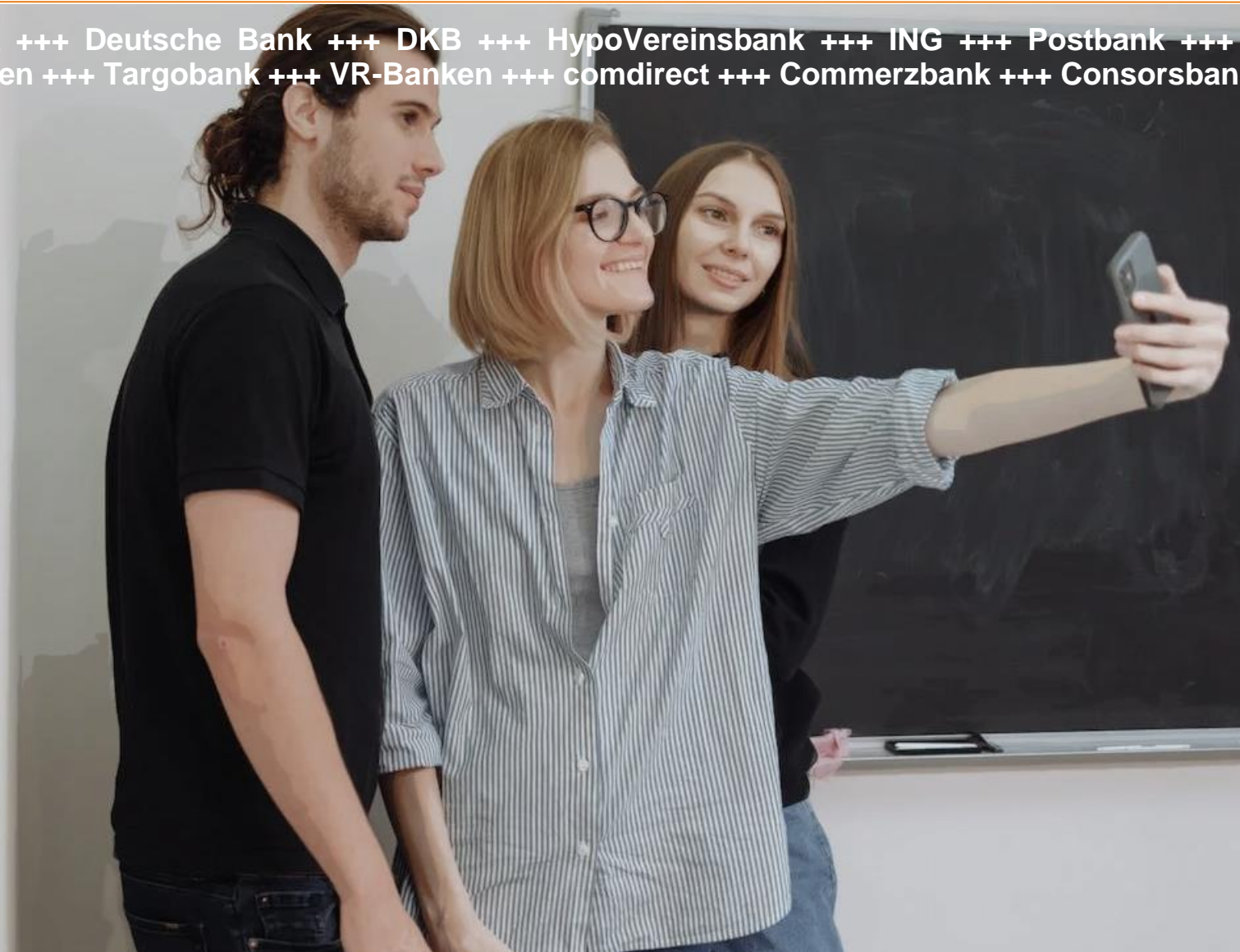


+++ comdirect +++ Commerzbank +++ Consorsbank +++ Deutsche Bank +++ DKB +++ HypoVereinsbank +++ ING +++ Postbank +++ PSD Banken+++ Santander +++ Sparda-Bank +++ Sparkassen +++ Targobank +++ VR-Banken +++ comdirect +++ Commerzbank +++ Consorsbank ++



