

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

Studiensteckbrief  
**Studie Bankzielgruppe  
Ratenkreditnehmer 2024**

erarbeitet von:  
research tools, Esslingen am Neckar

Dezember 2024

# Informationen zur Studie

## Nutzwert der Studie:



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



Welche **Motivatoren** sind für Ratenkreditnehmer beim Produktabschluss besonders relevant?



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



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



**Wo** schließen Ratenkreditnehmer ihre Bankprodukte ab?



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

# 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 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:

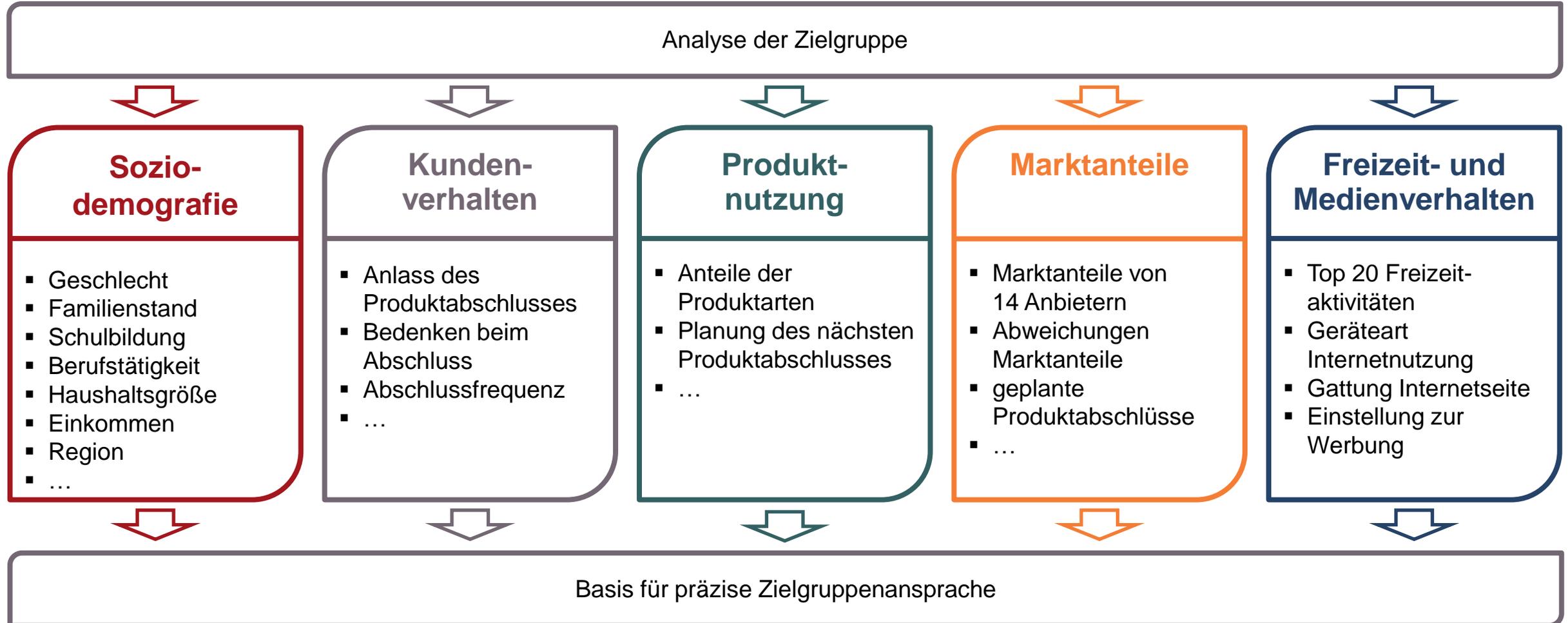
- 4.000 Interviews (auf zwei Jahre verteilt)
- online-bevölkerungsrepräsentativ
- Verbraucher in Deutschland
- davon 9 Prozent aus der Zielgruppe Ratenkreditnehmer
- im Dezember 2024 erschienen

## Preis:

- die 71 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 Geschlecht, Altersstruktur, Familienstand, Schulbildung, Berufstätigkeit, Haushaltsgröße, Anteile der Kinder unter 18, Haushalts-Bruttoeinkommen, Region, Wohnsituation	
➤ Kundenverhalten	24
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	
➤ Produktkategorien	32
Aktuell genutzte Produktkategorien, letzte fünf erworbene Produktkategorien, voraussichtlich nächster Produktabschluss, Differenz der Marktanteile, Anzahl der genutzten Produkte	
➤ Anbieter	40
Verteilung der Anbieter, Marktanteile der Anbieter, Abweichungen Marktanteile, Abschlussplan Marktanteile, Differenz der Marktanteile	
➤ Abschlussorte	49
Verteilung der Abschlussorte, Marktanteile der Abschlussorte, Abweichungen Marktanteile,	
➤ Freizeitverhalten und Mediennutzung	55
Top 10 Medien, Top 20 Freizeitaktivitäten, Geräteart der letzten Internetnutzung, Gattung der Internetseite, Einstellung zur Werbung nach Mediengattungen, Letzter Kontakt zum Anbieter	
➤ Kontakt	70

