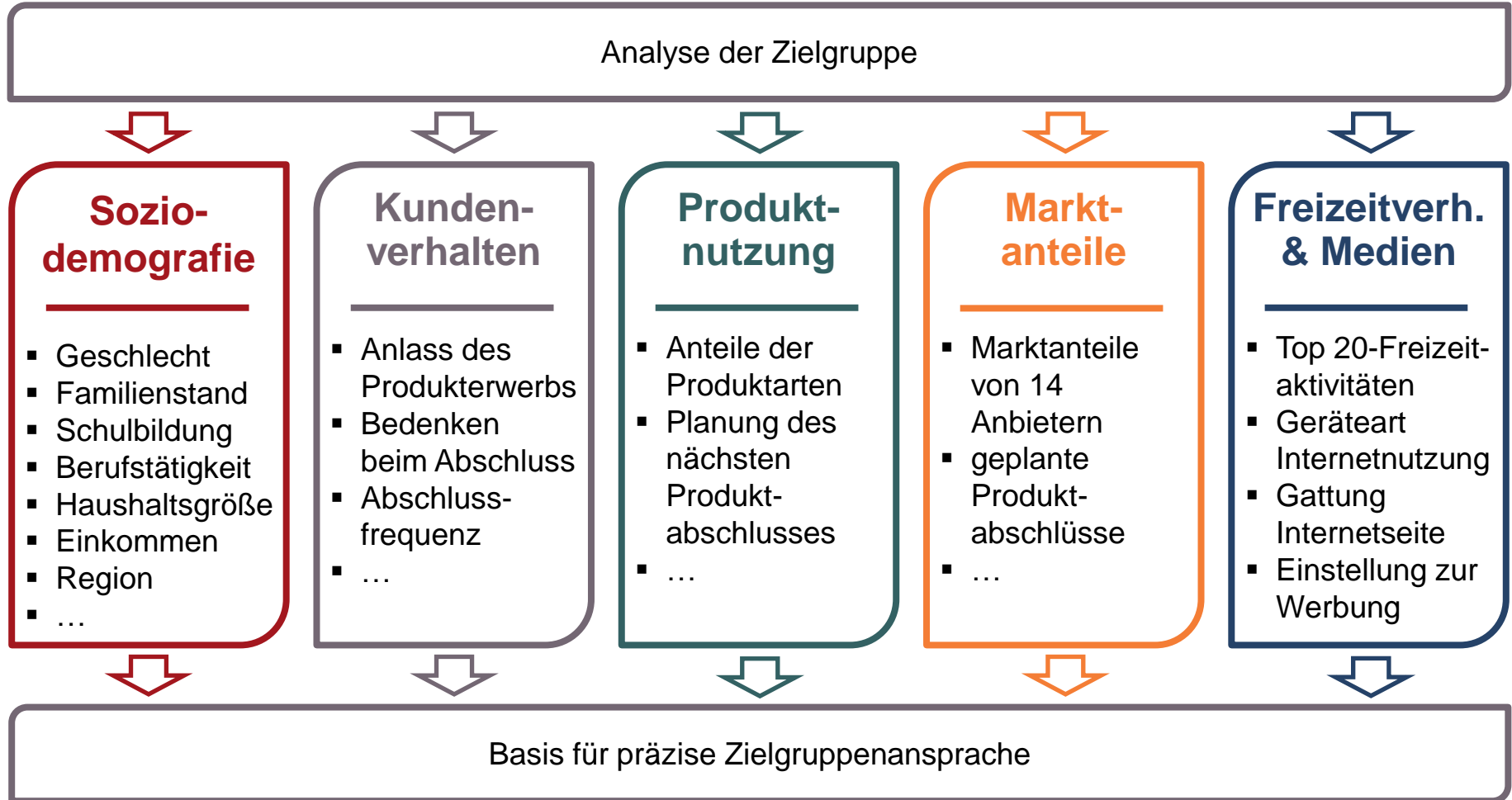
- 4.000 Interviews
- online-bevölkerungsrepräsentativ
- Verbraucher in Deutschland
- davon 16 Prozent aus der Zielgruppe Baufinanzierer
- im Juli 2021 erschienen

Preis:

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

Informationen zur Studie

Konzeption:



Inhaltsverzeichnis

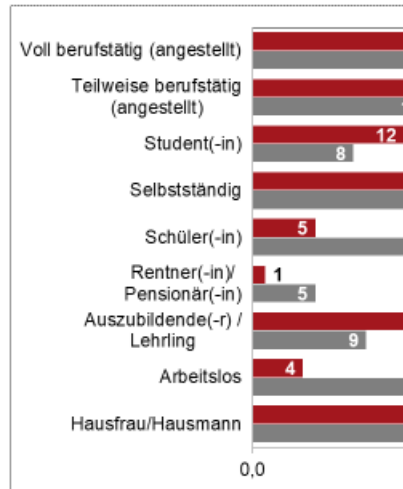
➤ Management Summary	3
➤ Forschungsdesign	10
➤ Soziodemografie	14
Vergleich der Zielgruppe mit der Vergleichsgruppe in den soziodemografischen Merkmalen Geschlecht, Altersstruktur, Familienstand, Schulbildung, Berufstätigkeit, Haushaltsgröße, Anteile der Kinder unter 18, Haushalts-Bruttoeinkommen, Region	
➤ Kundenverhalten	25
Bewertung der Statements, Anlass des zuletzt abgeschlossenen Bankproduktes, Bedenken beim Abschluss, treue Kunden und Brandhopper, Abschlussart des zuletzt erworbenen Bankproduktes, Frequenz der Abschlüsse	
➤ Produktkategorien	32
Aktuell genutzte Produktkategorien, letzte fünf erworbene Produktkategorien, voraussichtlich nächster Produktwerb, Differenz der Marktanteile	
➤ Anbieter	39
Verteilung der Anbieter, Marktanteile der Anbieter, Abweichungen Marktanteile, Erwerbsplan Marktanteile, Differenz der Marktanteile	
➤ Abschlussorte	48
Verteilung der Abschlussorte, Marktanteile der Abschlussorte, Abweichungen Marktanteile, Erwerbsplan Marktanteile, Differenz der Marktanteile	
➤ Freizeitverhalten und Mediennutzung	56
Top 10 Medien, Top 20 Freizeitaktivitäten, Geräteart der letzten Internetnutzung, Gattung der Internetseite, Einstellung zur Werbung nach Mediengattungen	
➤ Kontakt	70

Analysebeispiele (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Soziodemografie

Anteil Berufstätigkeit (Angaben in %)

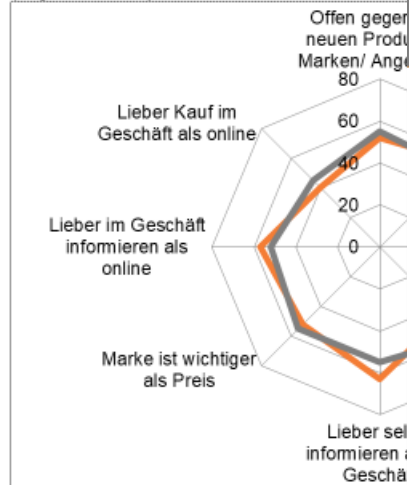


Fragestellung: Ihr Beruf?



Kundenverhalten

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



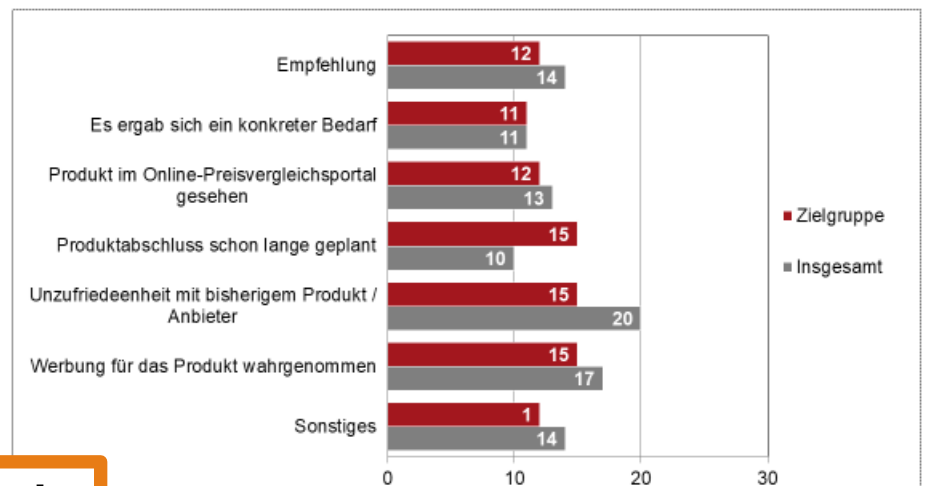
Fragestellung: Welcher der folgenden Aussagen stimmen Sie zu?



