

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

Studiensteckbrief

Studie Bankzielgruppe Mobile Device 2020

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

August 2020



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie
Bankzielgruppe Mobile Device 2020

Informationen zur Studie

Ausgewählte Key Facts:

- Die untersuchte Zielgruppe Mobile Device wird repräsentiert von Personen, die innerhalb der letzten Bankproduktabschlüsse mindestens einmal ein Bankprodukt online via Handy oder Tablet abgeschlossen haben. Zehn Prozent der 2.000 online-repräsentativ befragten Verbraucher fallen in diese Kategorie, deren Verhalten im Bankenmarkt analysiert wird.
- Der Anteil an Personen unter 45 Jahren ist in der Zielgruppe Mobile Device wenig überraschend deutlich höher als in der Gesamtbevölkerung.
- Die Zielgruppe verfügt im Durchschnitt über ein höheres jährliches Haushalts-Bruttoeinkommen als die Befragten der Gesamtbevölkerung.
- In ihrem allgemeinen Kundenverhalten ist die Zielgruppe viel offener gegenüber neuen Produkten, Marken oder Angeboten als die Gesamtbevölkerung.
- Empfehlungen sind ein starker Motivator für den Abschluss eines Bankprodukts.
- Die Gruppe der Mobile Device-Nutzer reagiert auf Werbung meist positiver als die Gesamtbevölkerung. Vier Offline-Mediengattungen verzeichnen überdurchschnittliche Akzeptanzwerte.

Informationen zur Studie

Key Facts der Analysebereiche:



Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

Detaillierte Analyse der **Zielgruppe Mobile Device**

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

Nutzung von **11 Produktkategorien** und **14 Banken/Bankengruppen** im Bankenmarkt

alle Information auf **80 PowerPoint-Seiten**

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

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

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

Forschungsdesign:

- 2.000 Interviews
- online-bevölkerungsrepräsentativ
- Verbraucher in Deutschland
- davon zehn Prozent aus der Zielgruppe Mobile Device
- im August 2020 erschienen

Preis:

- die 80 Seiten umfassende Studie kostet **1.100 EUR** zuzüglich MwSt.

Informationen zur Studie

Konzeption:



Inhaltsverzeichnis

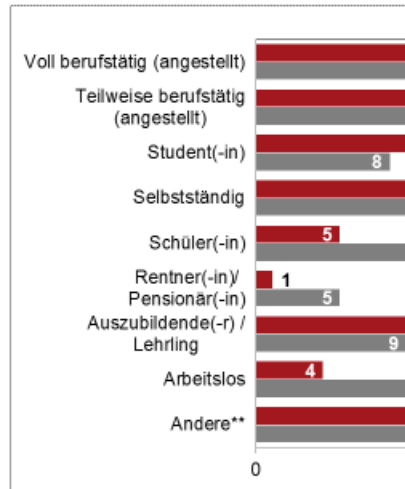
| | |
|--|----|
| ➤ Management Summary | 3 |
| ➤ Forschungsdesign | 9 |
| ➤ Soziodemografie | 13 |
| Vergleich der Zielgruppe mit der Gesamtbevölkerung in den soziodemografischen Merkmalen Geschlecht, Altersstruktur, Familienstand, Schulbildung, Berufstätigkeit, Haushaltsgröße, Anteile der Kinder unter 18, Haushalts-Bruttoeinkommen, Region | |
| ➤ Kundenverhalten | 26 |
| Bewertung der Statements, Anlass des zuletzt abgeschlossenen Bankprodukts, Bedenken beim Abschluss, treue Kunden und Brandhopper, Abschlussart des zuletzt abgeschlossenen Bank- produkts, Frequenz der Produktabschlüsse | |
| ➤ Produktkategorien | 35 |
| Aktuell genutzte Bankprodukte, letzte fünf abgeschlossene Bankprodukte, voraussichtlich nächster Produktabschluss, Differenz der Marktanteile | |
| ➤ Banken | 42 |
| Verteilung der Banken, Marktanteile der Banken, Abweichungen Marktanteile, Abschlussplan Marktanteile, Differenz der Marktanteile | |
| ➤ Abschlussorte | 52 |
| Verteilung der Abschlussorte, Marktanteile der Abschlussorte, Abweichungen Marktanteile, Abschlussplan Marktanteile, Differenz der Marktanteile | |
| ➤ Freizeitverhalten und Mediennutzung | 62 |
| Top 10 Medien, Top 20 Freizeitaktivitäten, Geräteart der letzten Internetnutzung, Gattung der Internetseite, Einstellung zur Werbung nach Mediengattungen | |
| ➤ Kontakt | 79 |

