

+++ 514 Kunden +++ 4 Phasen der Customer Journey +++ 6 Produktkategorien +++ 12 Anbieter: comdirect +++ Consorsbank +++ eToro +++ finanzen.net zero +++ flatex +++ ING +++ justTrade +++ S Broker +++ Scalable Capital +++ Sparkassen +++ Trade Republic +++ VR-Banken +++

Studiensteckbrief

# Studie Customer Journey Online Broker 2025

erarbeitet von:

moweb research, Düsseldorf  
research tools, Esslingen am Neckar

Februar 2025

# Informationen zur Studie

## Nutzwert der Studie:



Wie viele Anbieter werden vor der Depotöffnung **bewusst wahrgenommen** und für den Abschluss in Betracht gezogen?



Wie stark verengt sich der **Trichter** mit zunehmender Nähe zur Abschlussentscheidung?



Wie stark unterscheidet sich der Funnel bei verschiedenen **Produktkategorien**?



Welche Anbieter werden besonders häufig **weiterempfohlen**?



Über welche **Kontaktpunkte** treten Kunden mit Anbietern in Kontakt?



Welche **Touchpoint-Schwerpunkte** setzen die verschiedenen Anbieter?

## Konzeption:

### Conversion Funnel

- Wie stark verengt sich der Trichter mit zunehmender Nähe zur Kaufentscheidung?
- Wie viele Anbieter umfasst der relevant set?
- Wie intensiv erfolgt die Informationssuche in der Branche?
- Wie stark unterscheidet sich der Funnel bei verschiedenen Produktkategorien?
- Welche Anbieter halten in bestimmten Kaufphasen hohe Anteile?

### Touchpoint Journey

- Welche Touchpoints sind in der Branche wichtig?
- In welchen Produktkategorien sind bestimmte Kontaktpunkte besonders relevant?
- Welche Rolle spielen die Kontaktpunkte in den verschiedenen Kaufphasen?
- Wie kaufrelevant sind die verschiedenen Touchpoints?
- Wie intensiv ist die Interaktion mit den Anbietern nach dem Kauf?

