

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

Studiensteckbrief

# Studie Bankzielgruppe Festgeld 2025

erarbeitet von:  
research tools, Esslingen am Neckar

August 2025



**research tools**

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie  
Bankzielgruppe Festgeld 2025

# Informationen zur Studie

## Nutzwert der Studie:



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



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



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



Welche **Anbieter** sind in der Zielgruppe überdurchschnittlich beliebt?



**Wo** schließen Festgeldkunden ihre Bankprodukte ab?



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

# Informationen zur Studie

## Key Facts der Analysebereiche:

### Soziodemografie

19%



**Festgeldkunden**  
in der Online-Bevölkerung

### Produkt



**Top-Produkte Frauenanteil**

- Altersvorsorge
- Baufinanzierung
- Kfz-Leasing

### Kundenverhalten

18%

Abschluss aufgrund einer  
**Empfehlung**

### Banken

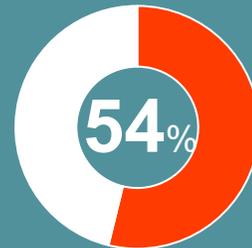
beliebteste Anbieter  
(Marktanteil)

**Sparkassen**

**ING**

**VR-Banken**

### Abschlussorte



der Bankprodukt-  
abschlüsse erfolgen  
**online**

### Freizeit & Medien

die Zielgruppe  
steht Werbung in

**Tageszeitungen**

überdurchschnittlich  
positiv gegenüber



**research tools**

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie  
Bankzielgruppe Festgeld 2025

# Informationen zur Studie

## Nutzen und Umfang der Studie:

Detaillierte Analyse der **Zielgruppe Festgeldkunden**

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

Nutzung von **11 Produktkategorien** und **14 Anbietern**

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:

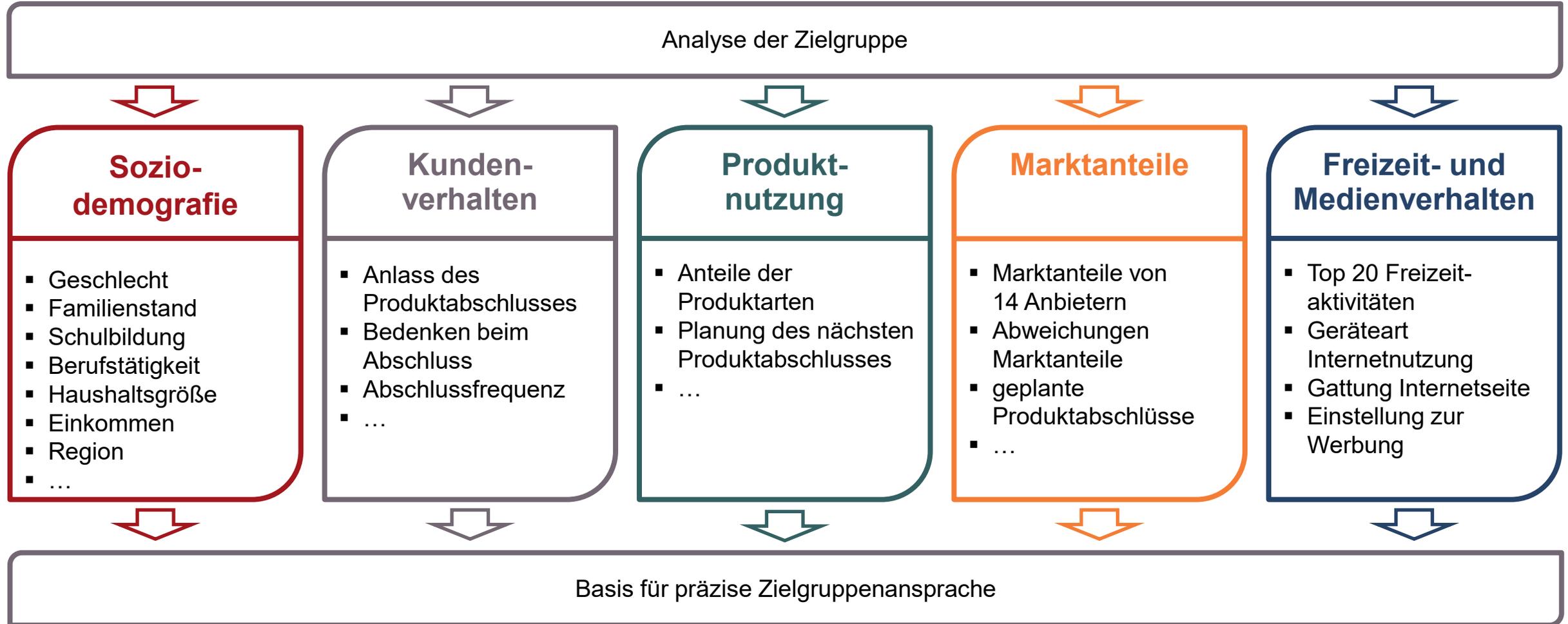
- 4.000 Interviews (auf zwei Jahre verteilt)
- online-bevölkerungsrepräsentativ
- Verbraucher in Deutschland
- davon 19 Prozent aus der Zielgruppe Festgeldkunden
- im August 2025 erschienen