Analysebeispiele (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Soziodemografie

Anteil Berufstätigkeit (Angaben in %)

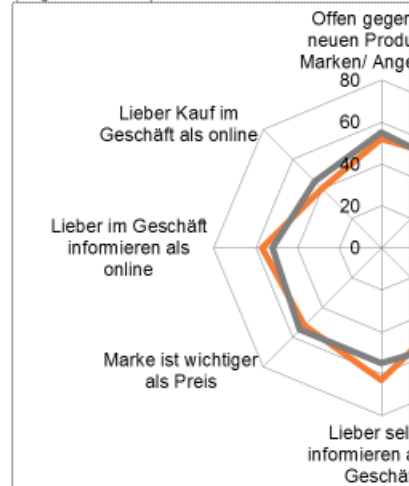


Fragestellung: Ihr Beruf?; ** Unentgeltliche Beschäftigung, Hausfrau



Kundenverhalten

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



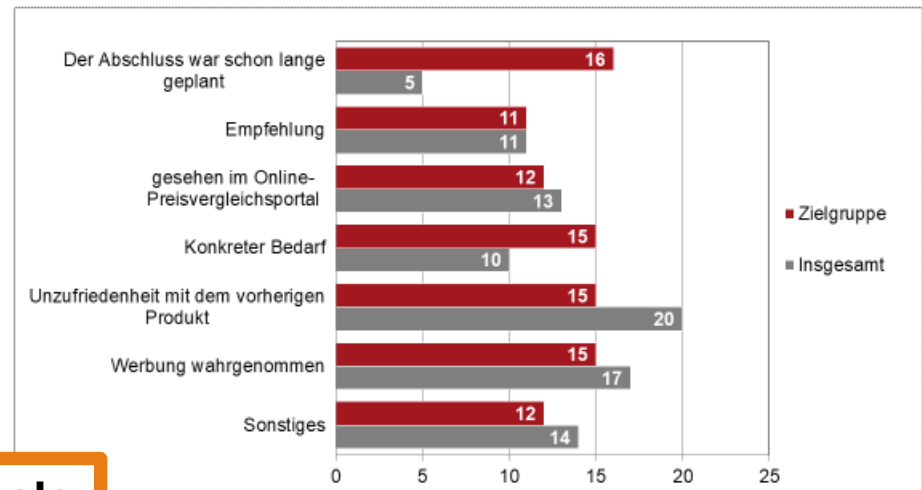
Fragestellung: Welcher der folgenden Aussagen stimmen Sie zu?



Was war der konkrete Anlass für den letzten Produktabschluss?

Kundenverhalten

Konkreter Anlass des letzten Bankproduktabschlusses (Angaben in %)



Mit welchem konkreten Anlass haben Sie das zuletzt abgeschlossene Bankprodukt abgeschlossen? (Mehrfachantworten möglich)



Studie Bankzielgruppe Mobile Device 2020

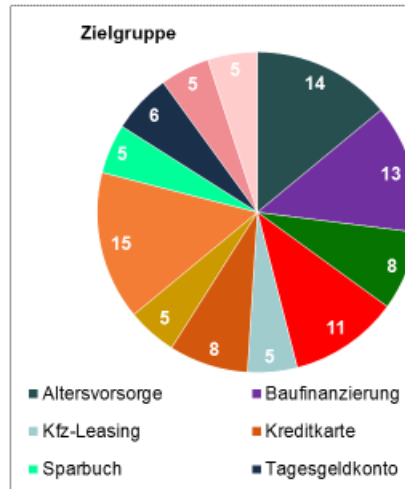
Welche soziodemografischen Merkmale charakterisieren die Zielgruppe?

Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Produktkategorien

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



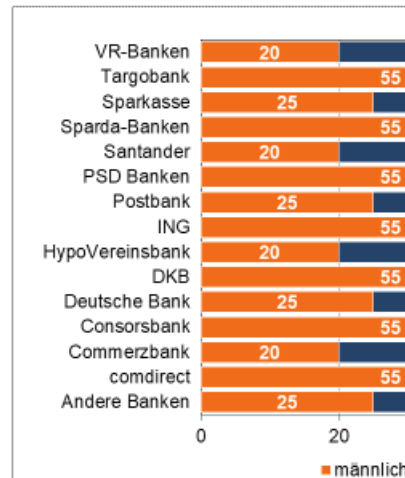
* Basis: letzte 5 Produktabschlüsse



Studie

Banken

Anteile der Geschlechter nach Bank in der Zielgruppe (Angaben in %)



Fragestellung: Geben Sie nun an, bei welcher Bank Sie die oben ge (Banken)

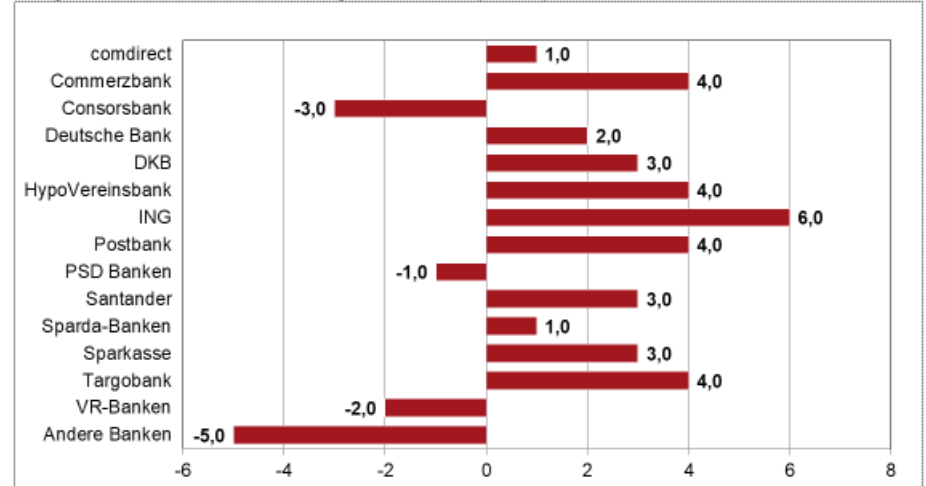


Welche Produktgruppen schließt die Zielgruppe verstärkt ab?

Welche Potenzialausschöpfung gelingt den Banken?

Banken

Differenz der Marktanteile produktgruppenübergreifend in der Zielgruppe* (geplanter Produktabschluss abzüglich letzte Produktabschlüsse, Angaben in Prozentpunkten)



Fragestellung: Geben Sie nun an, bei welcher Bank Sie die oben genannten Bankprodukte abgeschlossen haben. * Basis: letzte 5 Produktabschlüsse (Bank) geplanter Produktabschluss (Bank)