#### Produktkategorien

6 Produktkategorien

#### Anbieterwahl

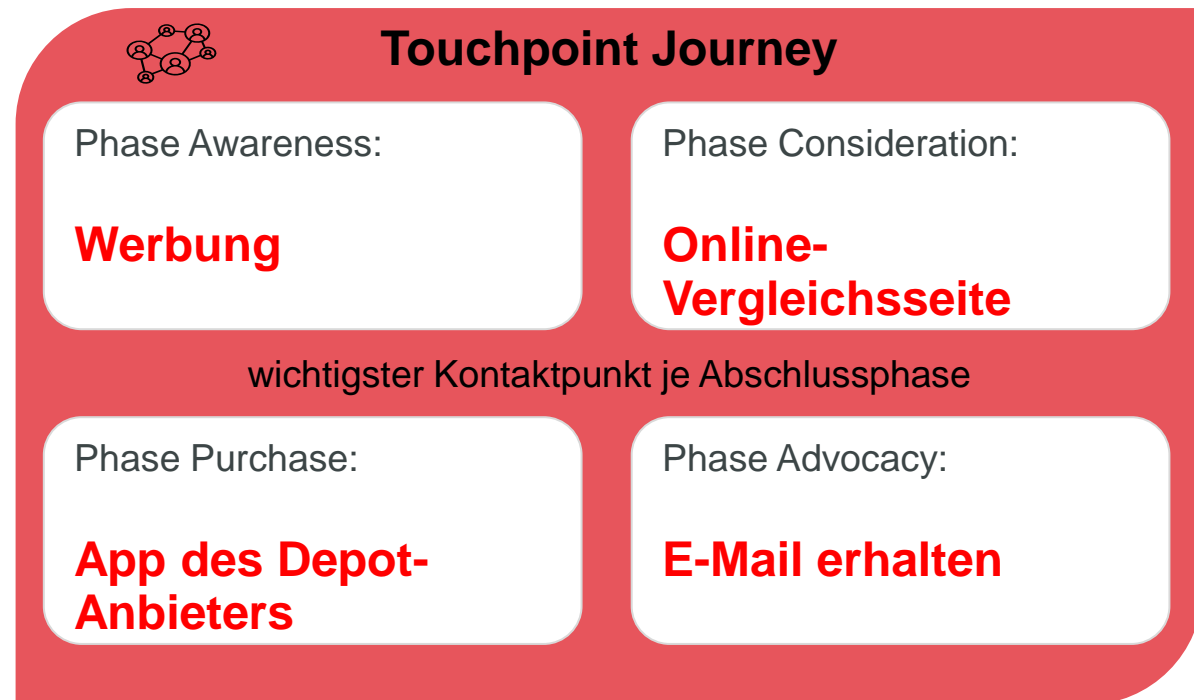
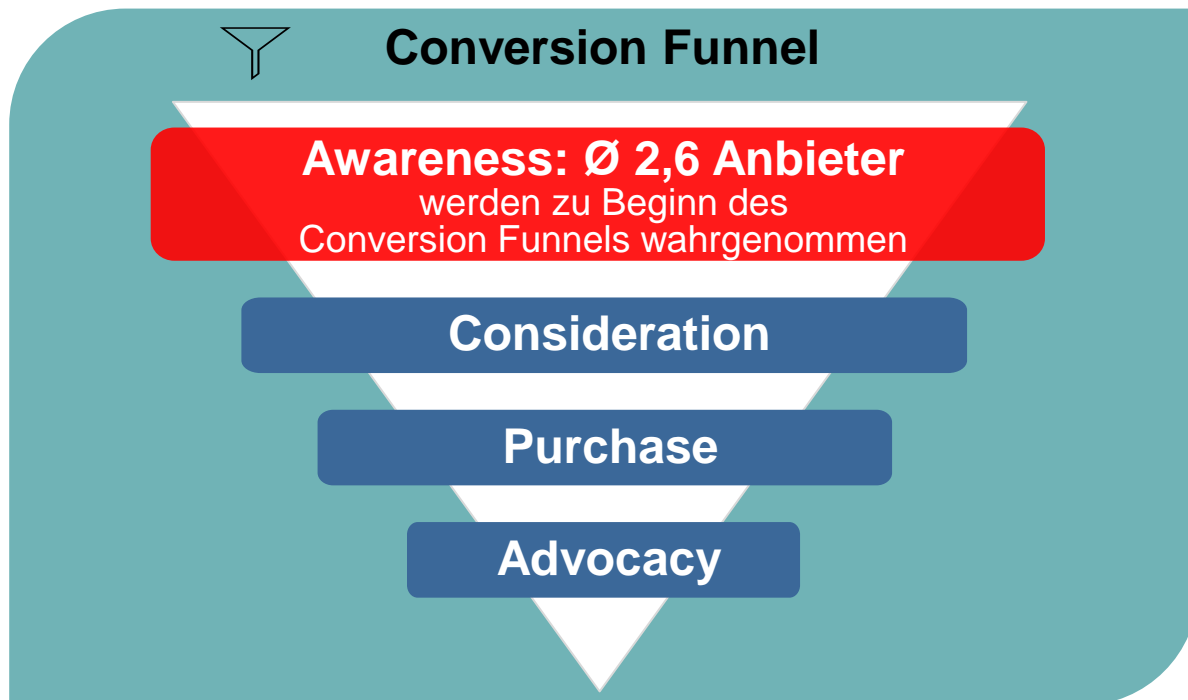
12 Anbieter

#### Abschlussorte

3 Abschlussorte


# Informationen zur Studie

## Key Facts der Analysebereiche:




**Produktkategorie**

Meiste wahrgenommene Anbieter je Abschluss: **Untern. u. Staatsanl.**



**Anbieterwahl**

Beste Relation Purchase / Advocacy:  
**Sparkasse**



**Abschlussort**

Beliebteste Abschlussort:  
**via Browser b. Depot-Anb.**

# Informationen zur Studie

## Nutzen und Umfang der Studie:

Quantifizierung der **Micro Conversion Rates**  
im **Sales Funnel** der Online Broker-Branche

mit Relevanzmessung der **Customer Touchpoints**  
in den verschiedenen Abschlussphasen

und detaillierten Analysen für bis zu **12 Top-Anbieter**

alle Informationen im **Wettbewerbsvergleich**  
auf 81 PowerPoint-Seiten

als PDF und PowerPoint-Datei **kurzfristig** verfügbar

Die Studie analysiert **objektiv, unabhängig** und **neutral**

**Nutzen:** Ansatzpunkte für eine bessere Ausschöpfung  
der Leads im Online Broker Markt

## Im Detail analysierte Anbieter:

- comdirect
- Consorsbank
- eToro
- finanzen.net zero
- flatex
- ING
- justTRADE
- S Broker
- Scalable Capital
- Sparkassen
- Trade Republic
- VR-Banken

