

+++ comdirect +++ Commerzbank +++ Consorsbank +++ Deutsche Bank +++ DKB +++ HypoVereinsb. +++ ING +++ Postbank +++ PSD Bank. +++ Santander +++ Sparda-B. +++ Sparkassen +++ Targoba. +++ VR-Bank.

Studiensteckbrief

# Studie Bankzielgruppe Vergleichsportalkunden 2022

erarbeitet von:  
research tools, Esslingen am Neckar

Juli 2022



**research tools**

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie Bankzielgruppe  
Vergleichsportalkunden 2022

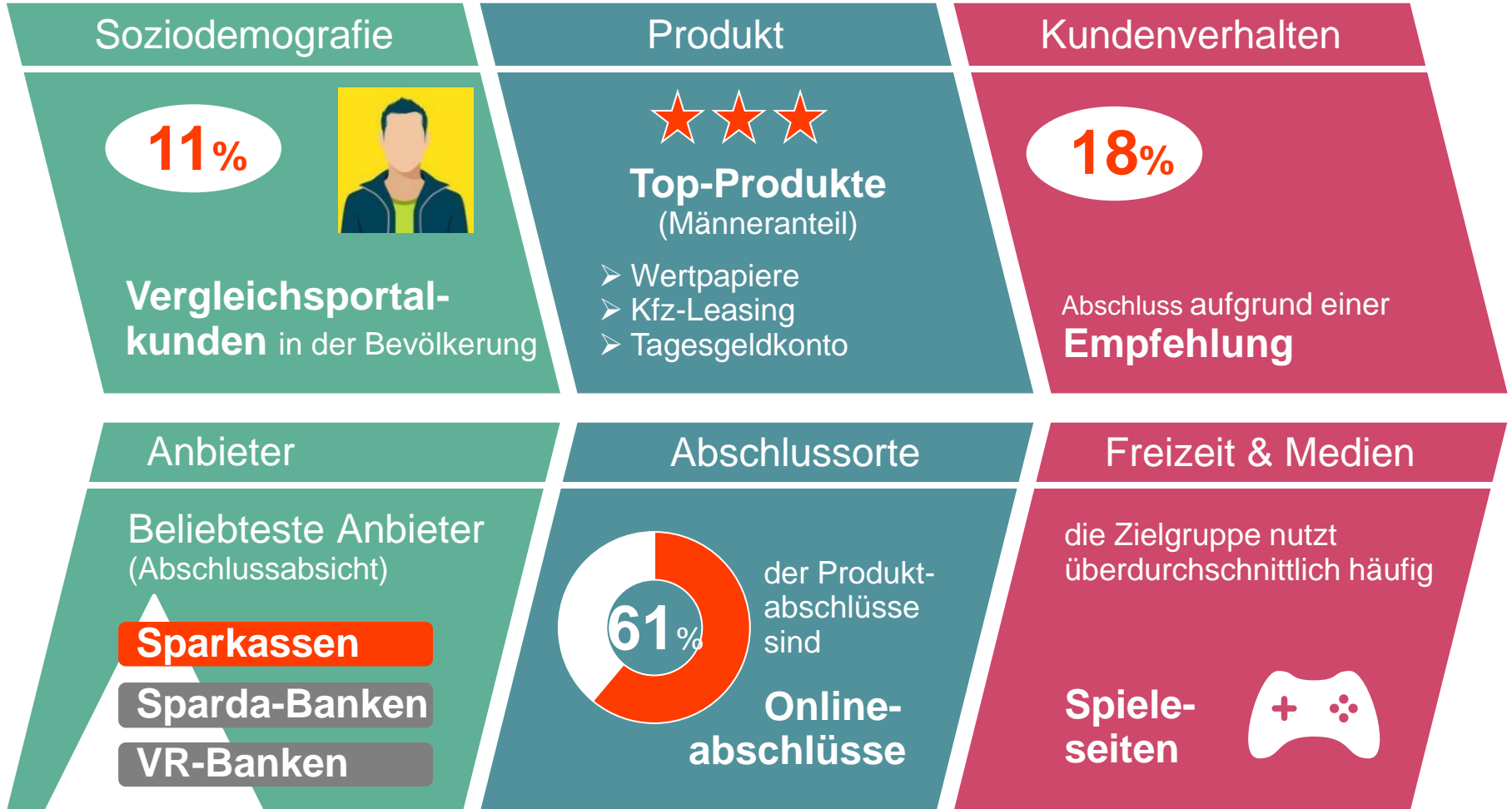
# Informationen zur Studie

## Ausgewählte Key Facts:

- Die untersuchte Zielgruppe Vergleichsportalkunden wird repräsentiert von Bankkunden, die ihren letzten Bankproduktabschluss aufgrund einer Sichtung in einem Online-Preisvergleichsportal abgeschlossen haben. Elf Prozent der 4.000 online-repräsentativ befragten Verbraucher fallen in diese Kategorie, deren Verhalten im Bankenmarkt analysiert wird.
- Die Zielgruppe Vergleichsportalkunden ist überdurchschnittlich stark männlich geprägt.
- Die Zielgruppe hat mehr Bedenken beim Bankproduktabschluss als die Gesamtheit der Bankkunden.
- Bei der Frage nach dem nächsten geplanten Produktabschluss sind Wertpapiere das am häufigsten genannte Produkt in der Zielgruppe.
- Sparkassen und VR-Banken halten deutlich geringere Anteile in der Zielgruppe als in der Vergleichsgruppe.
- Bei den Bankproduktabschlüssen ist die Zielgruppe deutlich onlineaffiner als die Vergleichsgruppe.
- Nachrichtenseiten und Online-Shops zählen in der Zielgruppe zu den am häufigsten besuchten Seiten im Internet.

# Informationen zur Studie

## Key Facts der Analysebereiche:



# Informationen zur Studie

## Nutzen und Umfang der Studie:

Detaillierte Analyse der **Zielgruppe Vergleichsportalkunden**

