

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

Studiensteckbrief

Studie Bankzielgruppe Ratenkreditnehmer 2021

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

Januar 2021



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie
Bankzielgruppe Ratenkreditnehmer 2021

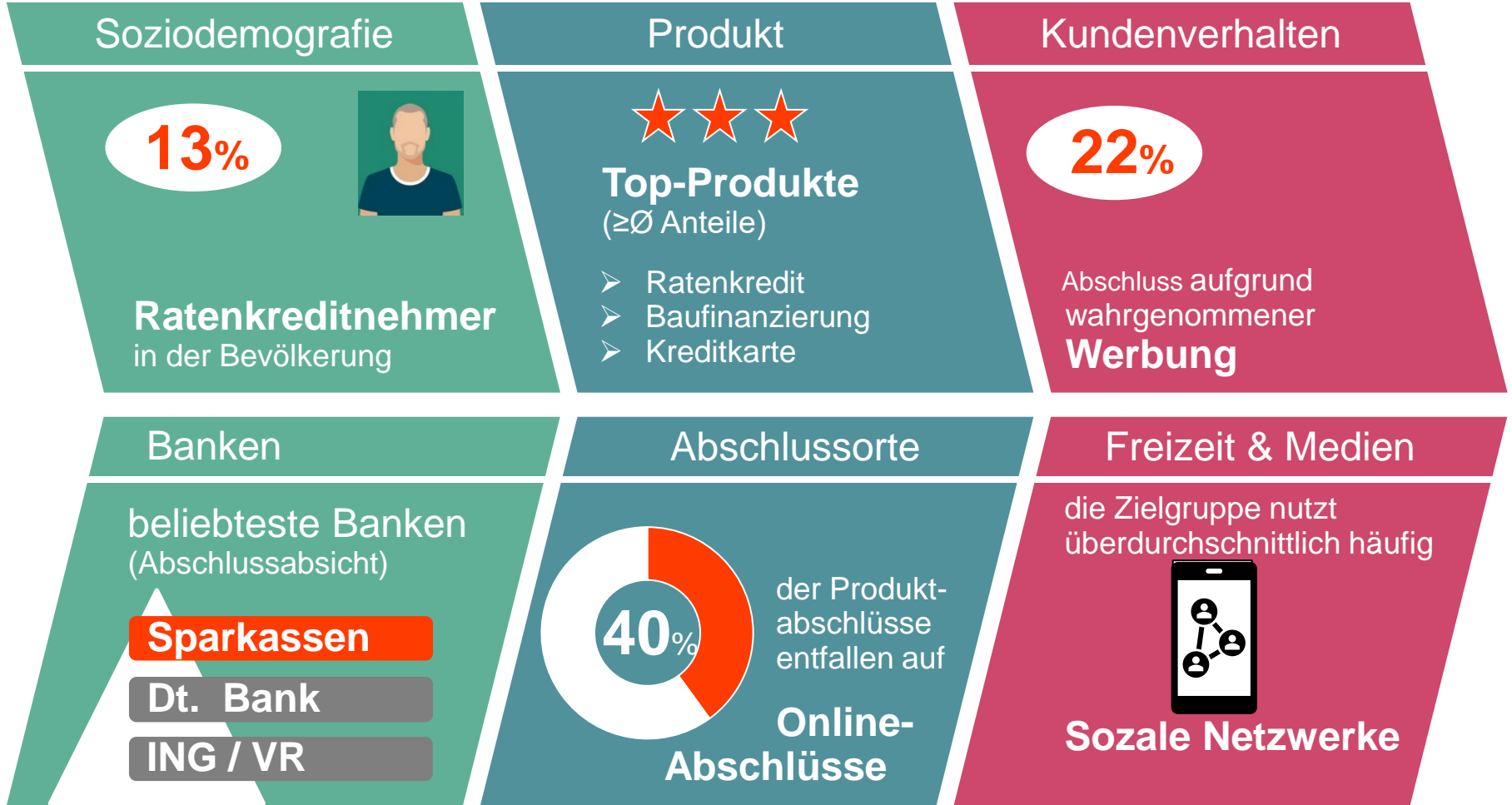
Informationen zur Studie

Ausgewählte Key Facts:

- Die untersuchte Zielgruppe Ratenkreditnehmer wird repräsentiert von Personen, die innerhalb ihrer letzten bis zu fünf Bankproduktabschlüsse mindestens einmal einen Ratenkredit abgeschlossen zu haben. Das sind 13 Prozent der 2.000 online-repräsentativ befragten Verbraucher. Deren Verhalten im Bankenmarkt wird im Vergleich zu den Bankkunden insgesamt analysiert.
- Im Vergleich mit den Bankkunden insgesamt leben die Ratenkreditnehmer deutlich seltener alleine und haben häufiger Kinder.
- 22% der Zielgruppe schließen ein Bankprodukt aufgrund wahrgenommener Werbung ab.
- Die Ratenkreditnehmer wechseln häufiger ihre Bank/Sparkasse als die Vergleichsgruppe.
- Ratenkreditnehmer beabsichtigen, zukünftig vermehrt in Wertpapiere zu investieren.
- Beim Marktanteil der Banken zeigt der Vergleich der Zielgruppe mit den Bankkunden insgesamt einige größere Unterschiede auf.
- 40% der Produktabschlüsse erfolgen in der Zielgruppe online.
- Die Akzeptanz von Werbemedien unterscheiden sich bei Zielgruppe und Bankkunden deutlich.

Informationen zur Studie

Key Facts der Analysebereiche:



Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

Detaillierte Analyse der **Zielgruppe Ratenkreditnehmer**

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

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

alle Information auf **75 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:

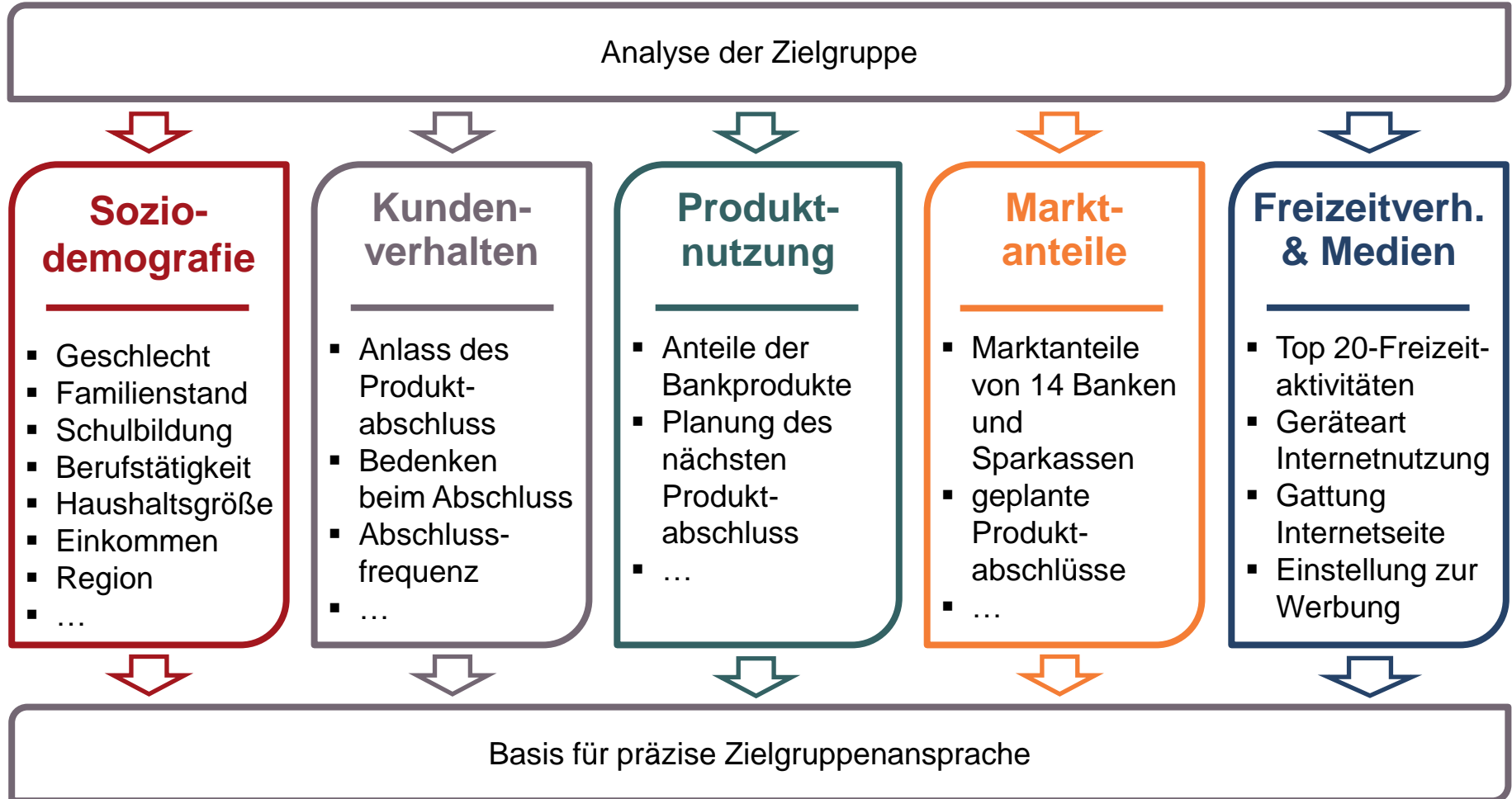
- 2.000 Interviews
- online-bevölkerungsrepräsentativ
- Verbraucher in Deutschland
- davon 13 Prozent aus der Zielgruppe Ratenkreditnehmer
- im Januar 2021 erschienen