## 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 zwei 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

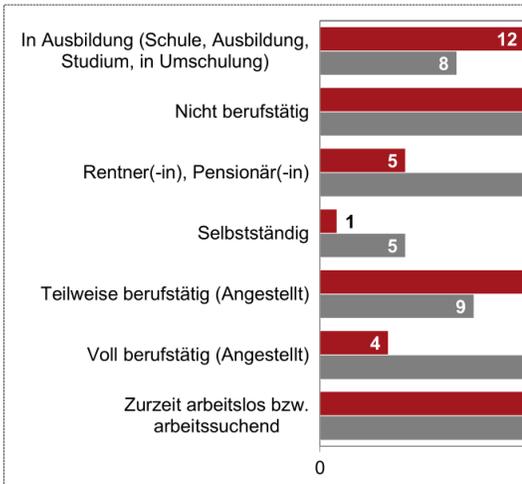


# Analysebeispiele (1)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Soziodemografie

Anteil Berufstätigkeit (Angaben in %)

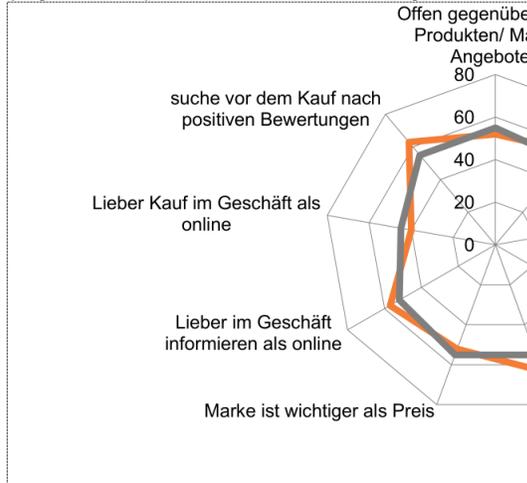


Fragestellung: Ihr Beruf?



### Kundenverhalten

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



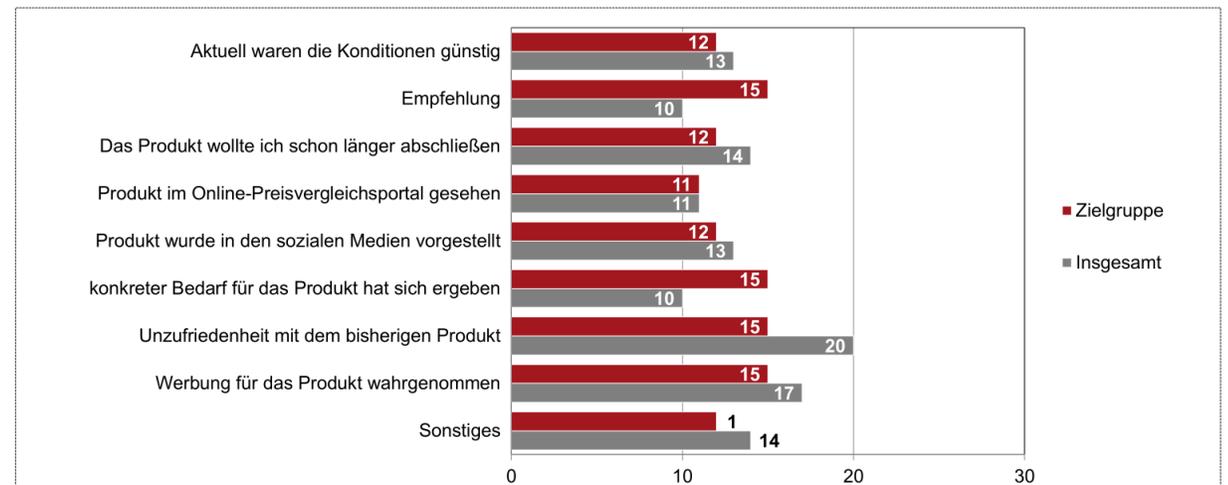
Fragestellung: Welcher der folgenden Aussagen stimmen Sie zu?



