

+++ comdirect +++ Commerzbank +++ Consorsbank +++ Deutsche Bank +++ DKB +++ HypoVereinsb. +++
ING +++ Postbank +++ PSD Banken +++ Santander +++ Sparda-B. +++ Sparkas. +++ Targob. +++ VR-Banken

Studiensteckbrief

Studie Bankzielgruppe Kfz-Leasingkunden 2022

erarbeitet von:

research tools, Esslingen am Neckar

September 2022



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie Bankzielgruppe
Kfz-Leasingkunden 2022

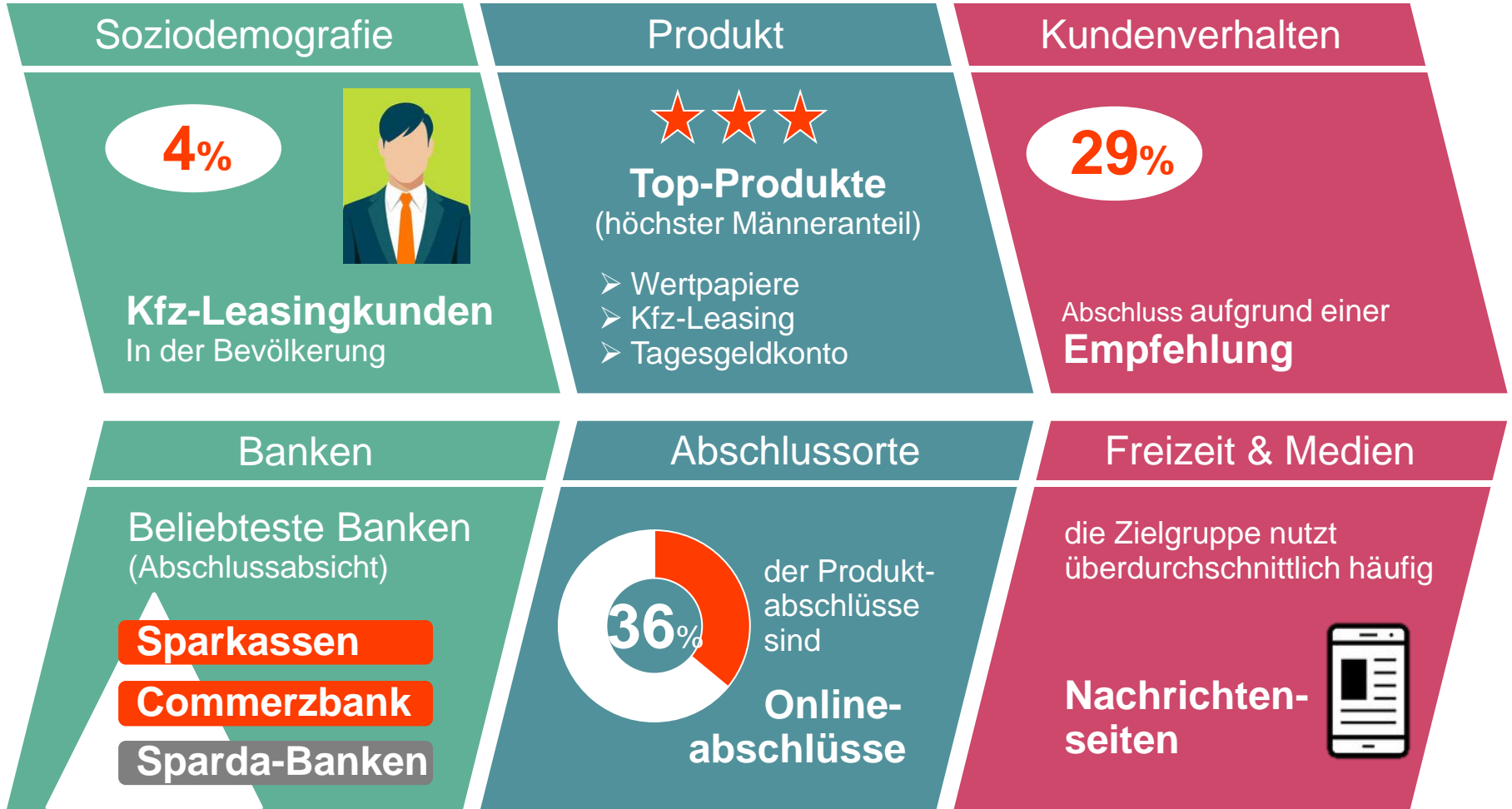
Informationen zur Studie

Ausgewählte Key Facts:

