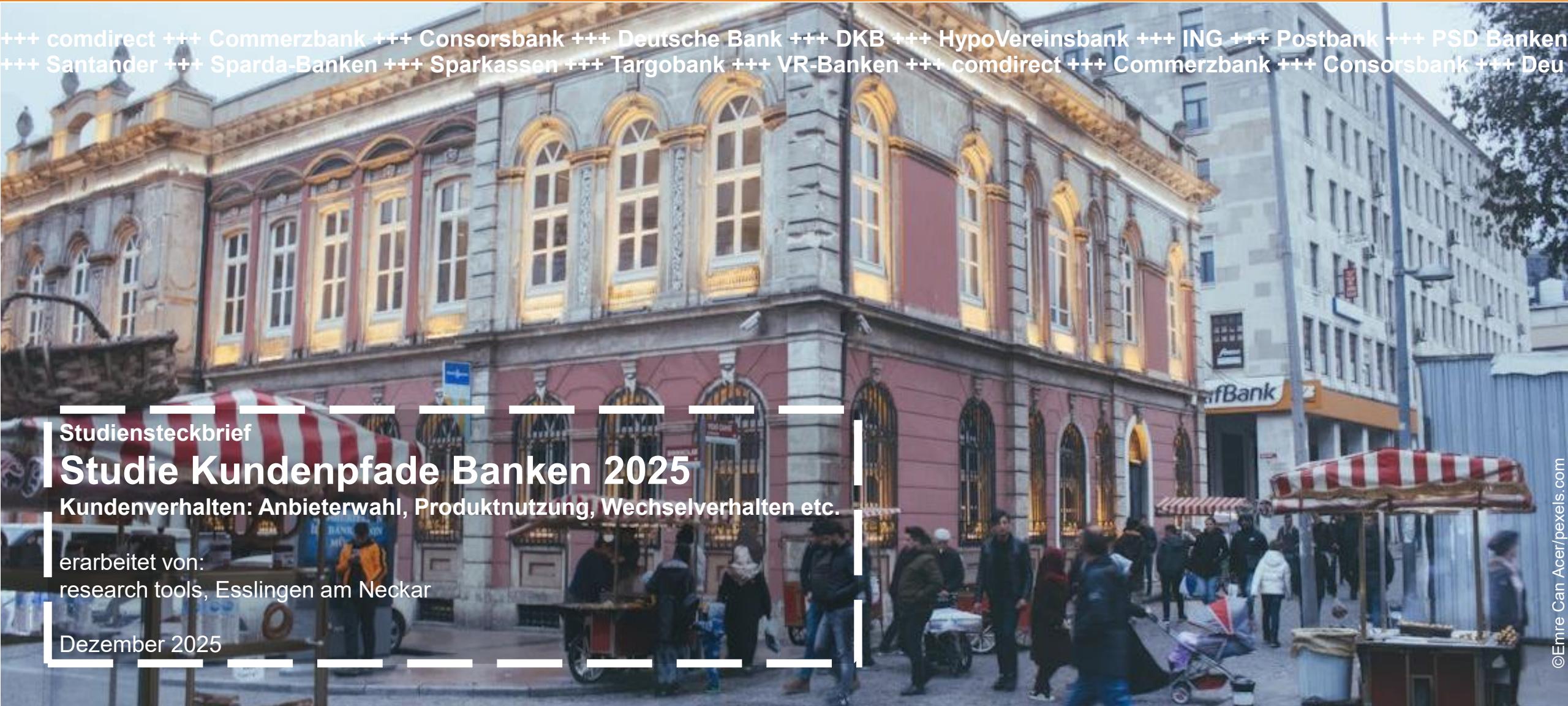


+++ comdirect +++ Commerzbank +++ Consorsbank +++ Deutsche Bank +++ DKB +++ HypoVereinsbank +++ ING +++ Postbank +++ PSD Banken
+++ Santander +++ Sparda-Banken +++ Sparkassen +++ Targobank +++ VR-Banken +++ comdirect +++ Commerzbank +++ Consorsbank +++ Deu



Studiensteckbrief

Studie Kundenpfade Banken 2025

Kundenverhalten: Anbieterwahl, Produktnutzung, Wechselverhalten etc.

erarbeitet von:

research tools, Esslingen am Neckar

Dezember 2025

©Emre Can Acer/pexels.com

Informationen zur Studie

Nutzwert der Studie:



Welche Unterschiede hinsichtlich der **Kundenstrukturen** offenbaren die einzelnen Produktgruppen?