# Informationen zur Studie

## Studieninhalte:

Die Studie analysiert unter anderem folgende **Aspekte**:

- wie sieht der Conversion Funnel in der Online Broker Branche aus?
- bei welchen Produktkategorien verjüngt sich der Conversion Funnel zur Abschlussentscheidung hin besonders stark?
- in welcher Phase der Abschlussentscheidung verlieren die Anbieter ihre potenziellen Kunden?
- welche Customer Touchpoints sind in den verschiedenen Abschlussphasen wichtig?
- welche Anbieter erzielen bei bestimmten Touchpoints besonders hohe Anteile?

## Die Studie in Zahlen:

- 514 Online-Interviews
- 6 Produktkategorien
- 12 Anbieter
- 3 Abschlussorte
- 4 Abschlussphasen im Conversion Funnel
- 24 Touchpoint-Kategorien in der Customer Journey
- 5 Advocacy-Kriterien

## Forschungsdesign:

moweb research führt die Online-Befragung mit **5.800** Interviews in Deutschland durch, davon **514** Online Broker Kunden. research tools analysiert die Antworten und stellt die Ergebnisse zusammen. Conversion Funnel und Touchpoint Journey der Online Broker Branche werden anhand diverser Kennzahlen abgebildet. Für einzelne Produktkategorien, Anbieter und Abschlussorte liegen separate Ergebnisse vor. Die Studie wurde objektiv, unabhängig und neutral erstellt und ist im Februar 2025 erschienen.

**Preis der Studie:** Die 81 Seiten umfassende Studie kostet **2.800 EUR** zzgl. Mehrwertsteuer.

# Inhaltsverzeichnis

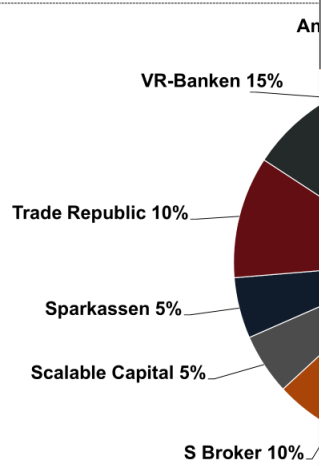
➤ Management Summary	3
➤ Forschungsdesign	8
➤ Produktkategorien	15
Anteile der Produktkategorien, Anteile Eröffnungsfrequenz insgesamt, Anteile Eröffnungsfrequenz nach Produktkategorie, Anbietern und Abschlussorten, Anteile geplantes Depot eröffnet	
➤ Anbieterwahl	23
Marktanteile der Anbieter insgesamt, Top-Anbieter in den Produktkategorien, Marktanteile der Anbieter in den Produktkategorien, Abschlussortanteile der größten Anbieter in den größten Abschlussorten, Anteile Erstkunden und Bestandskunden	
➤ Abschlussort	31
Anteile der Abschlussorte, Anteile der Abschlussorte in den Produktkategorien und bei den Anbietern	
➤ Conversion Funnel	37
Anbieterübergreifender Sales Funnel mit Micro Conversion Rates, Anteil der Advocacy-Arten, Marktanteile der Anbieter in den Stufen des Funnels, Funnel der Top-Anbieter, Funnel in den Top-Produktkategorien	
➤ Touchpoint Journey	51
Anteile Zeitspanne bis zum Produktabschluss, Anteile der Typen von Kontaktpunkten und Medien an allen Kontakten, Anteile der Kontaktpunkte insgesamt, Verteilung der Kontaktpunkte der Top-Anbieter auf Kontaktpunkttypen und Medientypen sowie die einzelnen Kontaktpunkte, Anteile der Kontaktpunkte in den Phasen der Customer Journey, Relevanz der Touchpoints in den Journeyphasen, Verteilung der Kontaktpunkte auf die Journeyphasen, Kontaktpunkte der Anbieter in den Journeyphasen	
➤ Anbieterpositionierung	76
➤ Kontakt	80