Studiensteckbrief

# Studie Bankzielgruppe Junge Filialkunden 2023

erarbeitet von:  
research tools, Esslingen am Neckar

Juli 2023



**research tools**

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie  
Bankzielgruppe Junge Filialkunden 2023

# Informationen zur Studie

## Ausgewählte Key Facts:

- Die untersuchte Zielgruppe Junge Filialkunden wird repräsentiert von Personen zwischen 18 und 34 Jahren, die innerhalb ihrer letzten bis zu fünf Bankproduktabschlüsse mindestens einmal ein Produkt in einer Bankfiliale abgeschlossen haben. 13 Prozent der 4.000 online-repräsentativ befragten Verbraucher fallen in diese Kategorie, deren Verhalten im Bankenmarkt analysiert wird.
- Knapp die Hälfte der Zielgruppe ist alleinstehend beziehungsweise Single.
- In ihrem allgemeinen Kundenverhalten tätigen junge Filialkunden häufiger Spontankäufe und sind offener gegenüber neuen Produkten, Marken und Angeboten als die Vergleichsgruppe der Bankkunden insgesamt.
- Die Zielgruppe schließt vergleichsweise häufig Bankprodukte aufgrund von Empfehlungen ab.
- Zwei Produktgruppen werden von den jungen Filialkunden überdurchschnittlich häufig genutzt.
- Bei zwei Anbietern plant die Zielgruppe zukünftig häufiger als bisher Produktabschlüsse.
- Junge Filialkunden schließen Bankprodukte primär in der Filiale ab, was per Definition der Zielgruppe nahe liegt. Darüber hinaus schließen junge Filialkunden Produkte online ab, meist über die Bank direkt, seltener über ein Preisvergleichsportal.
- Die Zielgruppe reagiert im Vergleich deutlich positiver auf Werbung in Kino, Social Media und Outdoor.



# Informationen zur Studie

## Key Facts der Analysebereiche:

### Soziodemografie

13%



**Junge Filialkunden**  
in der Bevölkerung

### Produkt



**Top-Produkte Frauenanteil**

- Ratenkredit/Autokredit
- Kreditkarte
- Baufinanzierung

### Kundenverhalten

30%

Abschluss aufgrund einer **Empfehlung**

### Banken

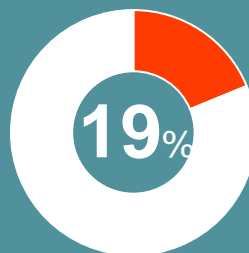
beliebteste Anbieter  
(Marktanteil)

**Sparkassen**

**VR-Banken**

**Commerzbank**

### Abschlussorte



der Bankprodukt-  
abschlüsse  
erfolgen

**online**

### Freizeit & Medien

die Zielgruppe  
nutzt überdurch-  
schnittlich häufig



**Video &  
Unterhaltungsseiten**

# Informationen zur Studie

## Nutzen und Umfang der Studie:

Detaillierte Analyse der **Zielgruppe Junge Filialkunden**

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

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

alle Information auf **70 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:

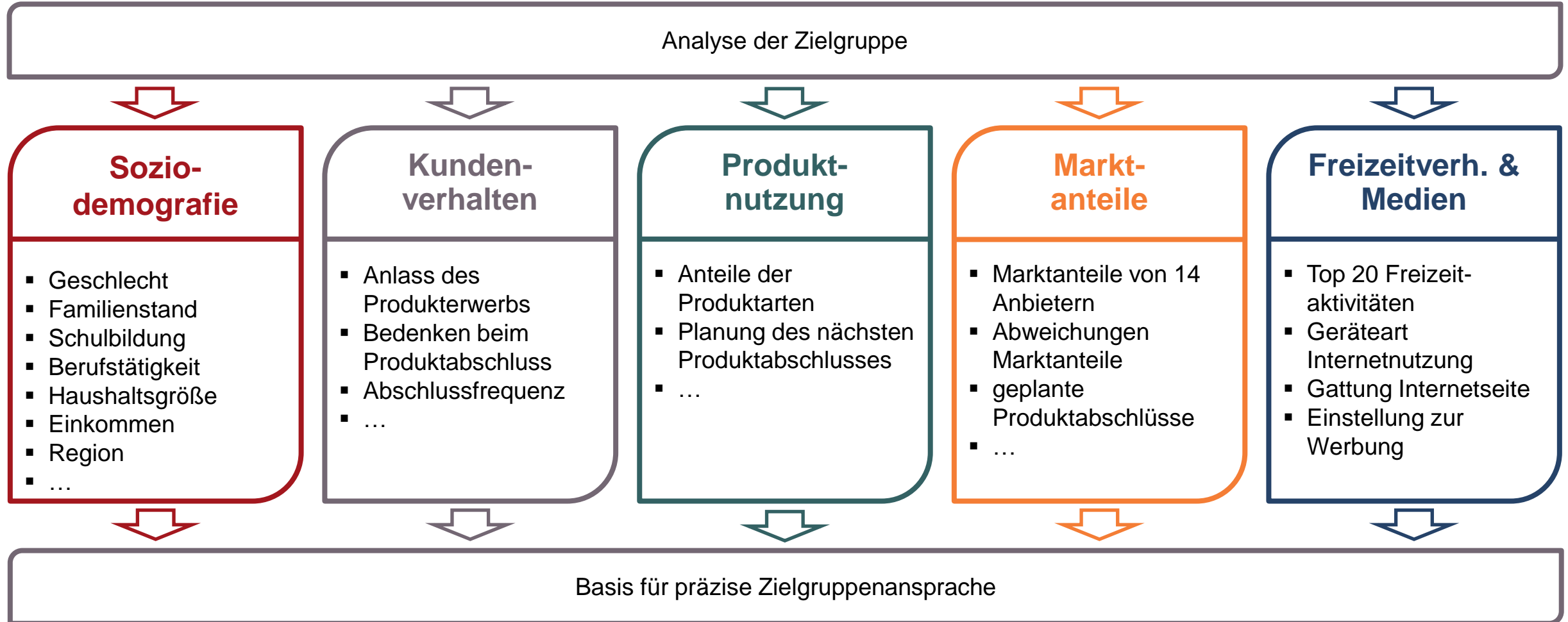
- 4.000 Interviews (auf zwei Jahre verteilt)
- online-bevölkerungsrepräsentativ
- Verbraucher in Deutschland
- davon 13 Prozent aus der Zielgruppe Junge Erwachsene

## Preis:

- die 70 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<br>Geschlecht, Altersstruktur, Familienstand, Schulbildung, Berufstätigkeit, Haushaltsgröße, Anteile der<br>Kinder unter 18, Haushalts-Bruttoeinkommen, Region |    |
| ➤ Kundenverhalten   | 23 |
| Bewertung der Statements, Anlass des zuletzt abgeschlossenen Bankproduktes, Bedenken beim<br>Abschluss, treue Kunden und Brandhopper, Abschlussart des zuletzt erworbenen Bankproduktes,<br>Frequenz der Abschlüsse                                   |    |
| ➤ Produktkategorien   | 30 |
| Aktuell genutzte Produktkategorien, letzte fünf erworbene Produktkategorien, voraussichtlich nächster<br>Produkterwerb, Differenz der Marktanteile  |    |
| ➤ Anbieter  | 37 |
| Verteilung der Anbieter, Marktanteile der Anbieter, Abweichungen Marktanteile, Erwerbsplan<br>Marktanteile, Differenz der Marktanteile  |    |
| ➤ Abschlussorte   | 46 |
| Verteilung der Abschlussorte, Marktanteile der Abschlussorte, Abweichungen Marktanteile,<br>Erwerbsplan Marktanteile, Differenz der Marktanteile  |    |
| ➤ Freizeitverhalten und Mediennutzung   | 54 |
| Top 10 Medien, Top 20 Freizeitaktivitäten, Geräteart der letzten Internetnutzung, Gattung der<br>Internetseite, Einstellung zur Werbung nach Mediengattungen, Letzter Kontakt zum Anbieter  |    |
| ➤ Kontakt   | 69 |