Welche Art des Produktabschlusses (neuer vs. bisheriger Anbieter, erstmalige Produktnutzung vs. Produktersatz) überwiegt?



Welche **Motivatoren** und **Bedenken** zeigen sich beim Kunden im Rahmen eines Produktabschlusses?



Zwischen welchen Anbietern wechseln die Kunden, welche Banken sind Gewinner bei **Gain-Loss-Analysen**?



Welche Anbieter und Produkte wählt der Kunde wann innerhalb seines **Life Cycles**?



Welche **Abschlussfrequenzen** sind bei verschiedenen Kundengruppen beobachtbar?



Wie viele **verschiedene Banken** nutzen die Kunden, wie häufig wechseln sie den Anbieter?

Informationen zur Studie

Key Facts der Analysebereiche:



Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

Längsschnittanalyse Produktnutzung und Wechselverhalten:
Produkt- und Anbieterwahl, Teilnahmeort, Motivation, Wechselverhalten

zu **14 Banken** und **11 Produktgruppen**

auf Basis von **4.000 online-repräsentativen Interviews**,
davon **3.897 Bankkunden**

viele Ergebnisse im **Wettbewerbsvergleich**
auf 147 PowerPoint-Seiten

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

die Studie ist **objektiv, unabhängig und neutral**

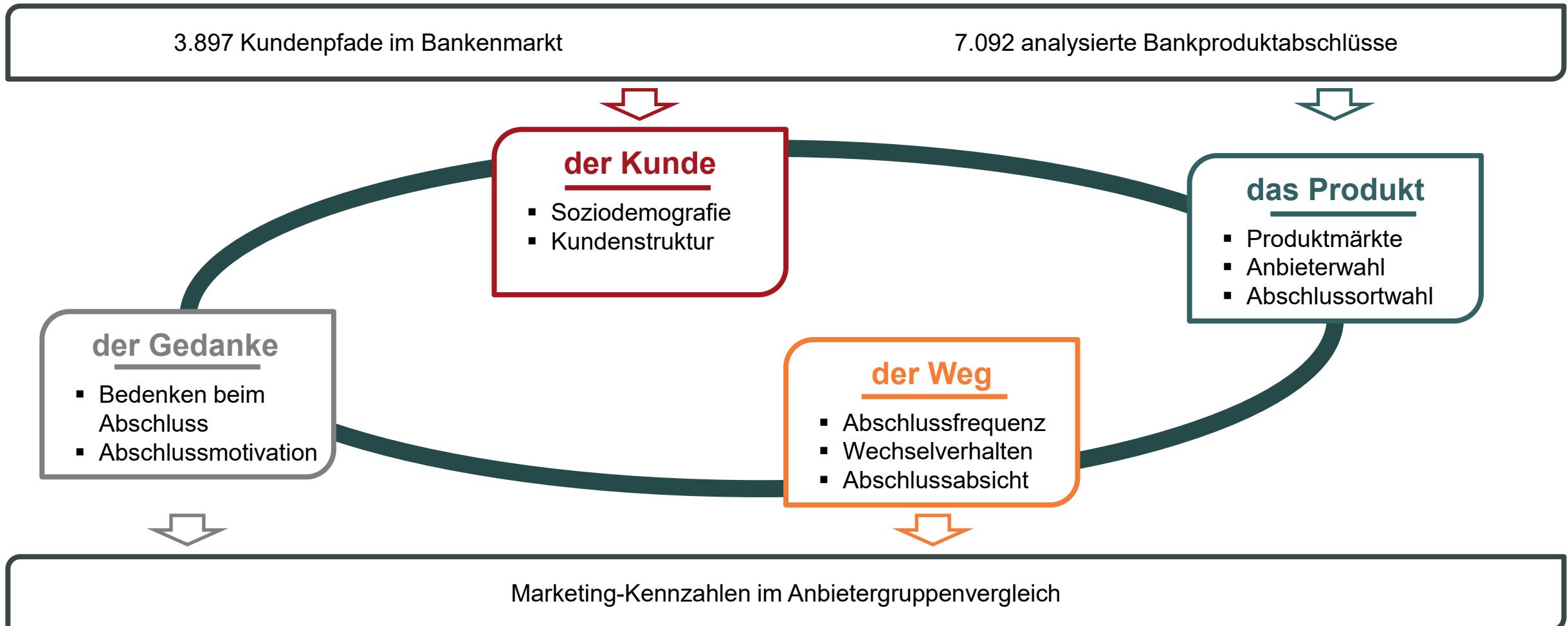
Nutzen: Kundenpfade im Bankenmarkt

untersuchte Bank- produktgruppen:

- Altersvorsorge
- Baufinanzierung
- Festgeldkonto
- Girokonto
- KfZ-Leasing
- Kreditkarte
- Ratenkredit / Autokredit
- Sparanlage
- Sparbuch
- Tagesgeldkonto
- Wertpapiere

Informationen zur Studie

Konzeption:



Informationen zur Studie

Studieninhalte:

Die Studie in Zahlen:

4.000

Online-
Interviews

3.897

Kundenpfade