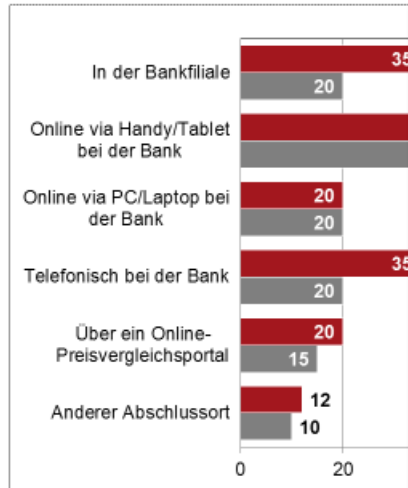
Studie Bankzielgruppe
Mobile Device 2020

Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Abschlussorte

Verteilung der Bankproduktabschlüsse auf die Abschlussorte* (Angaben in %)

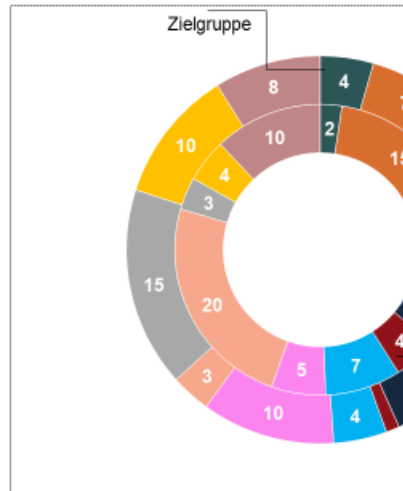


Fragestellung: siehe nächste Seite. * Basis: letzte 5 Produktabschlüssen bis zu fünf letzten Bankproduktabschlüssen - einen online Abschluss



Freizeitverhalten und Mediennutzung

Gattung der zuletzt besuchten Internetseite (Angaben in %)



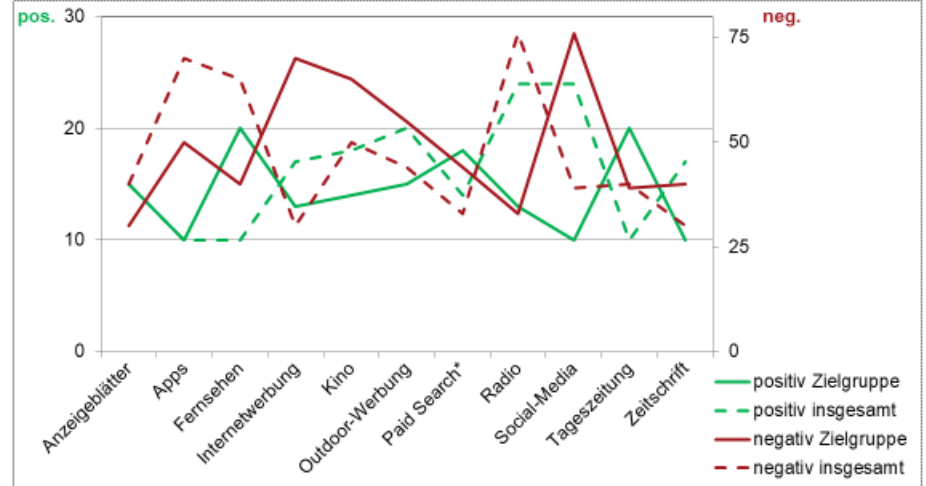
Fragestellung: Welcher Gattung würden Sie die von Ihnen zuletzt be...



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



Welche Abschlussorte sind in der Zielgruppe attraktiv?

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 1.100 EUR zzgl. MwSt. die

Studie Bankzielgruppe Mobile Device 2020.

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 2020
- Studie Bankzielgruppe Wertpapierbesitzer 2020
- Studie Vergleichsportal-Marketing Banken 2020
- Studie Paid Search Banken 2020
- Marketing-Mix-Analyse Baufinanzierung 2020
- Werbemarktanalyse Banken 2020

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. Zur Banken Branche wurden seit 2007 über 100 Studien veröffentlicht. In der Studienreihe Zielgruppenstudien sind bisher 80 Studien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