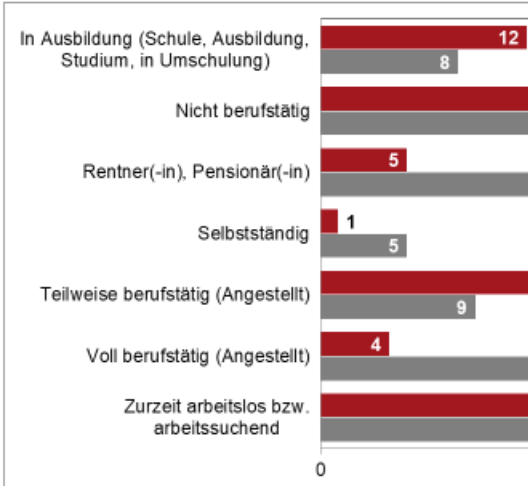


# Analysebeispiele (1)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Soziodemografie

Anteil Berufstätigkeit (Angaben in %)



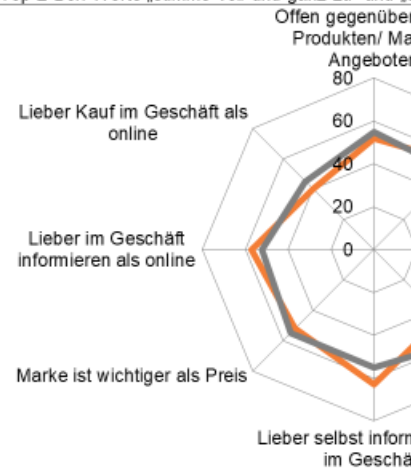
Fragestellung: Ihr Beruf?



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)



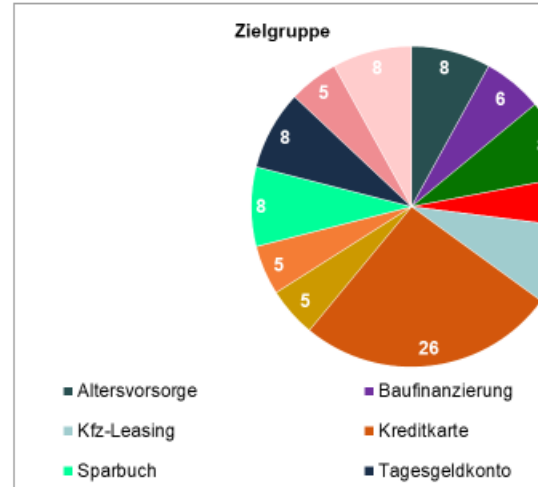
Studie Bankzielgruppe Junge Filialkunden 2023

# Analysebeispiele (2)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Produktkategorien

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

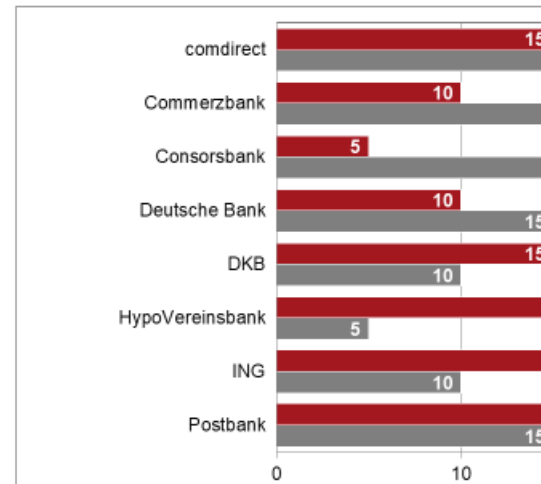


<sup>1</sup> Basis: letzte 5 Produktabschlüsse



### Anbieter

Verteilung der Produktabschlüsse auf die Anbieter<sup>1</sup> (1 von 2) (Angaben in %)