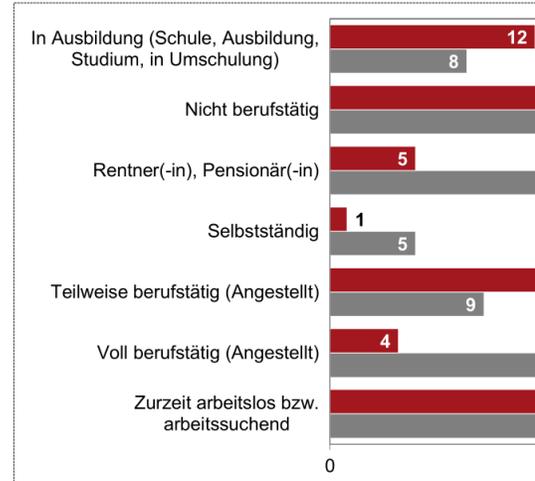


# Analysebeispiele (1)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Soziodemografie

Anteil Berufstätigkeit (Angaben in %)

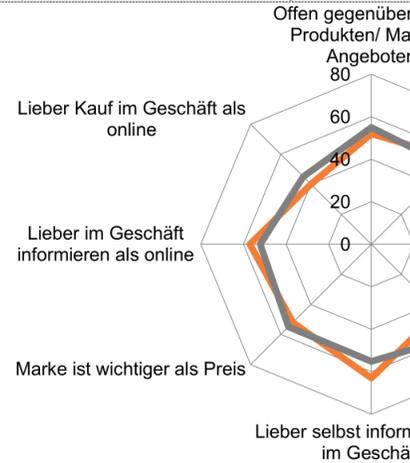


Fragestellung: Ihr Beruf?



### Kundenverhalten

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



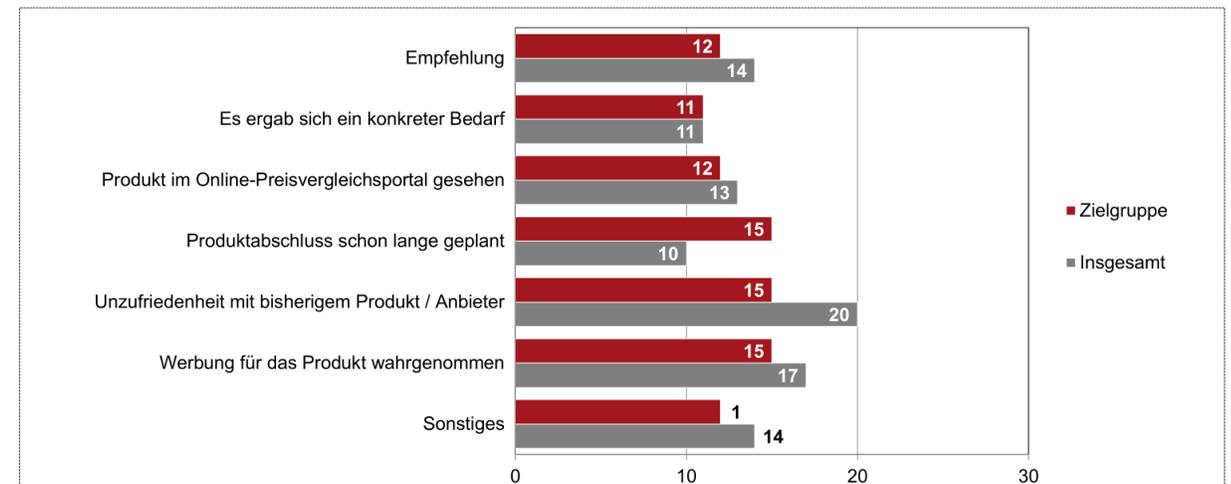
Fragestellung: Welcher der folgenden Aussagen stimmen Sie zu?