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

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

alle Information auf **70 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 11 Prozent aus der Zielgruppe Vergleichsportalkunden

## Preis:

- die 70 Seiten umfassende Studie kostet **1.500 EUR** zuzüglich MwSt.

# Informationen zur Studie

## Konzeption:



# Inhaltsverzeichnis

➤	<b>Management Summary</b>	<b>3</b>
➤	<b>Forschungsdesign</b>	<b>9</b>
➤	<b>Soziodemografie</b>	<b>13</b>
	Vergleich der Zielgruppe mit der Vergleichsgruppe in den soziodemografischen Merkmalen Geschlecht, Altersstruktur, Familienstand, Schulbildung, Berufstätigkeit, Haushaltsgröße, Anteile der Kinder unter 18, Haushalts-Bruttoeinkommen, Region	
➤	<b>Kundenverhalten</b>	<b>24</b>
	Bewertung der Statements, Anlass des zuletzt abgeschlossenen Bankproduktes, Bedenken beim Abschluss, treue Kunden und Brandhopper, Abschlussart des zuletzt erworbenen Bankproduktes, Frequenz der Abschlüsse	
➤	<b>Produktkategorien</b>	<b>31</b>
	Aktuell genutzte Produktkategorien, letzte fünf erworbene Produktkategorien, voraussichtlich nächster Produkterwerb, Differenz der Marktanteile	
➤	<b>Anbieter</b>	<b>38</b>
	Verteilung der Anbieter, Marktanteile der Anbieter, Abweichungen Marktanteile, Erwerbsplan Marktanteile, Differenz der Marktanteile	
➤	<b>Abschlussorte</b>	<b>47</b>
	Verteilung der Abschlussorte, Marktanteile der Abschlussorte, Abweichungen Marktanteile, Erwerbsplan Marktanteile, Differenz der Marktanteile	
➤	<b>Freizeitverhalten und Mediennutzung</b>	<b>55</b>
	Top 10 Medien, Top 20 Freizeitaktivitäten, Geräteart der letzten Internetnutzung, Gattung der Internetseite, Einstellung zur Werbung nach Mediengattungen	
➤	<b>Kontakt</b>	<b>69</b>

