

## Informationen zur Studie

#### **Nutzwert der Studie:**



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



Welche **Motivatoren** sind für Mobile Device Kunden beim Produktabschluss besonders relevant?



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



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



Wo schließen Mobile Device Kunden ihre Bankprodukte ab?



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

Soziodemografie



**Top-Produkte Frauenanteil** 

➤ Altersvorsorge

- Tagesgeldkonto
- ➢ Girokonto

**Produkt** 

34%

Abschluss aufgrund einer **Empfehlung** 

Banken

**Mobile Device Kunden** 

beliebteste Anbieter (Marktanteil)

in der Online-Bevölkerung

ING Sparkassen DKB

Abschlussorte



der Bankproduktabschlüsse erfolgen

über ein **Preisvergleichsportal**  Freizeit & Medien

die Zielgruppe steht Werbung auf

**Social Media** 

überdurchschnittlich positiv gegenüber



## Informationen zur Studie

### **Nutzen und Umfang der Studie:**

Detaillierte Analyse der **Zielgruppe Mobile Device Kunden** 

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 10 Prozent aus der Zielgruppe
   Mobile Device Kunden
- im Juli 2024 erschienen

#### **Preis:**

 die 71 Seiten umfassende Studie kostet 1.500 EUR zuzüglich MwSt.



## Informationen zur Studie

### **Konzeption:**

#### Analyse der Zielgruppe



## Soziodemografie

- Geschlecht
- Familienstand
- Schulbildung
- Berufstätigkeit
- Haushaltsgröße
- Einkommen
- Region
- ..



- Anlass des Produktabschlusses
- Bedenken beim Abschluss
- Abschlussfrequenz
- ..



nutzung

- Anteile der Produktarten
- Planung des nächsten Produktabschlusses
- ...





- Abweichungen Marktanteile
- geplanteProduktabschlüsse
- ..



- Top 20 Freizeitaktivitäten
- Geräteart Internetnutzung
- Gattung Internetseite
- Einstellung zur Werbung











Basis für präzise Zielgruppenansprache

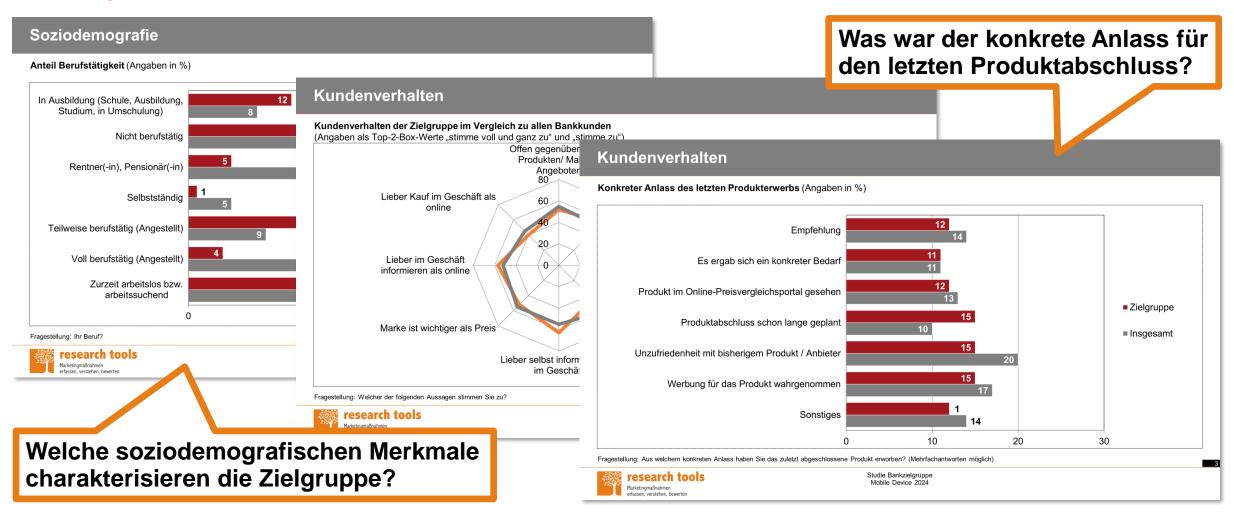
# Inhaltsverzeichnis

			Ш	
7	Management Summary	3		
7	Forschungsdesign	8		
7	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	12		
	Kundenverhalten Branchenübergreifendes Kundenverhalten, Anlass des zuletzt abgeschlossenen Bankproduktes, Bedenken beim Abschluss, Abschlussart des zuletzt erworbenen Bankproduktes, Frequenz der Abschlüsse, Abschlussart nach Produktkategorie, Anzahl der Banken nach Produktkategorie	24		
	Produktkategorien  Aktuell genutzte Produktkategorien, letzte fünf erworbene Produktkategorien, voraussichtlich nächster Produktabschluss, Differenz der Marktanteile, Anzahl der genutzten Produkte	32		
	<ul> <li>Anbieter</li> <li>Verteilung der Anbieter, Marktanteile der Anbieter, Abweichungen Marktanteile, Abschlussplan Marktanteile, Differenz der Marktanteile</li> </ul>	40		
	Abschlussorte Verteilung der Abschlussorte, Marktanteile der Abschlussorte, Abweichungen Marktanteile,	49		
	Freizeitverhalten und Mediennutzung  Top 10 Medien, Top 20 Freizeitaktivitäten, Geräteart der letzten Internetnutzung, Gattung der Internetseite, Einstellung zur Werbung nach Mediengattungen, Letzter Kontakt zum Anbieter	55		
>	Kontakt	70		