Was war der konkrete Anlass für den letzten Produktabschluss?

Kundenverhalten

Konkreter Anlass des letzten Produkterwerbs (Angaben in %)



aus welchem konkreten Anlass haben Sie das zuletzt abgeschlossene Produkt erworben? (Mehrfachantworten möglich)



Studie Bankzielgruppe
Baufinanzierer 2021

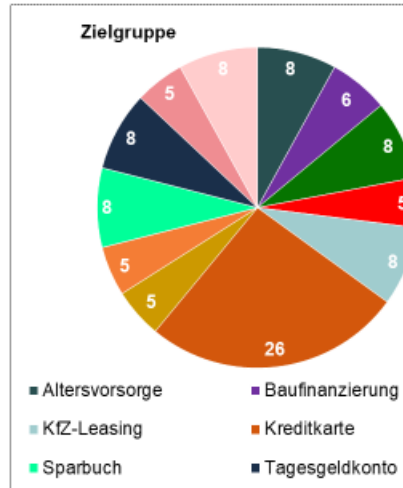
Welche soziodemografischen Merkmale charakterisieren die Zielgruppe?

Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Produktkategorien

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

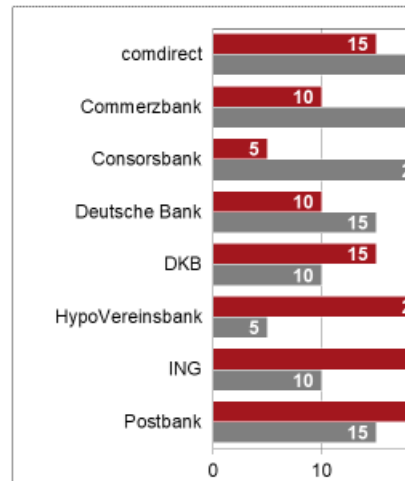


* Basis: letzte 5 Produktabschlüsse



Anbieter

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



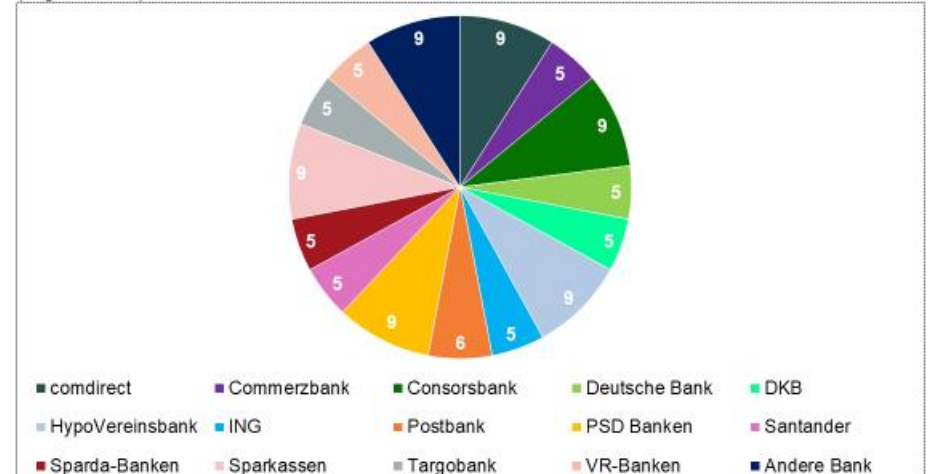
Fragestellung: Geben Sie nun an, von welchem Anbieter Sie die ob Produktabschlüsse (Anbieter); Lesebeispiel: 25% der ZG nutzen be



Welche Anbieter werden zukünftig gewählt?

