

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

Studie Bankzielgruppe Tagesgeld 2026

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

August 2026



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie
Bankzielgruppe Tagesgeld 2026

Informationen zur Studie

Nutzwert der Studie:



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



Welche **Motivatoren** sind für Tagesgeld-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 Tagesgeld-Kunden ihre Bankprodukte ab?



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



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie
Bankzielgruppe Tagesgeld 2026

Informationen zur Studie

Key Facts der Analysebereiche:

Soziodemografie

38%



Tagesgeld-Kunden
in der Online-Bevölkerung

Produkt



Top-Produkte Frauenanteil

- Sparbuch
- Girokonto
- Baufinanzierung

Kundenverhalten

24%

Abschluss aufgrund einer
Empfehlung

Banken

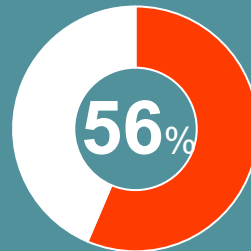
beliebteste Anbieter
(Marktanteil)

Sparkassen

ING

VR-Banken

Abschlussorte



aller Bankprodukt-
abschlüsse der
Tagesgeldkunden
erfolgen

online

Freizeit & Medien

die Zielgruppe
steht Werbung in

Anzeigenblättern

überdurchschnittlich
positiv gegenüber



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie
Bankzielgruppe Tagesgeld 2026

Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

Detaillierte Analyse der **Zielgruppe Tagesgeld**

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-bevölkerungs-repräsentativ
- Verbraucher in Deutschland
- davon 38 Prozent aus der Zielgruppe Tagesgeldkunden
- Im August 2026 erschienen

Preis:

- die 71 Seiten umfassende Studie kostet **1.500 EUR** zuzüglich MwSt.



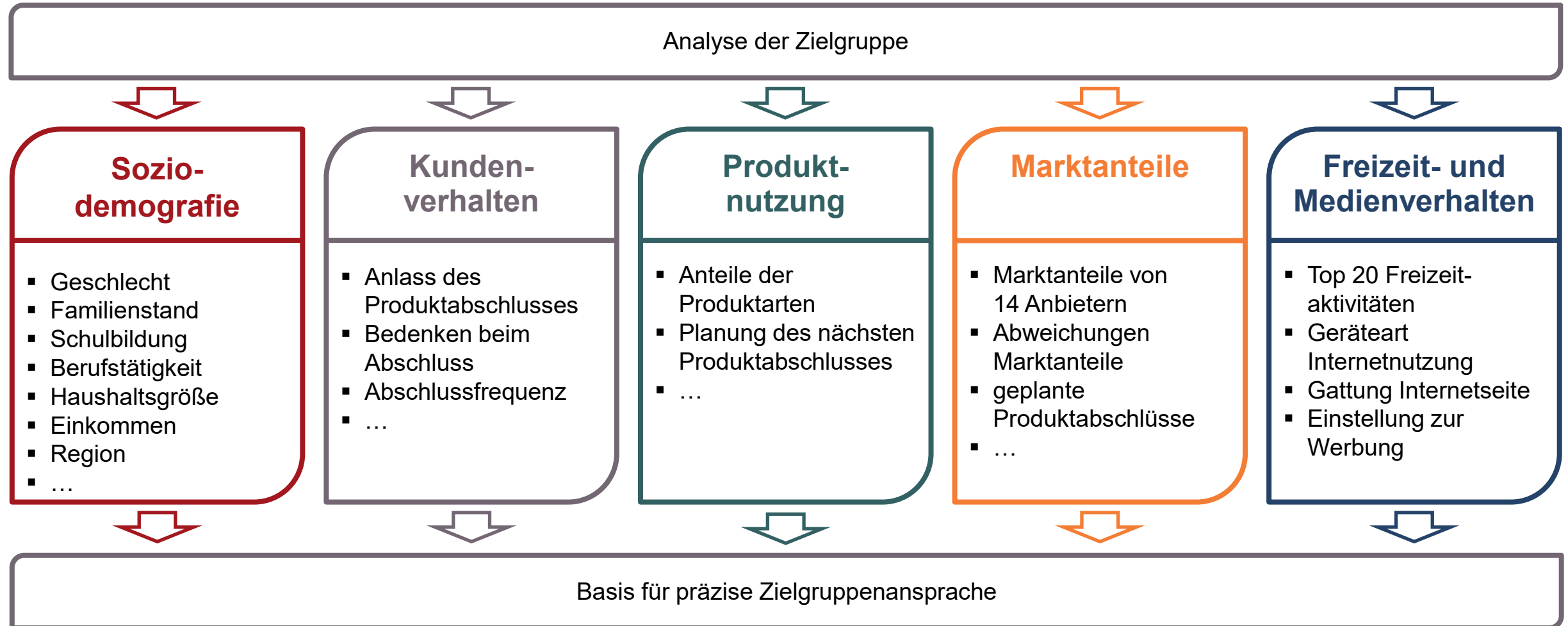
research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie
Bankzielgruppe Tagesgeld 2026