Preis:

- die 75 Seiten umfassende Studie kostet **1.100 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	
➤ Kundenverhalten	24
Bewertung der Statements, Anlass der zuletzt erworbenen Bankprodukte, Bedenken beim Abschluss, treue Kunden und Brandhopper, Abschlussart der zuletzt erworbenen Bankprodukte, Frequenz der Abschlüsse	
➤ Produktkategorien	32
Aktuell genutzte Produktkategorien, letzte fünf erworbene Produktkategorien, voraussichtlich nächster Bankproduktabschluss, Differenz der Marktanteile	
➤ Banken	39
Verteilung der Banken, Marktanteile der Banken, Abweichungen Marktanteile, Abschlussplan Marktanteile, Differenz der Marktanteile	
➤ Abschlussorte	49
Verteilung der Abschlussorte, Marktanteile der Abschlussorte, Abweichungen Marktanteile, Abschlussplan Marktanteile, Differenz der Marktanteile	
➤ Freizeitverhalten und Mediennutzung	58
Top 10 Medien, Top 20 Freizeitaktivitäten, Geräteart der letzten Internetnutzung, Gattung der Internetseite, Einstellung zur Werbung nach Mediengattungen	
➤ Kontakt	74

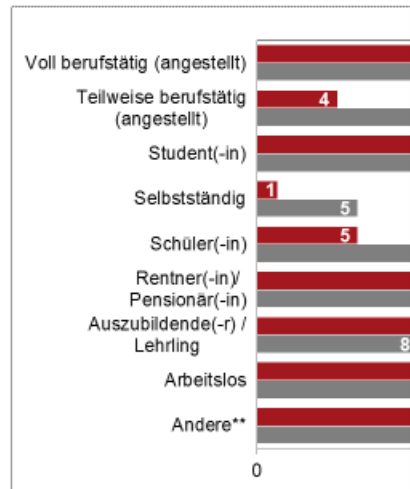


Analysebeispiele (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Soziodemografie

Anteil Berufstätigkeit (Angaben in %)