- Die untersuchte Zielgruppe Kfz-Leasingkunden wird repräsentiert von Bankkunden, die aktuell ein geleastes Kraftfahrzeug nutzen. Vier Prozent der 4.000 online-repräsentativ befragten Verbraucher fallen in diese Kategorie, deren Verhalten im Bankenmarkt analysiert wird.
- Die Zielgruppe Kfz-Leasingkunden ist überdurchschnittlich stark männlich geprägt.
- Die Zielgruppe hat mehr Bedenken beim Bankproduktabschluss als die Gesamtheit der Bankkunden.
- Bei der Frage nach dem nächsten geplanten Produktabschluss sind Wertpapiere das am häufigsten genannte Produkt in der Zielgruppe.
- Die Deutsche Bank hält in der Zielgruppe deutlich höhere Anteile als in der Vergleichsgruppe.
- Bei den Bankproduktabschlüssen ist die Zielgruppe weniger onlineaffin als die Vergleichsgruppe.
- Nachrichtenseiten nutzt die Zielgruppe häufiger als die Bankkunden insgesamt, soziale Netzwerke hingegen seltener.

Informationen zur Studie

Key Facts der Analysebereiche:



Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

Detaillierte Analyse der **Zielgruppe Kfz-Leasingkunden**

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:

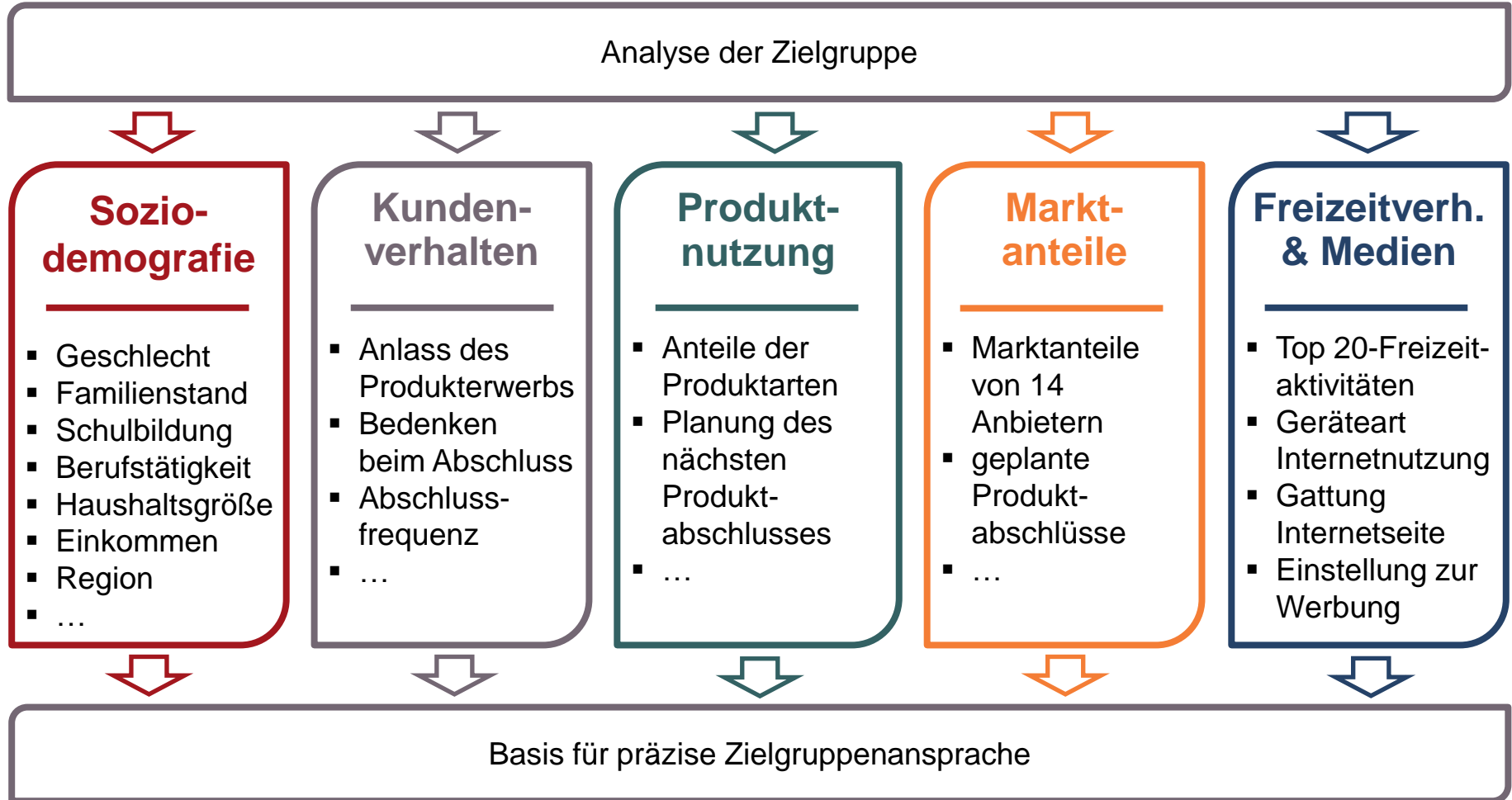
- 4.000 Interviews (auf zwei Jahre verteilt)
- online-bevölkerungsrepräsentativ
- Verbraucher in Deutschland
- davon 4 Prozent aus der Zielgruppe Kfz-Leasingkunden