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
Bewertung der Statements, Anlass des zuletzt abgeschlossenen Bankproduktes, Bedenken beim Abschluss, Abschlussart des zuletzt erworbenen Bankproduktes, Frequenz der Abschlüsse, Abschlussart nach Produktkategorie, Anzahl 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

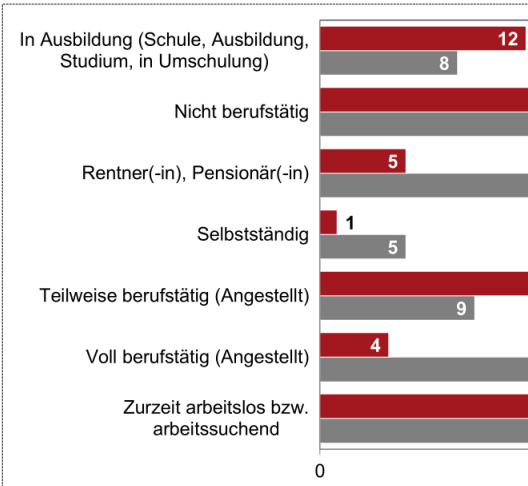


Analysebeispiele (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Soziodemografie

Anteil Berufstätigkeit (Angaben in %)



Fragestellung: Ihr Beruf?



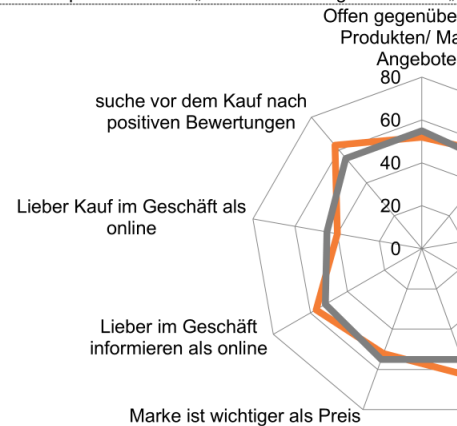
research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Welche soziodemografischen Merkmale charakterisieren die Zielgruppe?

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?



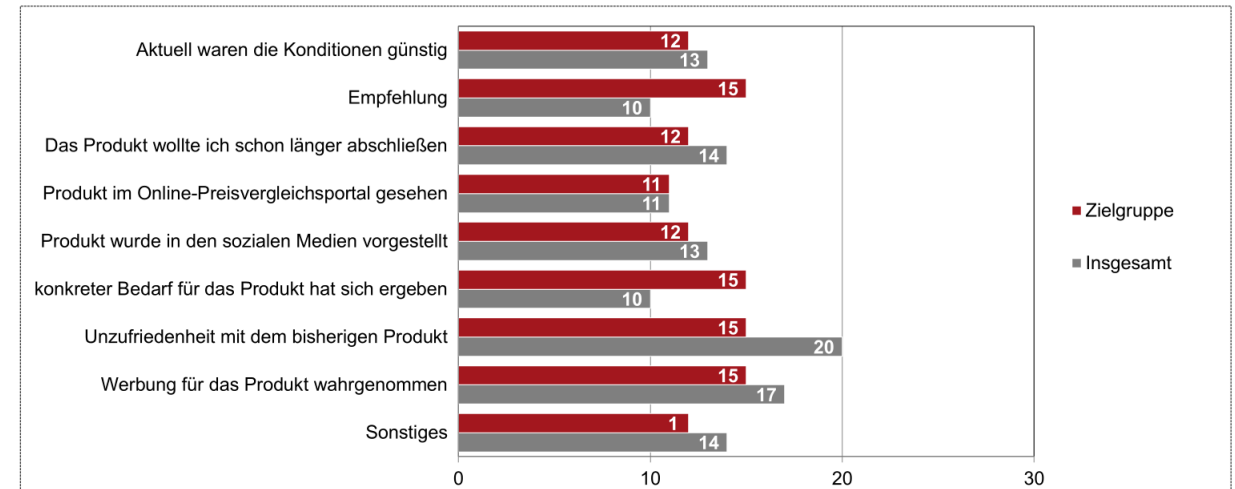
research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

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)



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studie Bankzielgruppe
Tagesgeld 2026