im Banken-
markt

7.092

analysierte
Produkt-
abschlüsse

14

im Detail
analysierte
Banken

9

Abschluss-
orte

11

Produkt-
gruppen

Forschungsdesign:

Für die Studie wurden 4.000 Interviews online-bevölkerungsrepräsentativ (auf zwei Jahre verteilt) bei Verbrauchern in Deutschland durchgeführt. Zielsetzung der Studie ist die Erstellung einer Längsschnittanalyse von Produktnutzung und Wechselverhalten im Bankenmarkt. Die Studie ist im Dezember 2025 erschienen.

Preis der Studie: Die 147 Seiten umfassende Studie kostet **4.400 EUR** zzgl. Mehrwertsteuer.

Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	4
➤ Forschungsdesign	9
➤ Soziodemografie der Bankkunden	15
➤ Produktmärkte	28
Genutzte Bankprodukte, Soziodemografie der Kunden in den Produktgruppen, Nutzungsreihenfolge nach Produktgruppen, Abschlussart nach Produkten, Anzahl Produkte nach Anzahl Anbieter, Aktuell genutzte Bankprodukte	
➤ Abschlussorte	48
Abschlussorte der Bankprodukte, Soziodemografie der Kunden der verschiedenen Abschlussorte, Abschlussorte nach Banken, Abschlussorte nach Produktart	
➤ Kundenstruktur der Banken	60
➤ Anbieterwahl	67
Produktgruppenübergreifende Marktanteile der Anbieter, Abschlussart nach Anbieter, Anzahl Anbieter nach Anzahl Produkte, Markenwahl nach Sozioökonomischen Faktoren	
➤ Abschlussmotivation	75
Abschlussmotivation in soziodemografischen Merkmalsgruppen, Abschlussmotivation in den Bankproduktgruppen	
➤ Bedenken beim Abschluss	83
Bedenken nach Produktgruppen, Bedenken nach Abschlussart, Bedenken in soziodemografischen Merkmalsgruppen, Bedenken in den Produktgruppen	