# Analysebeispiele (1)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Conversion Funnel

Stufe 2: Consideration (Anteile der Anbieter an den Abschlussorte, die für den Abschluss in Frage kamen)

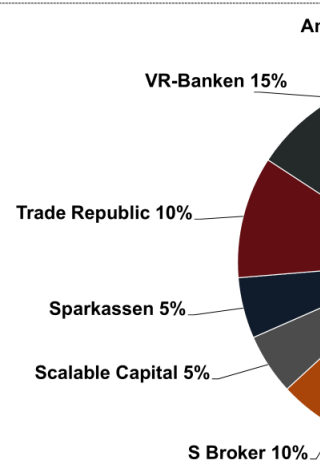


Fragestellung: Welche Depot-Anbieter kamen bei Ihrer Wertpapierdepoteröffnung für Sie in Frage?



### Conversion Funnel

Stufe 2: Consideration (Anteile der Anbieter an den Abschlussorte, die für den Abschluss in Frage kamen)



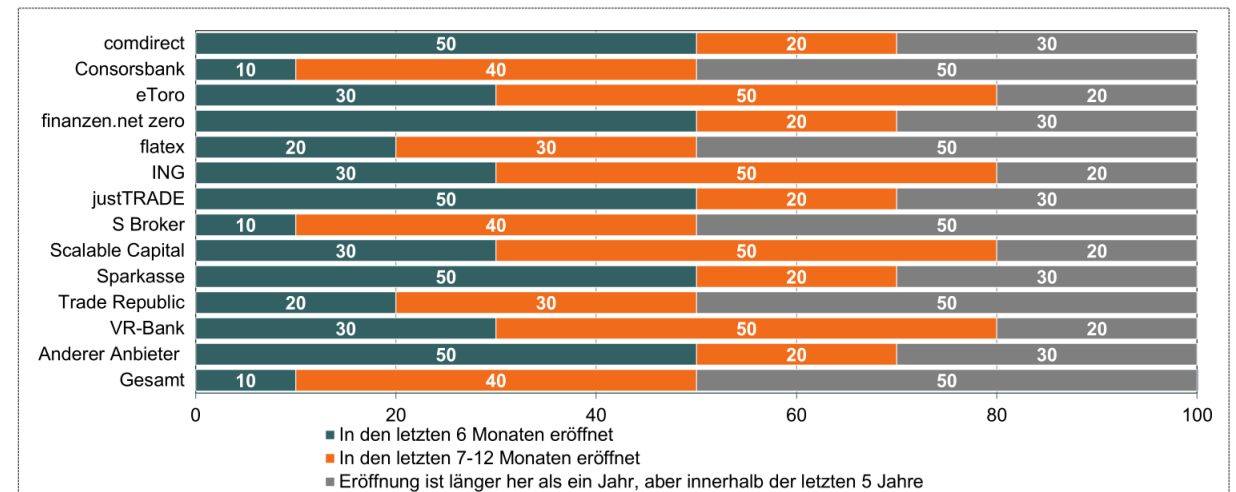
Fragestellung: Welche Depot-Anbieter kamen bei Ihrer Wertpapierdepoteröffnung für Sie in Frage?



Welche Vertriebskanäle sind für die großen Anbieter wichtig?

### Produktkategorien

Anteile Kauffrequenz nach Anbietern (Angaben in %)



Fragestellung: Welchen Depot-Anbieter haben Sie bei Ihrer Depoteröffnung gewählt?



Studie Customer Journey  
Online Broker 2025



Welche Produkte zählen zu den Top-Produktkategorien?