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

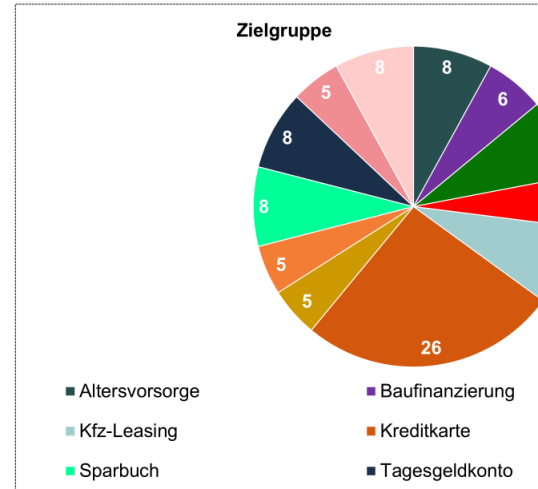
Studiensteckbrief Studie
Bankzielgruppe Tagesgeld 2026

Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Produktkategorien

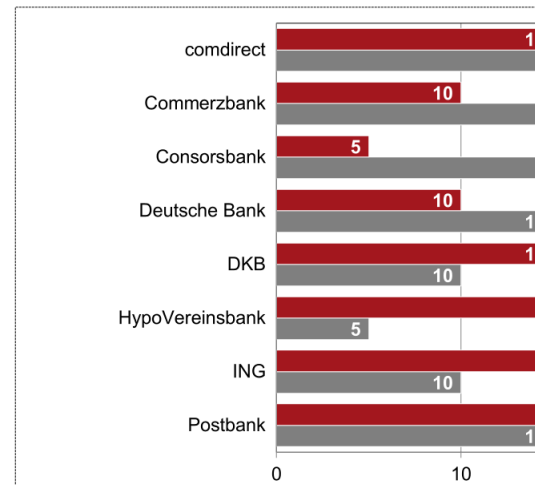
Anteil der Produktkategorien an den **letzten Produktabschlüssen**¹ (Angaben in %)



research tools
Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Anbieter

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



Fragestellung: Geben Sie nun an, von welchem Anbieter Sie die oben genannten Bankpro-
duktabschlüsse ein Produkt von ING

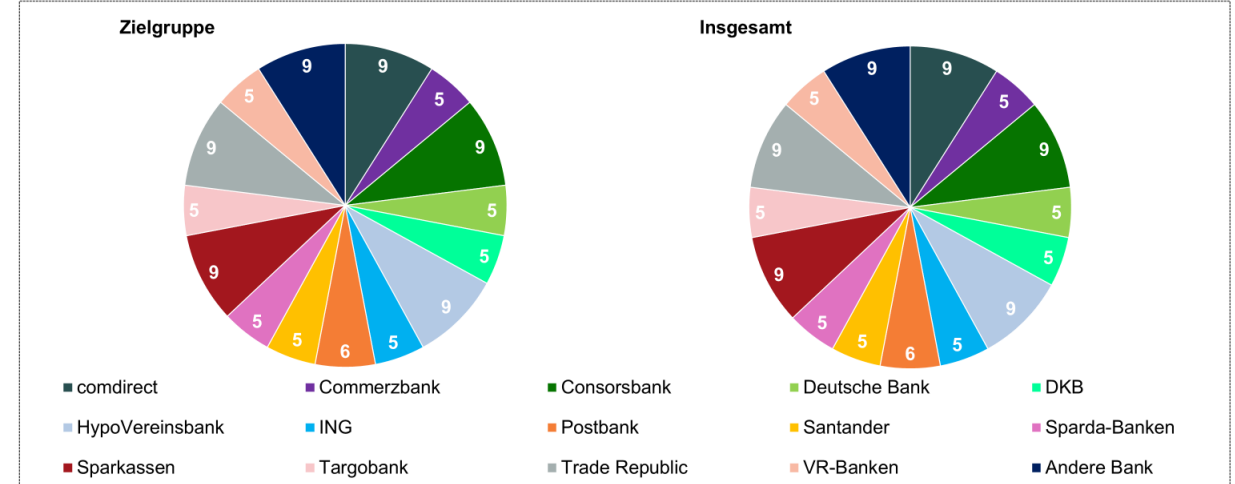
research tools
Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