Inhaltsverzeichnis

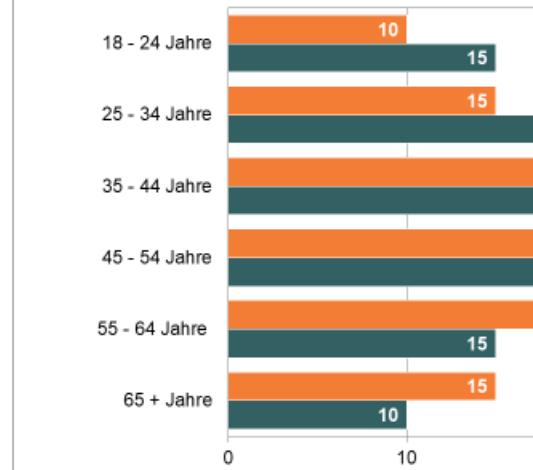
➤ Abschlussfrequenz	92
Abschlussfrequenz nach Anbietern, Abschlussfrequenz nach Abschlussorten, Abschlussfrequenz nach Anzahl aktuell genutzter Produkte, Abschlussfrequenz nach soziodemografischen Merkmalsgruppen	
➤ Wechselverhalten	99
Abschlussart des letzten Produktabschlusses, Abschlussart in soziodemografischen Merkmalsgruppen, Abschlussart in Produktgruppen, Kundenausschöpfung, Anbieterwechsel von...zu, Produktgruppenwechsel von...zu, Gain-Loss-Analyse nach Anbietern, Anzahl genutzter Anbieter, Brandhopper nach Anbietern, Wechsel zwischen Anbietergruppen	
➤ Abschlussplan	121
Geplante Bankproduktabschlüsse, Differenz der Marktanteile (Abschlussabsicht abzüglich letzte Abschlüsse), Soziodemografische Struktur der Kunden mit Abschlussplan nach Produktgruppen, Soziodemografische Struktur der Kunden mit Abschlussplan nach Anbieter	
➤ Kennzahlen der Banken	138
Weiterempfehlungsquote, Werbewirksamkeit, Wechselkunden, Brandhopper, Kundenloyalität, Preisreagibilität	
➤ Kontakt	146

Analysebeispiele (1)

Die Beispelseiten enthalten fiktive Daten

Soziodemografie der Bankkunden

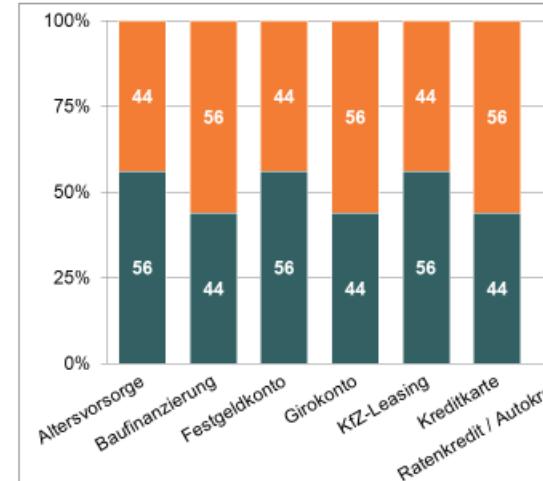
Altersverteilung der Bankkunden (Angaben in %)



research tools
Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Produktmärkte

Geschlechterverteilung in den Produktgruppen



research tools
Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Welche Geschlechterverteilung weisen die Produktmärkte auf?

Anbieterwahl

Nutzungsreihenfolge nach Banken

(Basis: Personen mit bisher maximal zwei Bankproduktabschlüssen)

Erster Produktabschluss

Zweiter Produktabschluss

Fragestellung: Welches Bankprodukt wurden zuletzt bei welchem Anbieter abgeschlossen?

research tools
Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studie Kundenpfade
Banken 2025

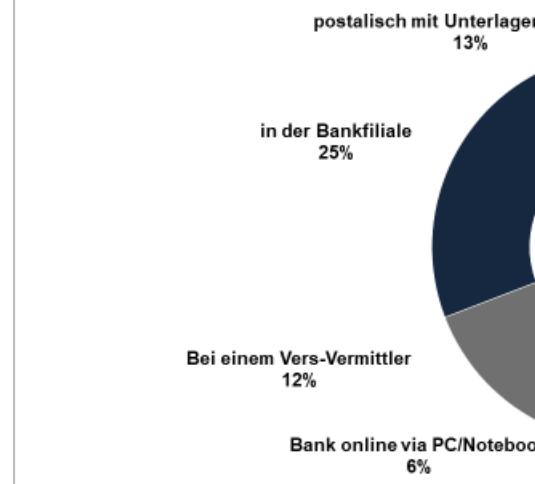
In welche Altersgruppe fällt die Nutzung der Bankprodukte?