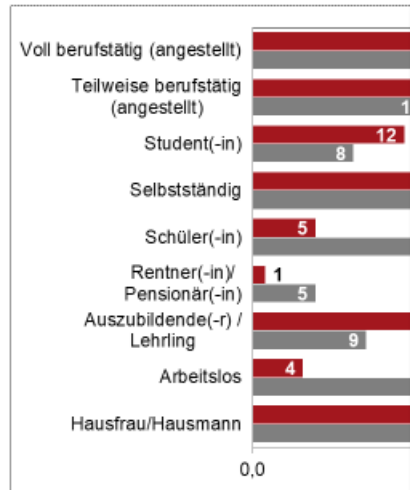


# Analysebeispiele (1)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Soziodemografie

Anteil Berufstätigkeit (Angaben in %)

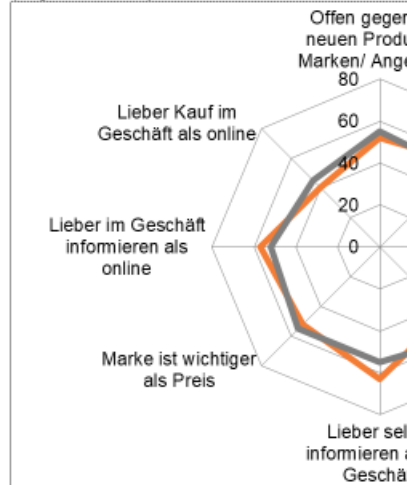


Fragestellung: Ihr Beruf?



### 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 letzten Produkterwerbs (Angaben in %)



Aus welchem konkreten Anlass haben Sie das zuletzt abgeschlossene Produkt erworben? (Mehrfachantworten möglich)



Studie Bankzielgruppe Vergleichsportalkunden 2022

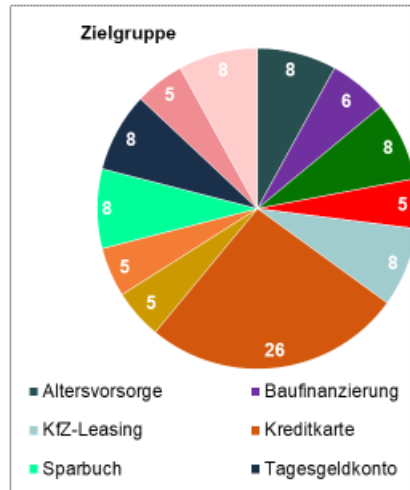
Welche soziodemografischen Merkmale charakterisieren die Zielgruppe?

# Analysebeispiele (2)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Produktkategorien

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

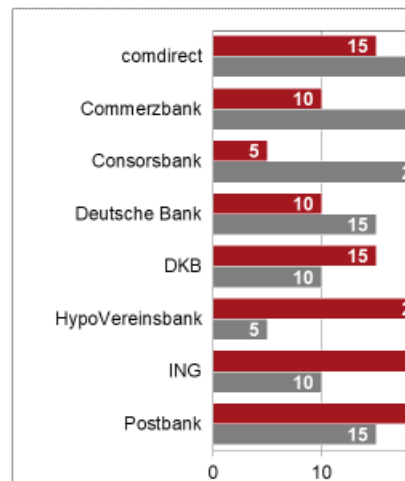


1 Basis: letzte 5 Produktabschlüsse



### 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 obigen Produktabschlüsse (Anbieter); Lesebeispiel: 25% der ZG nutzen bei...



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 Vergleichsportalkunden 2022

Welche Produktgruppen erwirbt die Zielgruppe verstärkt?