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  
Festgeld 2025

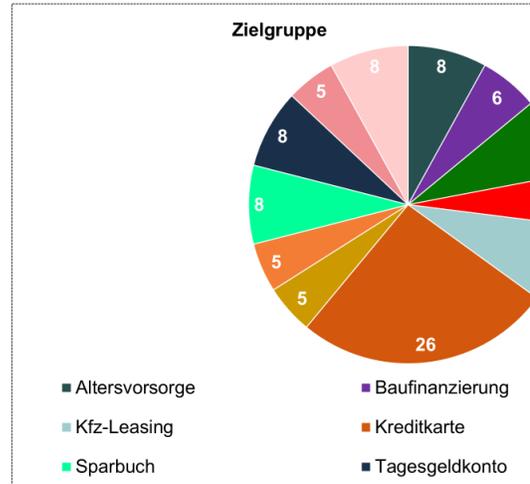
Welche soziodemografischen Merkmale charakterisieren die Zielgruppe?

# Analysebeispiele (2)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Produktkategorien

Anteil der Produktkategorien an den **letzten Produktabschlüssen**<sup>1</sup> (Angaben in %)

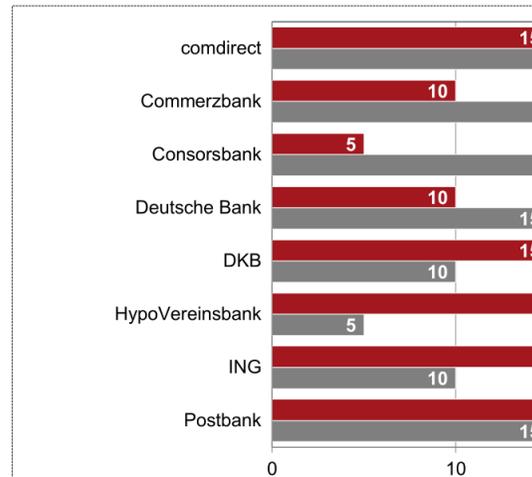


<sup>1</sup> Basis: letzte 2 Produktabschlüsse



### Anbieter

Verteilung der Produktabschlüsse auf die Anbieter<sup>1</sup> (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

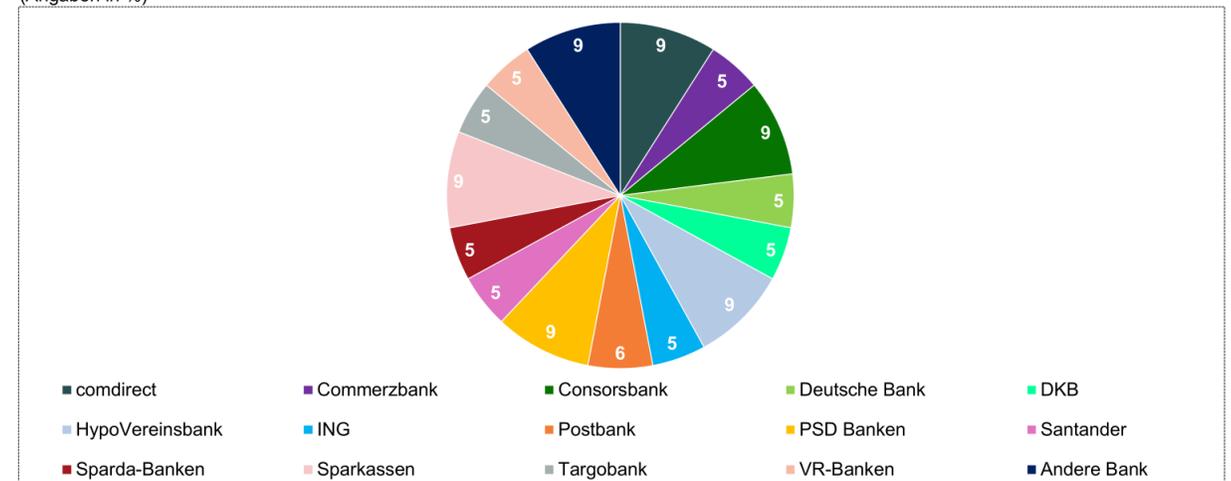


Welche Produktgruppen erwirbt die Zielgruppe verstärkt?

Welche Anbieter werden zukünftig gewählt?