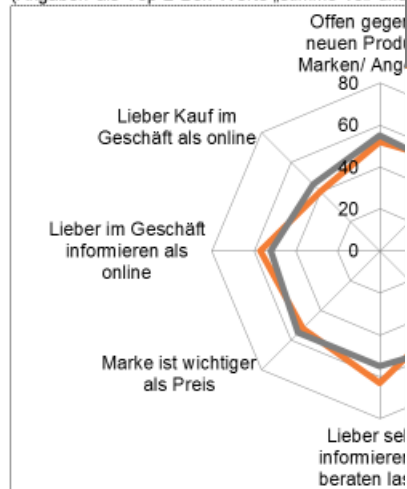


Fragestellung: Ihr Beruf?; ** Unentgeltliche Beschäftigung, Hausfrau



Kundenverhalten

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



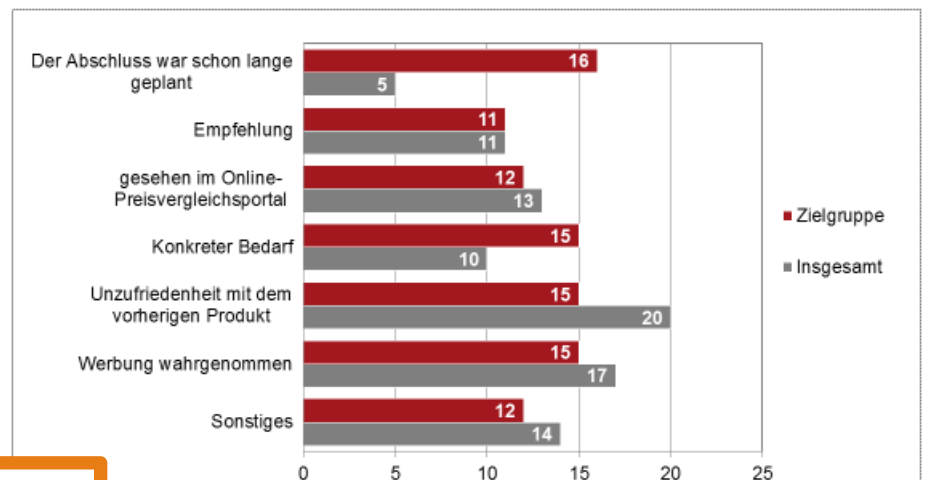
Fragestellung: Welcher der folgenden Aussagen stimmen Sie zu?



Was war der konkrete Anlass für den letzten Produktabschluss?

Kundenverhalten

Konkreter Anlass des zuletzt abgeschlossenen Bankproduktes (Angaben in %)



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



Studie Bankzielgruppe Ratenkreditnehmer 2021

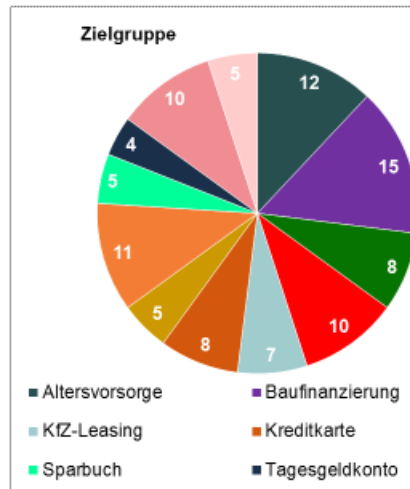
Welche soziodemografischen Merkmale charakterisieren die Zielgruppe?

Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Produktkategorien

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

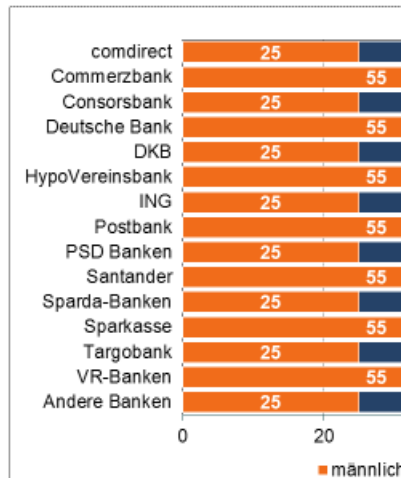


* Basis: letzte 5 Produktabschlüsse



Banken

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



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

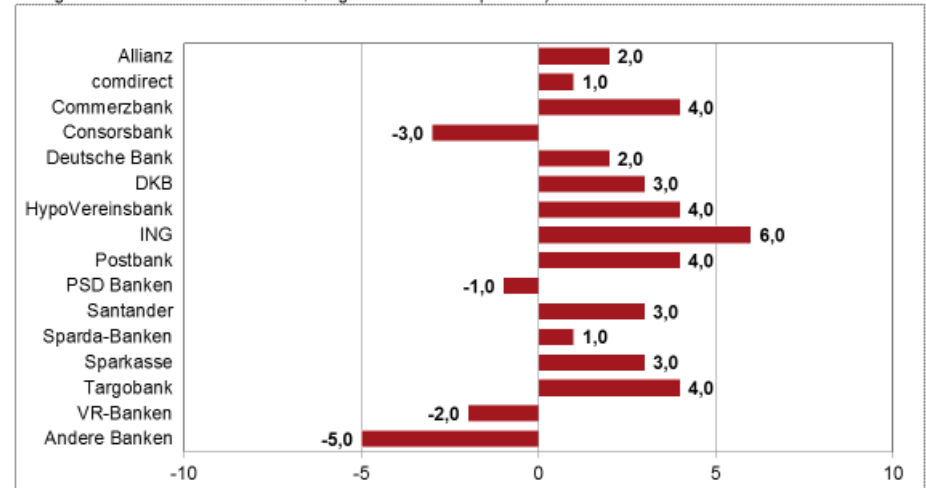


Welche Produktgruppen schließt die Zielgruppe verstärkt ab?