**Welche Produktgruppen erwirbt
die Zielgruppe verstärkt?**

**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)

research tools
Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

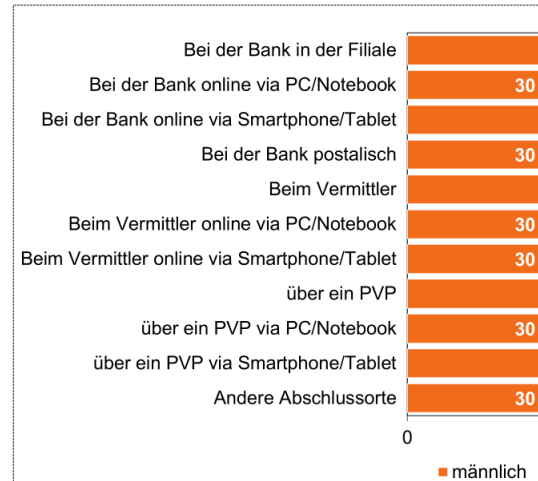
Studie Bankzielgruppe
Tagesgeld 2026

Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Abschlussorte

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

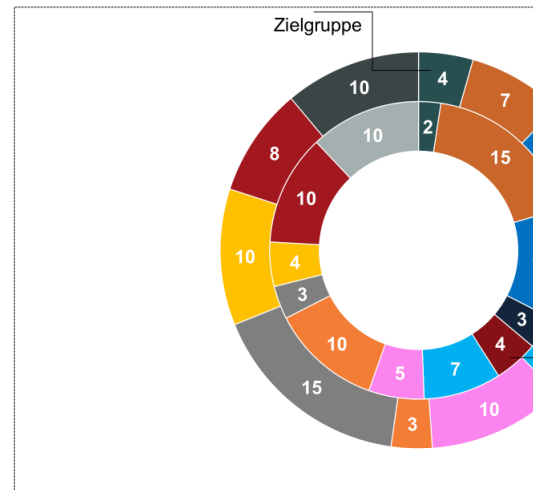


Fragestellung: Geben Sie nun an, wo Sie die oben genannten Bankprodukte erworben haben



Freizeitverhalten und Mediennutzung

Gattung der zuletzt besuchten Internetseite (Angaben in %)



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

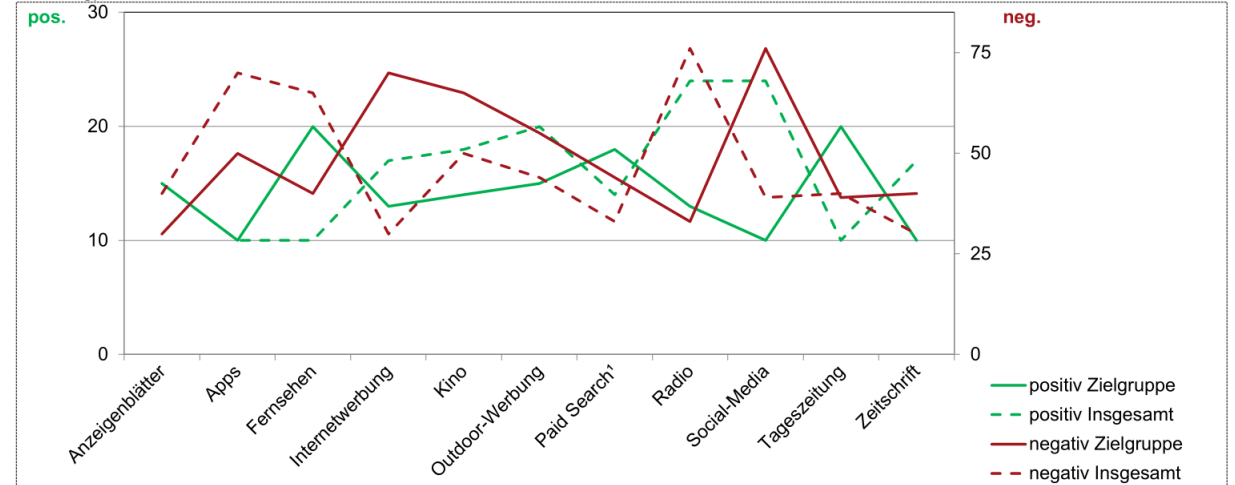


Welche Abschlussorte präferieren Frauen aus der Zielgruppe?

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
Tagesgeld 2026

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 Tagesgeld 2026**.

Auftraggeber:

Firma: _____

Ansprechpartner: _____

E-Mail: _____

Position/Funktion: _____

Datum, Ort, Unterschrift: _____



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie
Bankzielgruppe Tagesgeld 2026

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 170 Studien veröffentlicht. In der Studienreihe Zielgruppenstudien sind bisher mehr als 150 Studien zu unterschiedlichen Branchen erschienen

Zuletzt zur Bankenbranche erschienen :

- Werbemarktanalyse Finanzierung 2026
- Studie eVisibility Banken 2026
- Werbemarktanalyse Banken 2026
- Studie Bankzielgruppe Selbstständige 2026
- Studie Unternehmensprofile Banken 2026
- Studie Operatives Produktmarketing Banken 2026

Bankenbranche: seit 2020 mehr als 70 Studien veröffentlicht