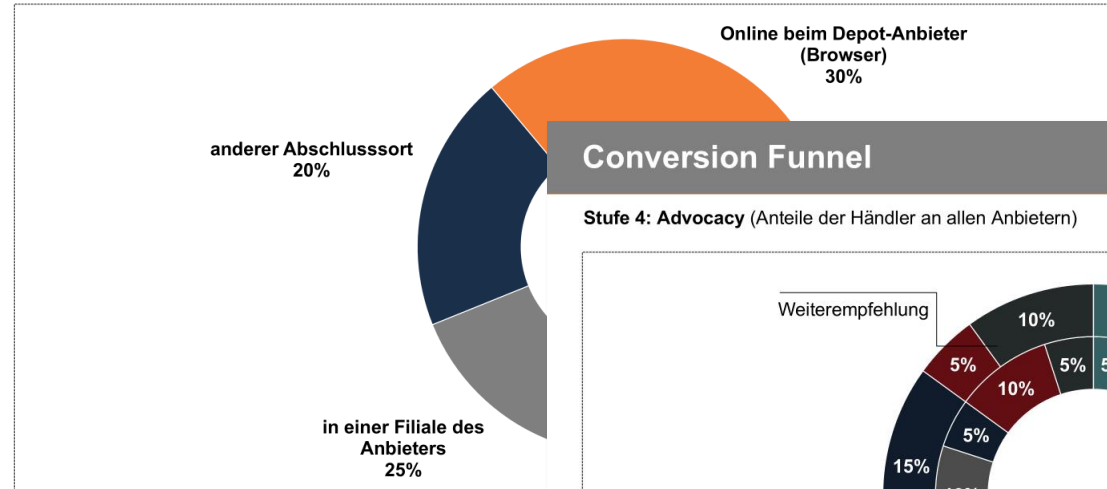


# Analysebeispiele (2)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Abschlussort

Anteile der Abschlussorte



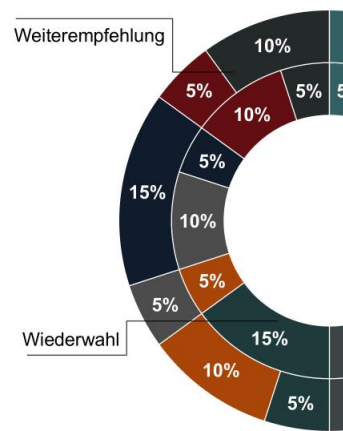
Fragestellung: 20. Worüber haben Sie ihr Wertpapierdepot eröffnet?



Welches sind die bevorzugten Abschlussorte?

### Conversion Funnel

Stufe 4: Advocacy (Anteile der Händler an allen Anbietern)

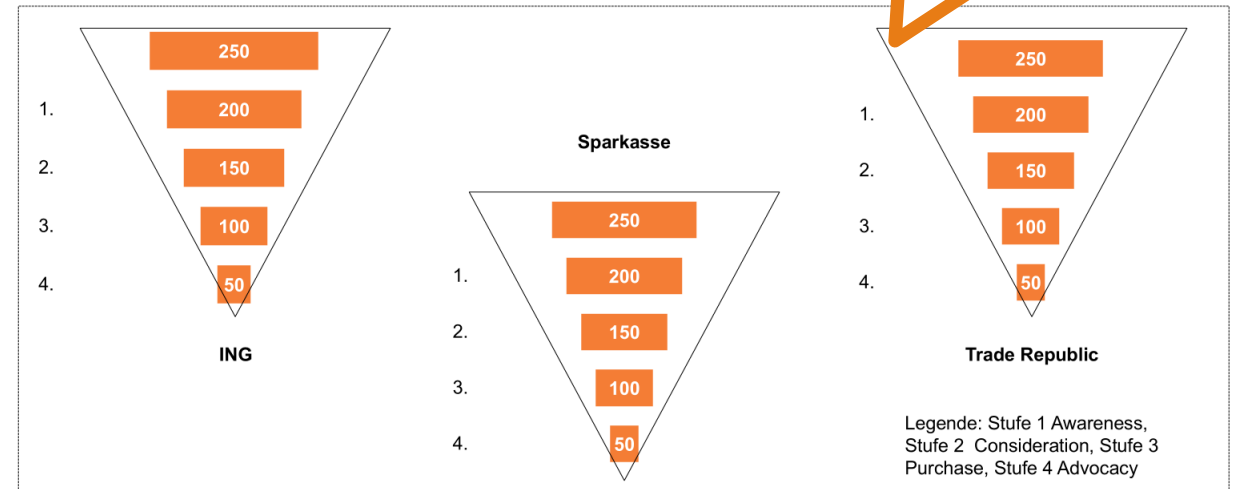


Fragestellungen: Würden Sie den bei Ihrer Wertpapierdepoteröffnung gewählten Depot-Anbieter wieder wählen? Haben Sie, den bei Ihrer Wertpapierdepoteröffnung gewählten Depot-Anbieter oder das Depot nach der Eröffnung bereits jemand anderem empfohlen oder den Depot-Anbieter bzw. das Depot online positiv bewertet/kommentiert?