Preis:

- die 70 Seiten umfassende Studie kostet **1.500 EUR** zuzüglich MwSt.

Informationen zur Studie

Konzeption:



Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	3
➤ Forschungsdesign	9
➤ Soziodemografie	13
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	24
Bewertung der Statements, Anlass des zuletzt abgeschlossenen Bankproduktes, Bedenken beim Abschluss, treue Kunden und Brandhopper, Abschlussart des zuletzt erworbenen Bankproduktes, Frequenz der Abschlüsse	
➤ Produktkategorien	31
Aktuell genutzte Produktkategorien, letzte fünf erworbene Produktkategorien, voraussichtlich nächster Produktwerb, Differenz der Marktanteile	
➤ Anbieter	38
Verteilung der Anbieter, Marktanteile der Anbieter, Abweichungen Marktanteile, Erwerbsplan Marktanteile, Differenz der Marktanteile	
➤ Abschlussorte	47
Verteilung der Abschlussorte, Marktanteile der Abschlussorte, Abweichungen Marktanteile, Erwerbsplan Marktanteile, Differenz der Marktanteile	
➤ Freizeitverhalten und Mediennutzung	55
Top 10 Medien, Top 20 Freizeitaktivitäten, Geräteart der letzten Internetnutzung, Gattung der Internetseite, Einstellung zur Werbung nach Mediengattungen	
➤ Kontakt	69

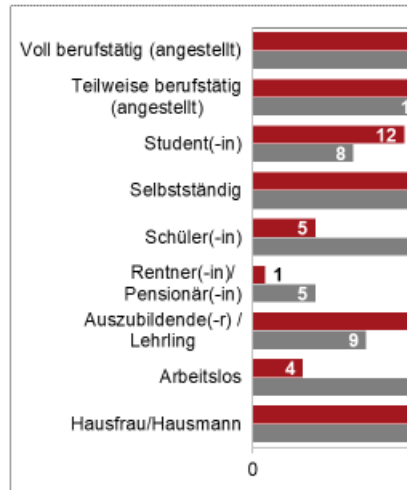


Analysebeispiele (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Soziodemografie

Anteil Berufstätigkeit (Angaben in %)