Anbieter

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



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



Studie Bankzielgruppe Baufinanzierer 2021

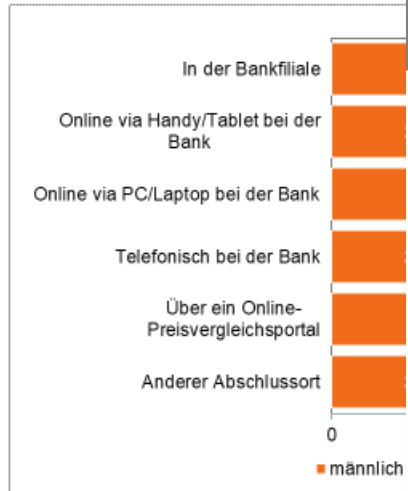
Welche Produktgruppen erwirbt die Zielgruppe verstärkt?

Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Abschlussorte

Anteile der Geschlechter nach Abschlussorten in der Zielgruppe* (Angaben in %)

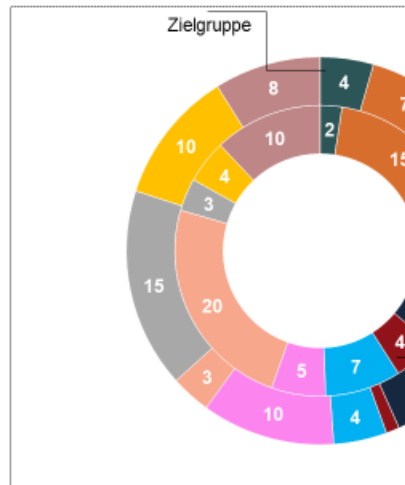


Fragestellung: Geben Sie nun an, wo Sie die oben genannten Bank



Freizeitverhalten und Mediennutzung

Gattung der zuletzt besuchten Internetseite (Angaben in %)



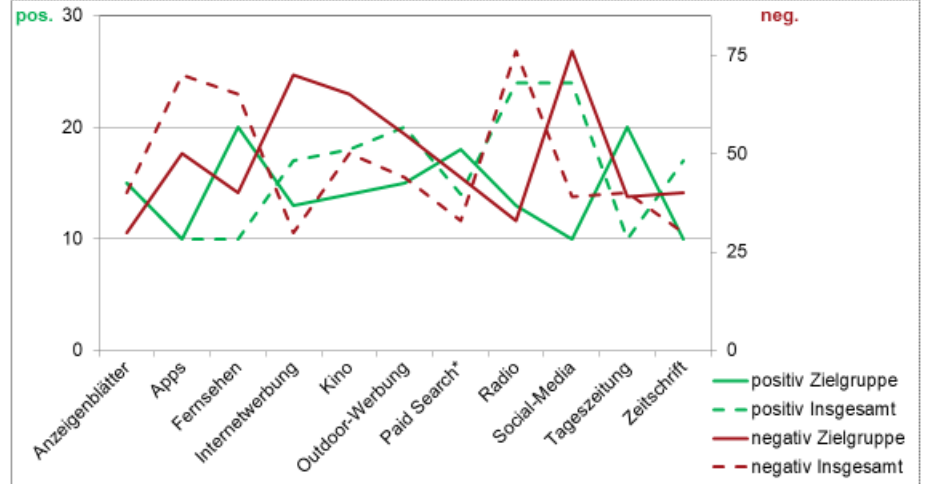
Fragestellung: Welcher Gattung würden Sie die von Ihnen zuletzt be



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); * Suchmaschinen-Anzeigen



Studie Bankzielgruppe Baufinanzierer 2021

Welche Abschlussorte wählt die Zielgruppe verstärkt?

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 2021.

Auftraggeber:

Firma: _____

Ansprechpartner: _____

E-Mail: _____

Position/Funktion: _____

Datum, Ort, Unterschrift: _____

Kontakt / Branchenerfahrung

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.

Zuletzt zur Bankenbranche erschienen:

- Werbemarktanalyse Kfz-Finanzierung 2021
- Marketing-Mix-Analyse Girokonto 2021
- Werbemarktanalyse Banken 2021
- Marketing-Mix-Analyse Bausparen 2021
- Studie eVisibility Banken 2021
- Studie Unternehmensprofile Banken 2021

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. Seit 2007 sind über 100 Studien zur Bankenbranche erschienen. In der Studienreihe Zielgruppenstudien sind bisher mehr als 90 Studien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