Welche Banken werden zukünftig gewählt?

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)



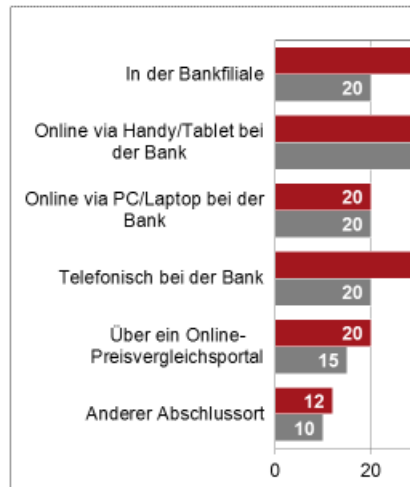
Studie Bankzielgruppe Ratenkreditnehmer 2021

Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Abschlussorte

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

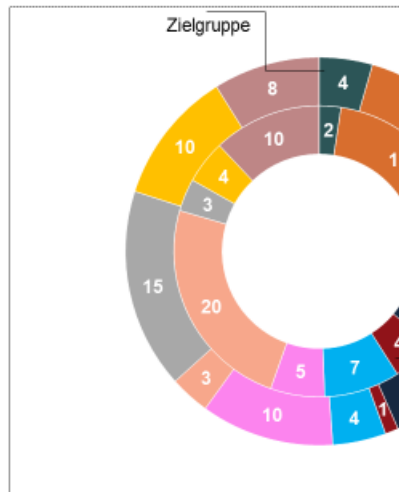


Fragestellung: siehe nächste Seite. * Basis: letzte 5 Produktabschlüsse bis zu fünf letzten Bankproduktabschlüssen - einen online Abschluss



Freizeitverhalten und Mediennutzung

Gattung der zuletzt besuchten Internetseite (Angaben in %)



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

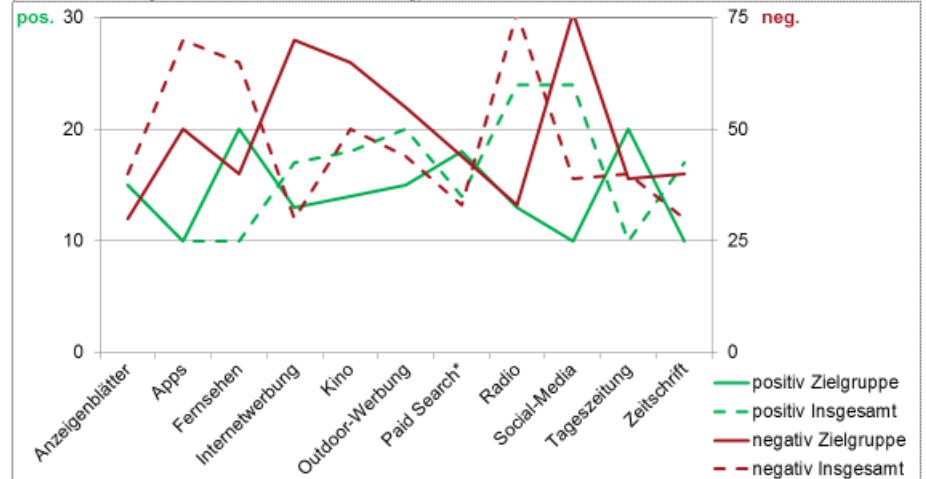


Welche Abschlussorte wählt die Zielgruppe verstärkt?

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 Werbeformen. (Mehrfachantworten möglich); * Suchmaschinen-Anzeigen



Studie Bankzielgruppe Ratenkreditnehmer 2021

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 Ratenkreditnehmer 2021.

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:

- Studie Bankzielgruppe Direktbankkunden 2020
- Marketing-Mix-Analyse Autokredit 2020
- Studie Bankzielgruppe Großstädter 2020
- Werbemarktanalyse Direktbanken 2020
- Studie Kundenpfade Banken 2020
- Marketing-Mix-Analyse Wertpapiere 2020

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. Zur Bankenbranche wurden seit 2007 über 100 Studien veröffentlicht. In der Studienreihe Zielgruppenstudien sind bisher mehr als 90 Studien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