### Anbieter

Marktanteile der Anbieter bei **geplantem Produkterwerb**<sup>1</sup> in der Zielgruppe (Angaben in %)



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



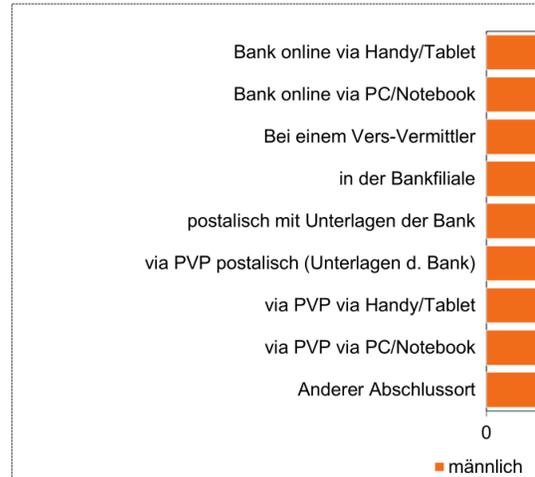
Studie: Bankzielgruppe Festgeld 2025

# Analysebeispiele (3)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Abschlussorte

Anteile der Geschlechter nach Abschlussorten in der Zielgruppe<sup>1</sup> (Angaben in %)

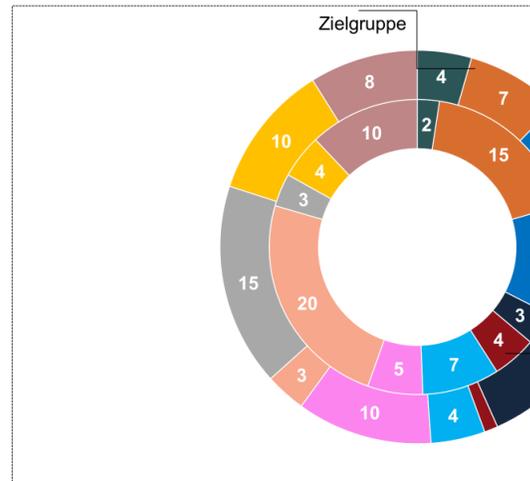


Fragestellung: Geben Sie nun an, wo Sie die oben genannten Bankprodukte erworben hat



### Freizeitverhalten und Mediennutzung

Gattung der zuletzt besuchten Internetseite (Angaben in %)



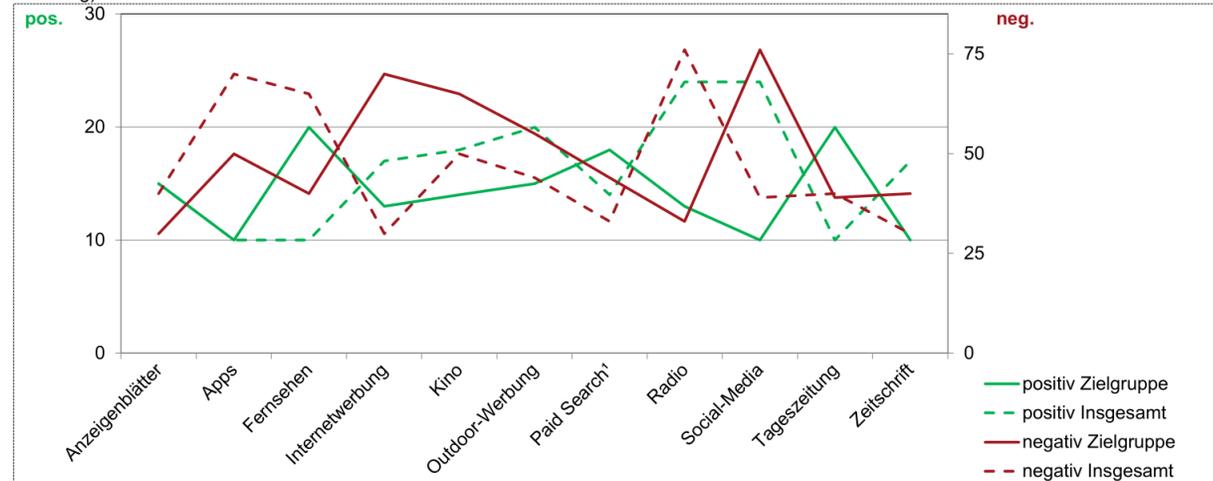
Fragestellung: Welcher Gattung würden Sie die von Ihnen zuletzt besuchte Internetseite z



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 Festgeld 2025

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](mailto: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 Festgeld 2025.**

**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.

In der Bankenbranche hat research tools bereits über 150 Studien veröffentlicht. In der Studienreihe Zielgruppenstudien sind bisher mehr als 140 Studien zu unterschiedlichen Branchen erschienen

Zuletzt zur Bankenbranche erschienen :

- Studie Social Media-Performance Banken 2025
- Studie Unternehmensprofile Banken 2025
- Studie eVisibility Banken 2025
- Werbemarktanalyse Banken 2025
- Studie Customer Journey Online Broker 2025
- Studie Operatives Produktmarketing Banken 2025

Bankenbranche: seit 2020 mehr als 60 Studien veröffentlicht