# Analysebeispiele (1)

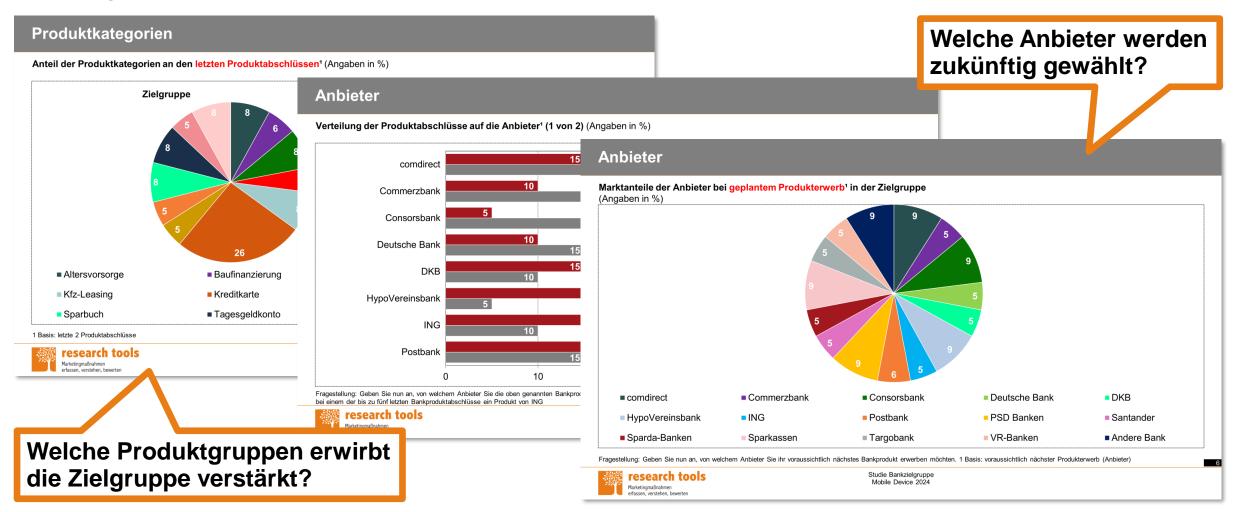
### Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten





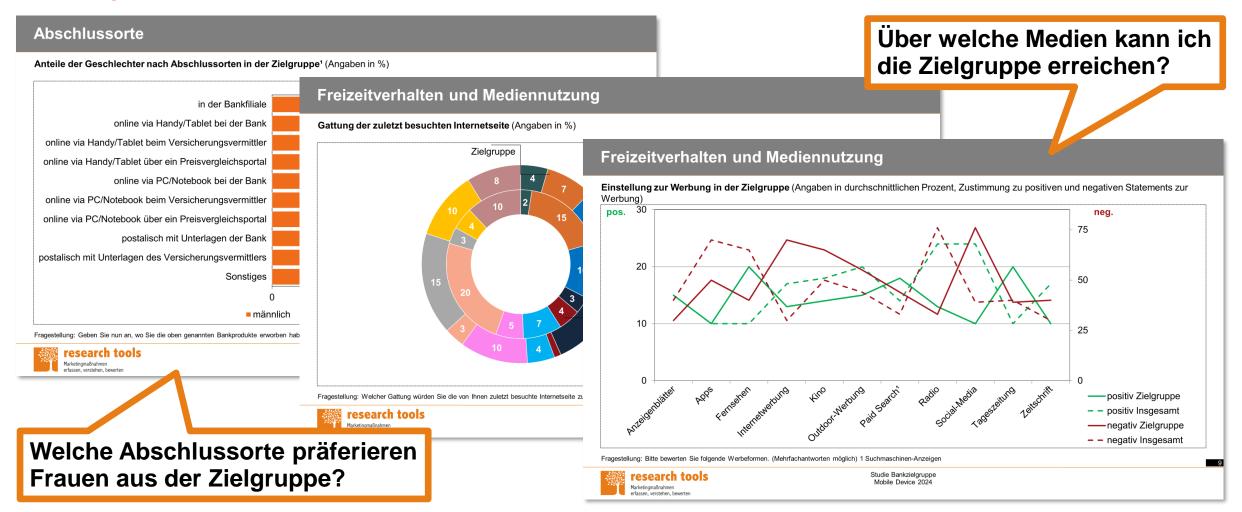
# Analysebeispiele (2)

### Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten



# Analysebeispiele (3)

### Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten





## Bestellformular

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 Produktabschluss via Mobile Device 2024.

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.

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 130 Studien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

#### Zuletzt zur Bankenbranche erschienen:

- Marketing-Mix-Analyse Kreditkarten 2024
- Studie Bankzielgruppe Baufinanzierer 2024
- Studie Operatives Produktmarketing Banken 2024
- Studie Kundenpfade Banken 2023
- Studie Unternehmensprofile Banken 2023
- Studie Bankzielgruppe Bankwechsler 2023

Bankenbranche: seit 2020 mehr als 50 Studien veröffentlicht