Analysebeispiele (2)

Die Beispelseiten enthalten fiktive Daten

Abschlussorte

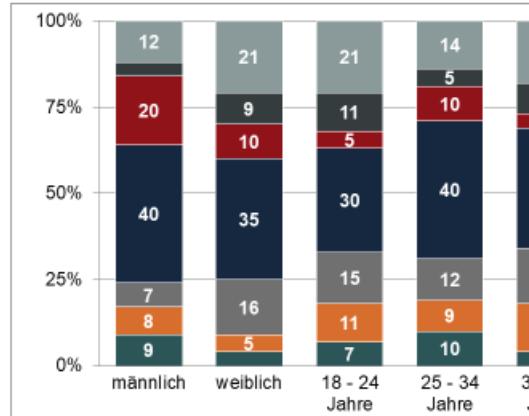
Abschlussort der genutzten Produkte
(Basis: letzter Abschluss)



research tools
Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Abschlussmotivation

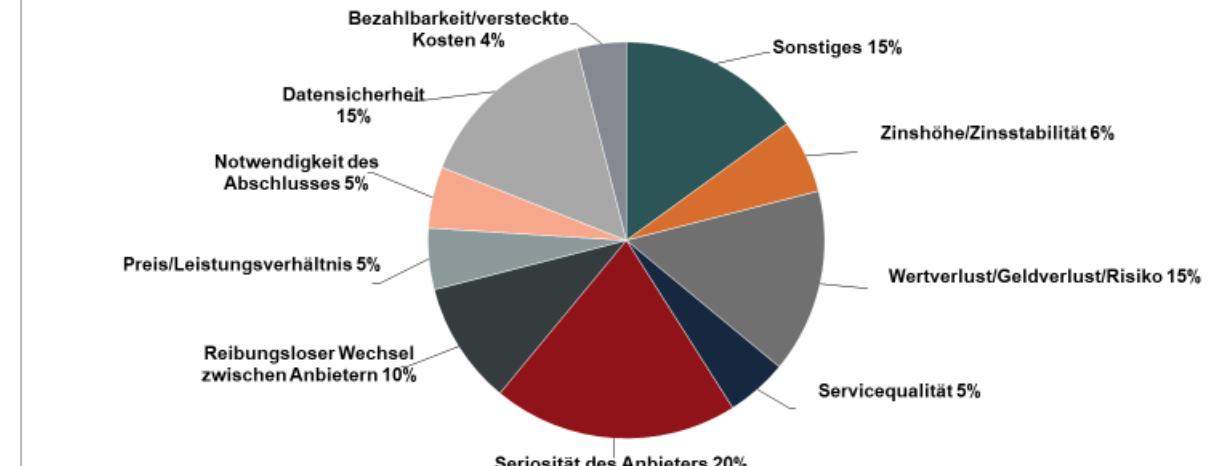
Abschlussmotivation in den Geschlechter- und Altersgruppen (Basis: letzter Produktabschluss)



research tools
Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Bedenken beim Abschluss

Übersicht aller Bedenken beim letzten Bankabschluss



Studie Kundenpfade
Banken 2025

Welche Abschlussorte wählen die Kunden bevorzugt?

Welche Bedenken haben die Bankkunden?

Analysebeispiele (3)

Die Beispelseiten enthalten fiktive Daten

Wechselverhalten

Produktgruppenwechsel von ... zu

von	Altersvorsorge	55,5%
zu	Baufinanzierung	44,4%
	Girokonto	33,3%
	Festgeldkonto	22,2%
	Wertpapiere	11,1%
	Sparbuch	9,9%
	Sparanlage	8,8%