### Conversion Funnel

Conversion Funnel Top-Anbieter (Angaben als Indexwerte; Stufe 3 Purchase = 100)



Lesebeispiel: Durchschnittlich 2,5 Personen nehmen den Anbieter ING im Vorfeld einer Wertpapierdepot-Eröffnung bewusst wahr (Stufe Awareness).



Studie Customer Journey  
Online Broker 2025



Welche Unterschiede zeigen die Anbieter im Conversion Funnel?

Legende: Stufe 1 Awareness, Stufe 2 Consideration, Stufe 3 Purchase, Stufe 4 Advocacy

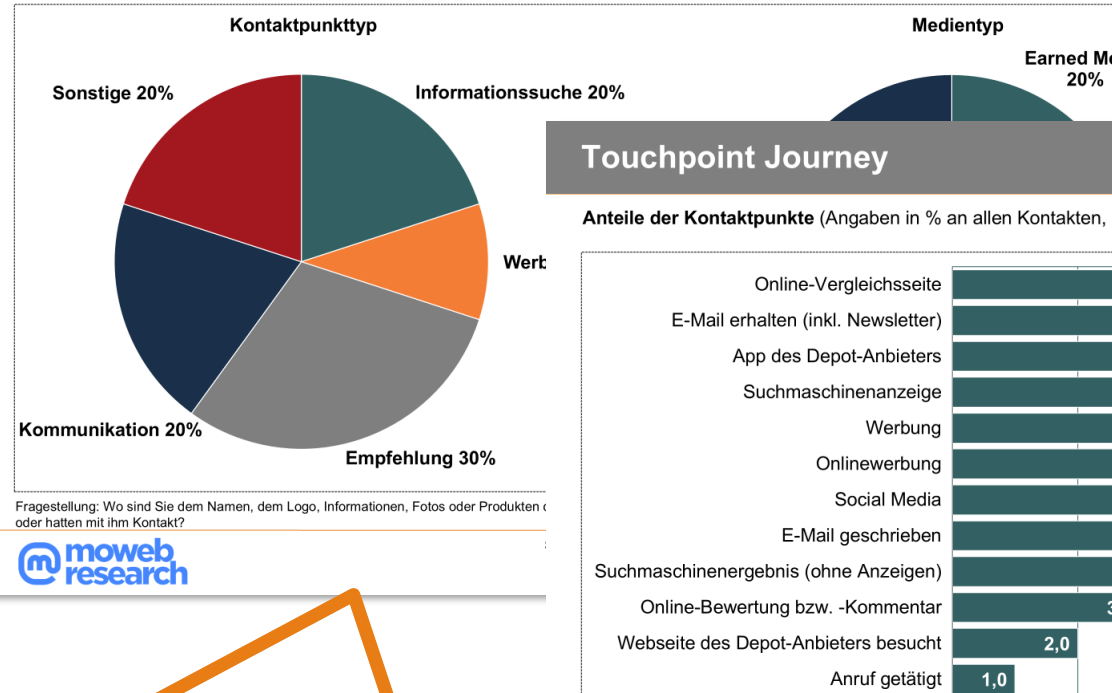


# Analysebeispiele (3)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Touchpoint Journey

Anteile der Typen von Kontaktpunkten und Medien an allen Kontakten

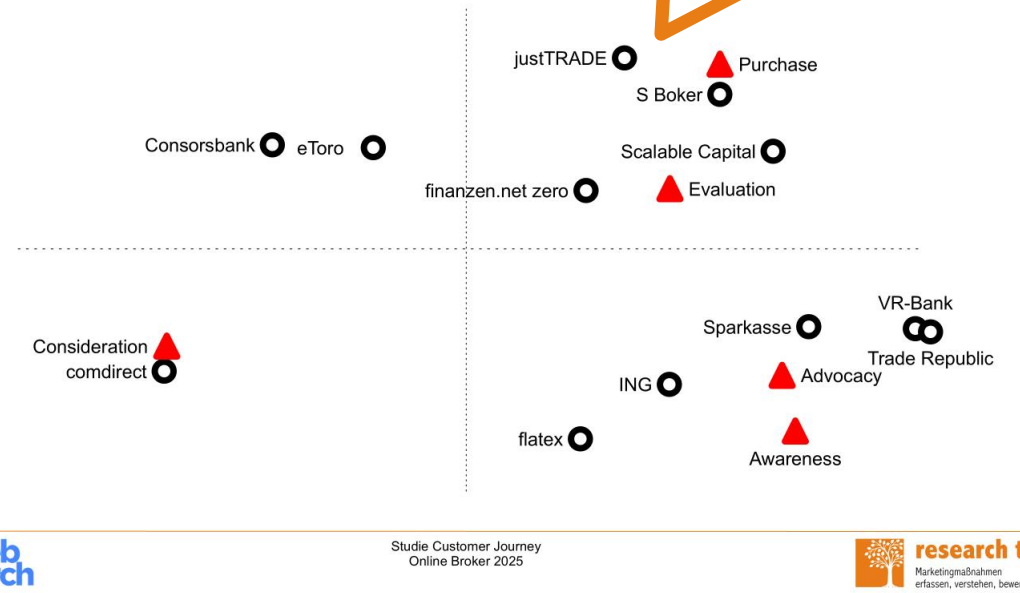


**Welche Kontaktpunkte und Medientypen sind in der Branche wichtig?**

**In welchen Phasen des Conversion Funnel haben die Anbieter ihre Stärken?**

### Anbieterpositionierung

Anbieterpositionierung im Conversion Funnel



# Bestellformular

Ihre Bestellung nehmen wir gerne per formloser E-Mail oder mit ausgefülltem Bestellformular entgegen.

**E-Mail:** [uwe.matzner@research-tools.net](mailto:uwe.matzner@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 2.800 EUR zzgl. MwSt. die  
**Studie Customer Journey Online Broker 2025.**

**Auftraggeber:**

Firma: \_\_\_\_\_

Ansprechpartner: \_\_\_\_\_

E-Mail: \_\_\_\_\_

Position/Funktion: \_\_\_\_\_

Datum, Ort, Unterschrift: \_\_\_\_\_