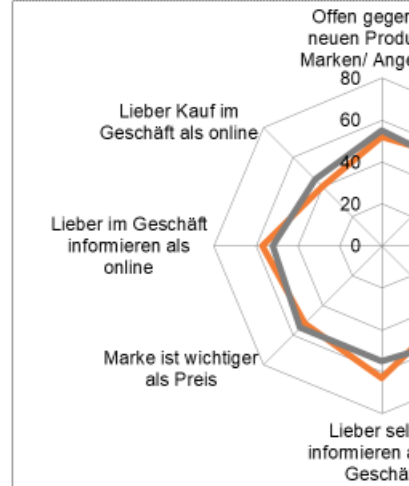
Fragestellung: Ihr Beruf?



Si Kfz

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?



Si Kfz

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 Kfz-Leasingkunden 2022

Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

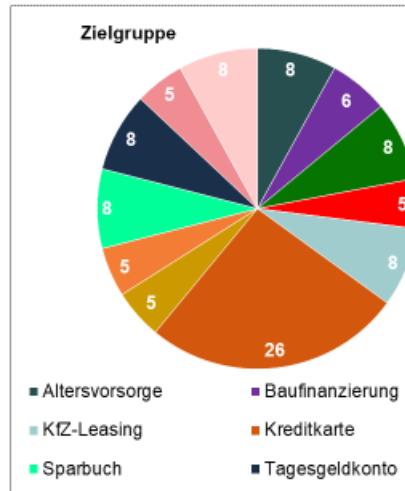
Welche soziodemografischen Merkmale charakterisieren die Zielgruppe?

Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Produktkategorien

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



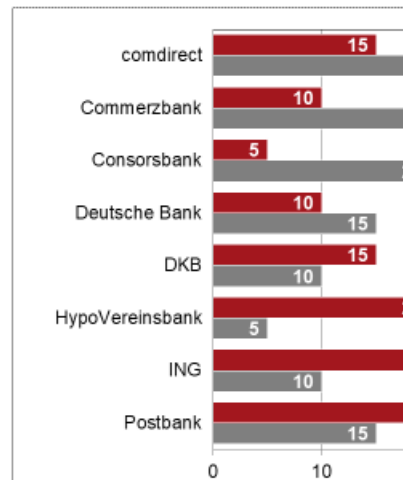
1 Basis: letzte 5 Produktabschlüsse



SI
Kfz

Anbieter

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



Fragestellung: Geben Sie nun an, von welchem Anbieter Sie die obigen Produktabschlüsse (Anbieter); Lesebeispiel: 25% der ZG nutzten bei...