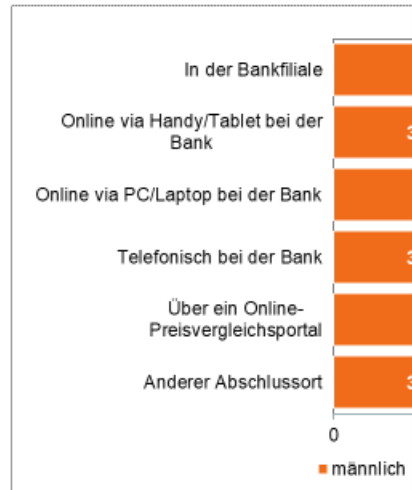


# Analysebeispiele (3)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Abschlussorte

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

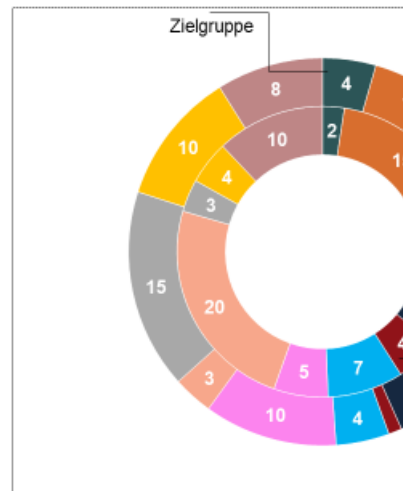


Fragestellung: Geben Sie nun an, wo Sie die oben genannten Bankp

**research tools**  
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

### Freizeitverhalten und Mediennutzung

Gattung der zuletzt besuchten Internetseite (Angaben in %)



Fragestellung: Welcher Gattung würden Sie die von Ihnen zuletzt be

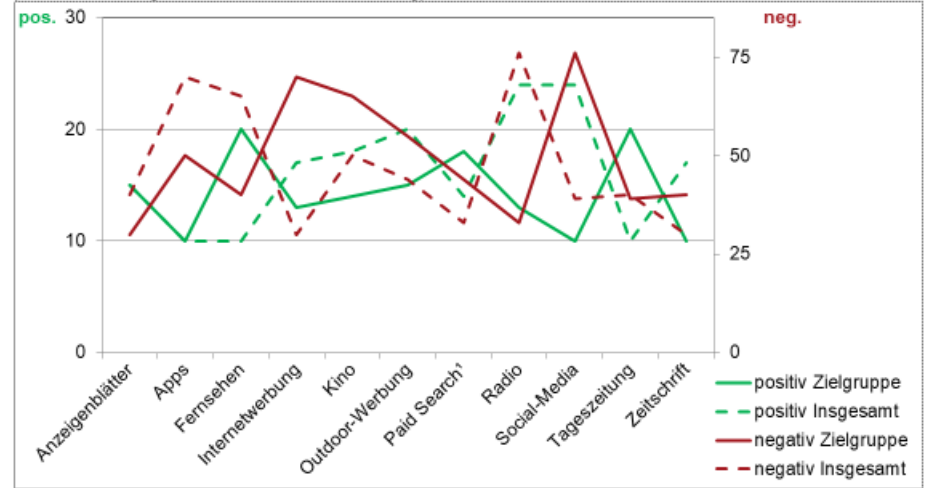
**research tools**  
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

**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) 1 Suchmaschinen-Anzeigen

**research tools**  
Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

Studie Bankzielgruppe Vergleichsportalkunden 2022

# 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 Vergleichsportalkunden 2022.**

**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](mailto:ronja.inhofer@research-tools.net)

**research tools**  
Kesselwasen 10  
73728 Esslingen am Neckar  
[www.research-tools.net](http://www.research-tools.net)

research tools: Marketingmaßnahmen erfassen – verstehen – bewerten.

Zuletzt zur Bankenbranche erschienen:

- Werbemarktanalyse Banken 2022
- Studie Unternehmensprofile Banken 2022
- Studie eVisibility Banken 2022
- Studie Operatives Produktmarketing Banken 2022
- Studie Kundenpfade Banken 2021
- Werbemarktanalyse Wertpapiere 2021

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. Seit 2018 sind über 50 Studien zur Bankenbranche erschienen. In der Studienreihe Zielgruppenstudien sind bisher mehr als 100 Studien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