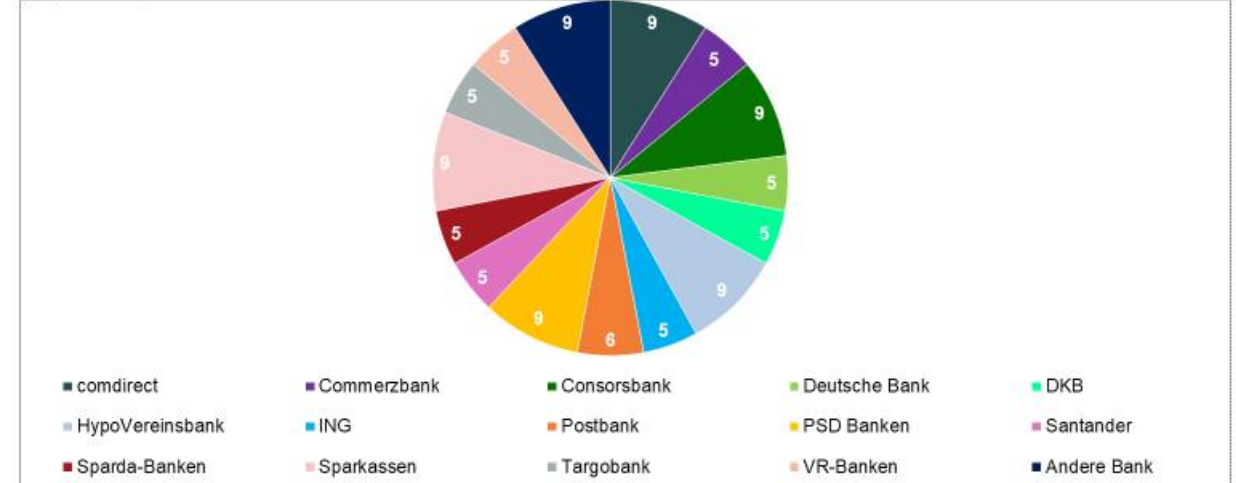
Fragestellung: Geben Sie nun an, von welchem Anbieter Sie die oben genannten Bankpro bei einem der bis zu fünf letzten Bankproduktabschlüsse ein Produkt von ING



Welche Banken 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 Junge Filialkunden 2023

Welche Produktgruppen erwirbt die Zielgruppe verstärkt?