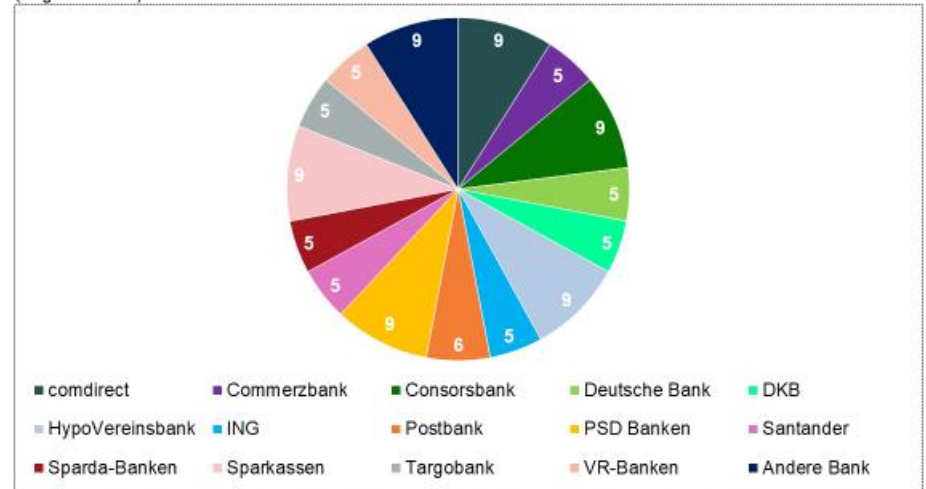


SI
Kfz

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
Kfz-Leasingkunden 2022

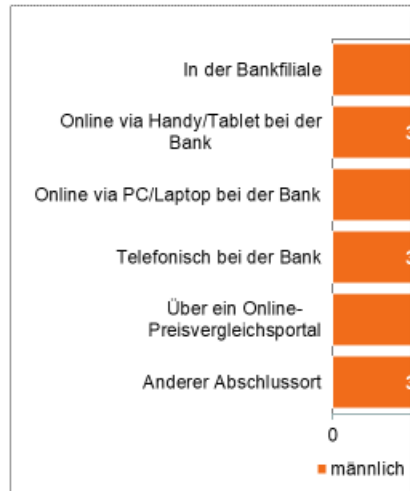
Welche Produktgruppen erwirbt die Zielgruppe verstärkt?

Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Abschlussorte

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

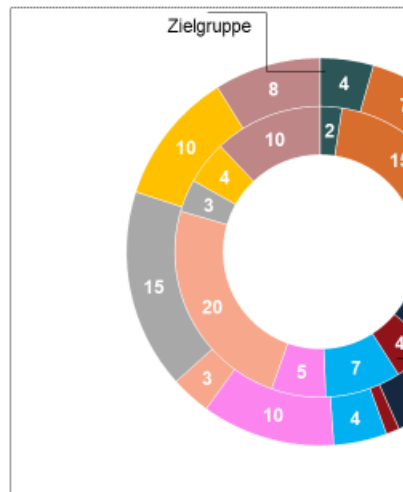


Fragestellung: Geben Sie nun an, wo Sie die oben genannten Bank



Freizeitverhalten und Mediennutzung

Gattung der zuletzt besuchten Internetseite (Angaben in %)



Fragestellung: Welcher Gattung würden Sie die von Ihnen zuletzt be

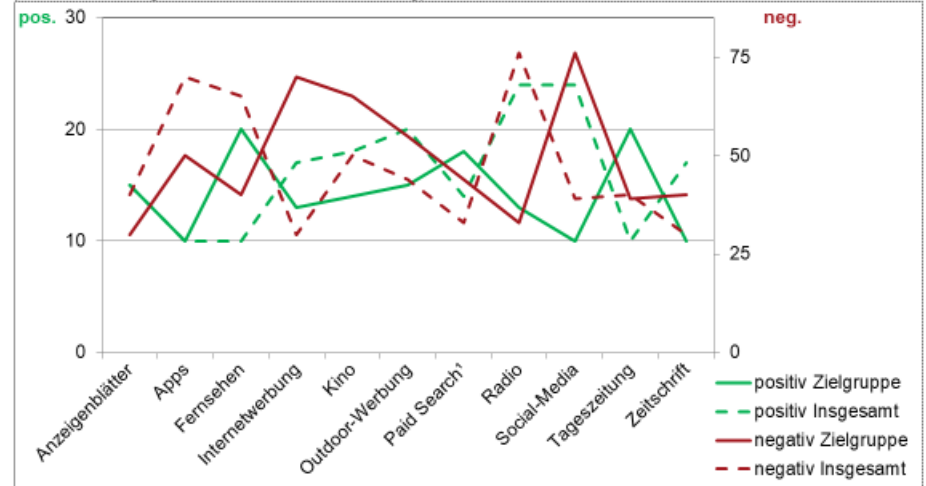


Welche Abschlussorte wählt die Zielgruppe verstärkt?

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 Werbepformen. (Mehrfachantworten möglich) 1 Suchmaschinen-Anzeigen



Studie Bankzielgruppe Kfz-Leasingkunden 2022

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 Kfz-Leasingkunden 2022.

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 Karten 2022
- Studie Bankzielgruppe Vergleichsportalkunden 2022
- Werbemarktanalyse Banken 2022
- Studie Unternehmensprofile Banken 2022
- Studie eVisibility Banken 2022
- Studie Operatives Produktmarketing Banken 2022

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. Seit 2018 sind über 50 Studien zur Bankenbranche erschienen. In der Studienreihe Zielgruppenstudien sind seit 2020 mehr als 30 Studien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