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  
Ratenkreditnehmer 2024

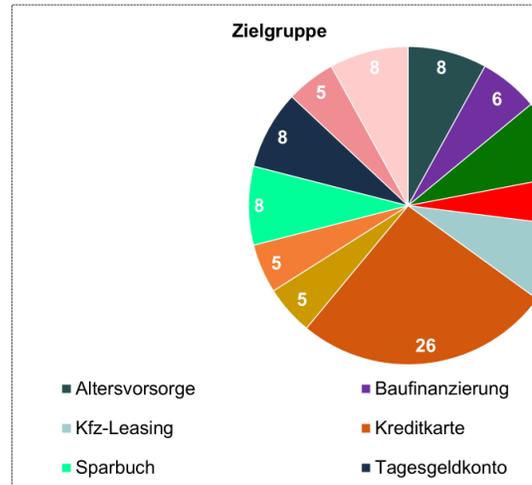
Welche soziodemografischen Merkmale charakterisieren die Zielgruppe?

# Analysebeispiele (2)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Produktkategorien

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

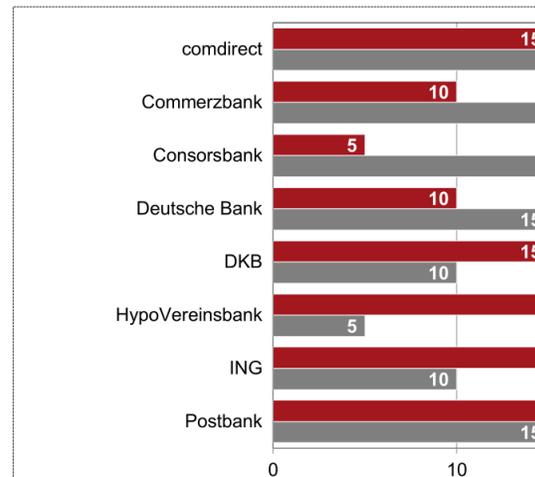


1 Basis: letzte 2 Produktabschlüsse



### Anbieter

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



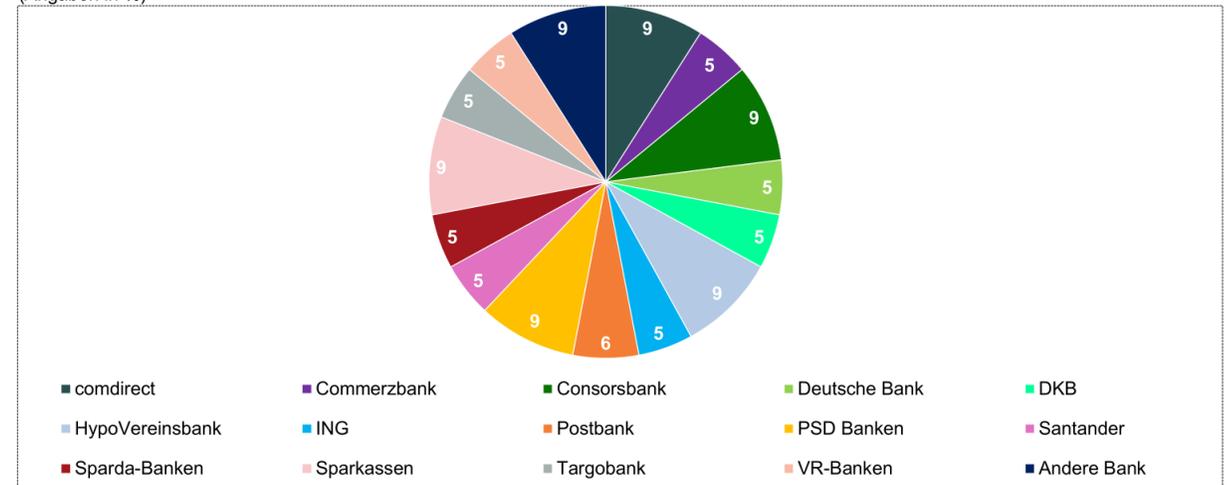
Fragestellung: Geben Sie nun an, von welchem Anbieter Sie die oben genannten Bankprodukte bei einem der bis zu fünf letzten Bankproduktabschlüsse ein Produkt von ING



Welche Anbieter 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. 1 Basis: voraussichtlich nächster Produkterwerb (Anbieter)



Studie Bankzielgruppe Ratenkreditnehmer 2024

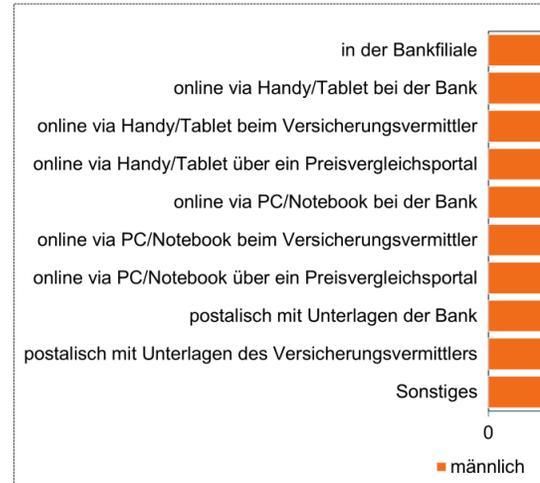
Welche Produktgruppen erwirbt die Zielgruppe verstärkt?