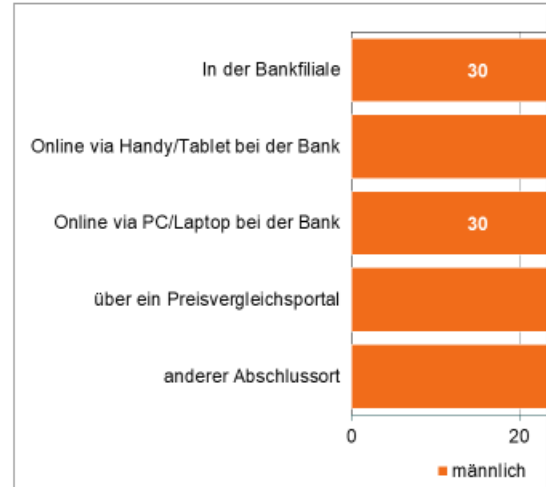


# Analysebeispiele (3)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Abschlussorte

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

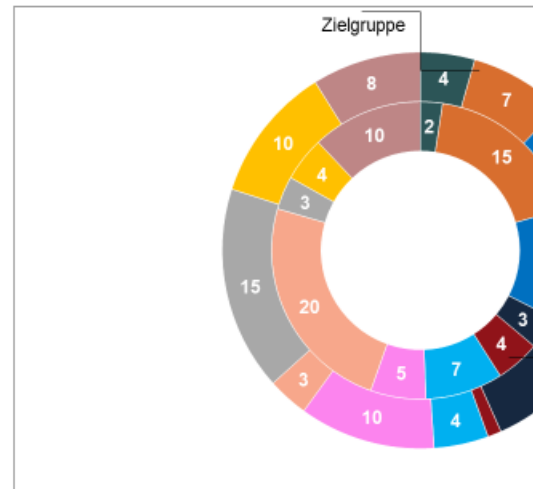


Fragestellung: Geben Sie nun an, wo Sie die oben genannten Bankprodukte erworben haben



### Freizeitverhalten und Mediennutzung

Gattung der zuletzt besuchten Internetseite (Angaben in %)



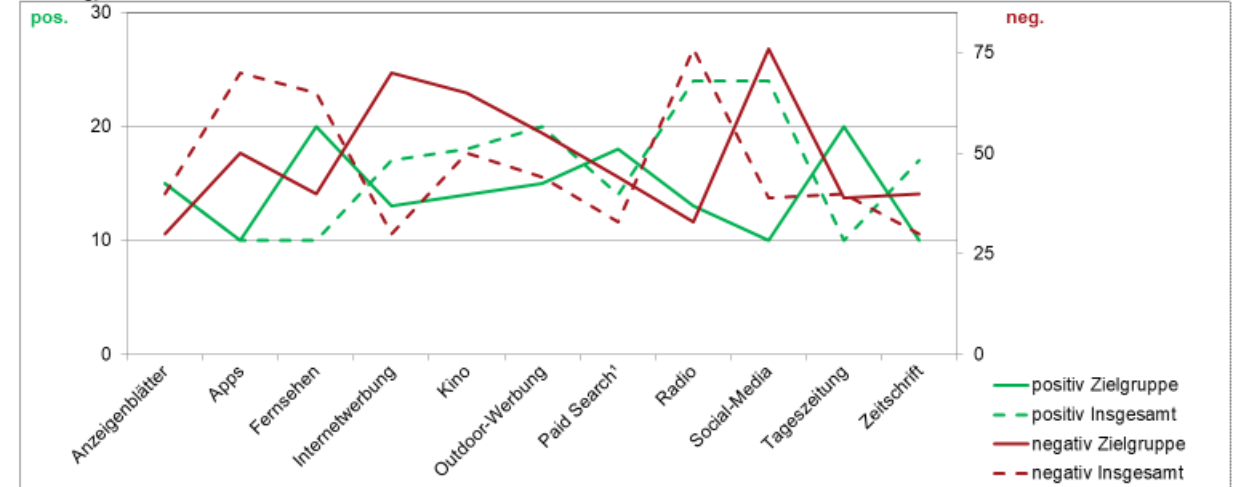
Fragestellung: Welcher Gattung würden Sie die von Ihnen zuletzt besuchte Internetseite zuordnen?



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 Werbformen. (Mehrfachantworten möglich) 1 Suchmaschinen-Anzeigen



Studie Bankzielgruppe Junge Filialkunden 2023

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](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 Junge Filialkunden 2023.**

**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 Studienreihe Zielgruppenstudien sind bisher mehr als 100 Studien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

Zuletzt zur Bankenbranche erschienen:

- Studie Social Media-Performance Banken 2023
- Marketing-Mix-Analyse Girokonto 2023
- Werbemarktanalyse Banken 2023
- Studie eVisibility Banken 2023
- Studie Bankzielgruppe Individualkunden 2023
- Studie Operatives Produktmarketing Banken 2023

Bankenbranche: seit 2021 mehr als 30 Studien veröffentlicht