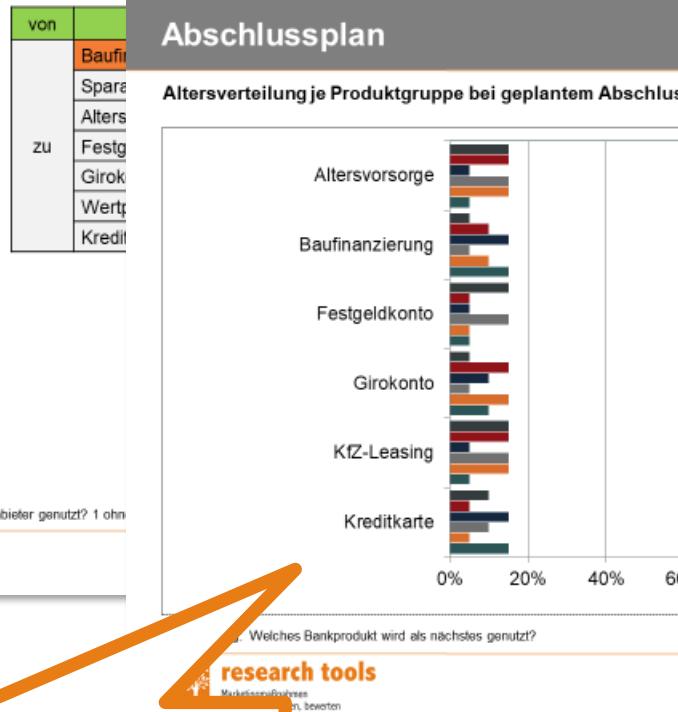
Fragestellung: Welches Bankprodukt wurden zuletzt von welchem Anbieter genutzt? 1 ohne



Fragestellung: Welches Bankprodukt wird als nächstes genutzt?



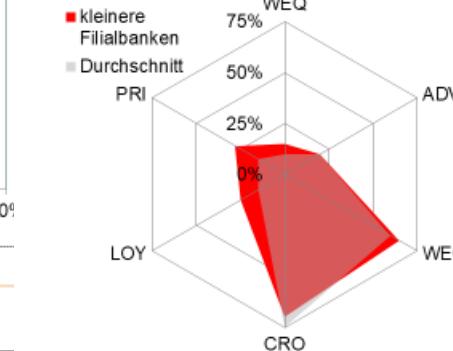
Welche Altersstruktur liegt in den Produktgruppen vor?



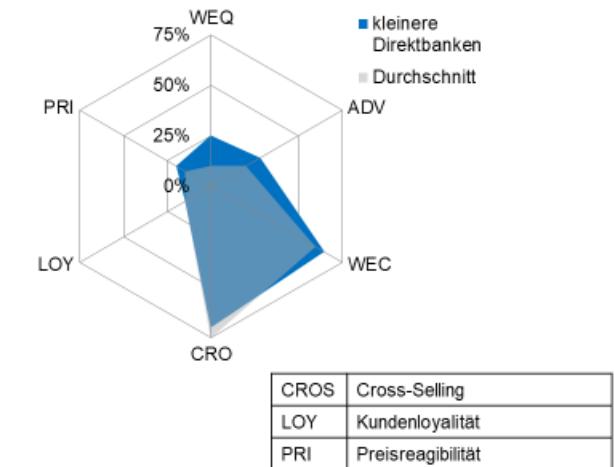
Kennzahlen der Banken

Kennzahlenprofil kleinere Filialbanken¹ und kleinere Direktbanken²

WEQ	Weiterempfehlungsquote
ADV	Werbewirksamkeit
WEC	Wechselkunden



Bei welchen Marketingkennzahlen profilieren sich die Anbietergruppen?



1 kleinere Filialbanken (Deutsche Bank, HypoVereinsbank, PSD, Santander, Sparda-Bank, Targobank); 2 kleinere Direktbanken (comdirect, Consorsbank, DKB)



Studie Kundenpfade
Banken 2025

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 4.400 EUR zzgl. MwSt. die **Studie Kundenpfade Banken 2025**.

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.

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Spezialist für Marketinganalyse, -controlling und -monitoring.

In der Reihe Kundenpfade sind seit 2019 mehr als 20 Studien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

Weitere relevante Studien zur Bankenbranche:

- Studie Social Media Ad Perception Banken 2025
- Studie Bankzielgruppe Brandhopper 2025
- Studie Bankzielgruppe Wertpapierkunden 2025
- Studie Bankzielgruppe Junge Berufstätige 2025
- Studie Bankzielgruppe Festgeld 2025
- Studie Social Media-Performance Banken 2025

Branche Banken: seit 2020 mehr als 70 Studien veröffentlicht