# Analysebeispiele (3)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Abschlussorte

Anteile der Geschlechter nach Abschlussorten in der Zielgruppe<sup>1</sup> (Angaben in %)

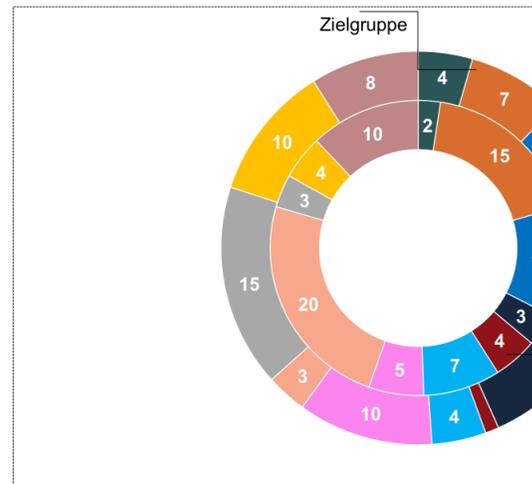


Fragestellung: Geben Sie nun an, wo Sie die oben genannten Bankprodukte erworben haben



### Freizeitverhalten und Mediennutzung

Gattung der zuletzt besuchten Internetseite (Angaben in %)



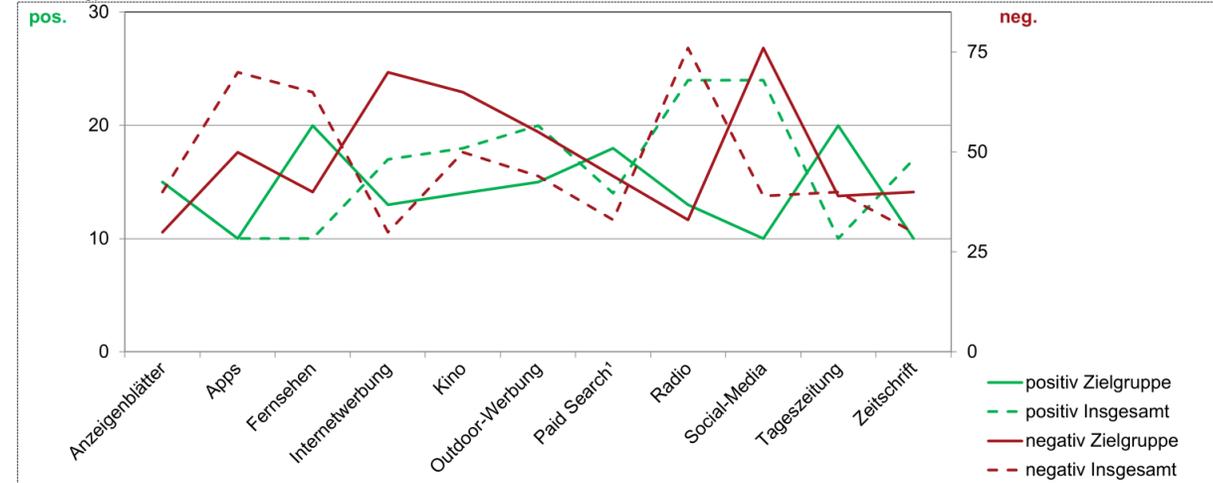
Fragestellung: Welcher Gattung würden Sie die von Ihnen zuletzt besuchte Internetseite zuordnen



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 Werbeformen. (Mehrfachantworten möglich) 1 Suchmaschinen-Anzeigen



Studie Bankzielgruppe Ratenkreditnehmer 2024

Welche Abschlussorte präferieren Frauen aus der Zielgruppe?

# 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 Ratenkreditnehmer 2024.**

**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 Bankenbranche hat research tools bereits über 150 Studien veröffentlicht. In der Studienreihe Zielgruppenstudien sind bisher mehr als 140 Studien zu unterschiedlichen Branchen erschienen

Zuletzt zur Bankenbranche erschienen :

- Studie Kundenpfade Banken 2024
- Werbemarktanalyse Karten 2024
- Studie Bankzielgruppe Direktbankkunden 2024
- Studie Unternehmensprofile Banken 2024
- Studie Bankzielgruppe Produktabschluss via Mobile Device 2024
- Marketing-Mix-Analyse Kreditkarten 2024

Bankenbranche: seit 2020 mehr als 50 Studien veröffentlicht