Der Erwerb der Studie berechtigt zur Nutzung der Studienergebnisse im Unternehmen. Eine Weitergabe außerhalb des Unternehmens oder eine Veröffentlichung von Studienergebnissen bedarf der schriftlichen Autorisierung durch einen der beiden Herausgeber moweb research oder research tools.

## Herausgeber und Kontaktpersonen für diese Studie sind:



### Ulrich Pabst

Chief Sales Officer

Telefon: +49 211 8282800

E-Mail: u.pabst@mo-web.net

moweb research

Mertensgasse 12, 40213 Düsseldorf

www.mowebresearch.com



### Ronja Inhofer

Marketinganalytikerin

Telefon: +49 711 55090383

E-Mail: ronja.inhofer@research-tools.net

research tools

Kesselwasen 10, 73728 Esslingen a. N.

www.research-tools.net

moweb research war bei der Gründung im Jahr 2004 ein Wegbereiter im Online-Marktforschungssektor Deutschlands. Als Full-Service-Institut unterstützt moweb bei wichtigen Entscheidungen mit umfassender Marktanalyse und Beratung.

research tools positioniert sich seit 2005 als Spezialist für auftraggeberunabhängige Marketingstudien mit breitem Methodikspektrum von Desk Research über Repräsentativumfragen bis hin zum Webcrawling.

Weitere Studien zur Banken-Branche:

- Studie Operatives Produktmarketing Banken 2025
- Studie Bankzielgruppe Ratenkreditnehmer 2024
- Studie Kundenpfade Banken 2024
- Werbemarktanalyse Karten 2024
- Studie Bankzielgruppe Direktbankkunden 2024
- Studie Unternehmensprofile Banken 2024

