

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

Studiensteckbrief

Studie Unternehmensprofile Banken 2026

Kundenbezogene Marketingkennzahlen der Anbieter

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

März 2026



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie
Unternehmensprofile Banken 2026

Informationen zur Studie

Nutzwert der Studie:



Welche **Kundenstrukturen** weisen die 14 analysierten Banken auf?



Wie unterscheidet sich das **Kundenverhalten**? Welcher Anbieter hat die höchste Weiterempfehlungsquote, wer liegt vorn bei der Kundenausschöpfung?



Welche **Abschlussmotivation** begründete den letzten Bankproduktabschluss?



Welches **Wechselverhalten** zeigt der nächste Produktabschluss auf?



Wer sind die **Benchmarks** bei Marktanteil, Kundenstruktur und -verhalten?



Über welche **Freizeitaktivitäten** und **Medien** sind die Kunden erreichbar?



Bei welchen **Marketing-Kennzahlen** zeigen sich Potenziale?

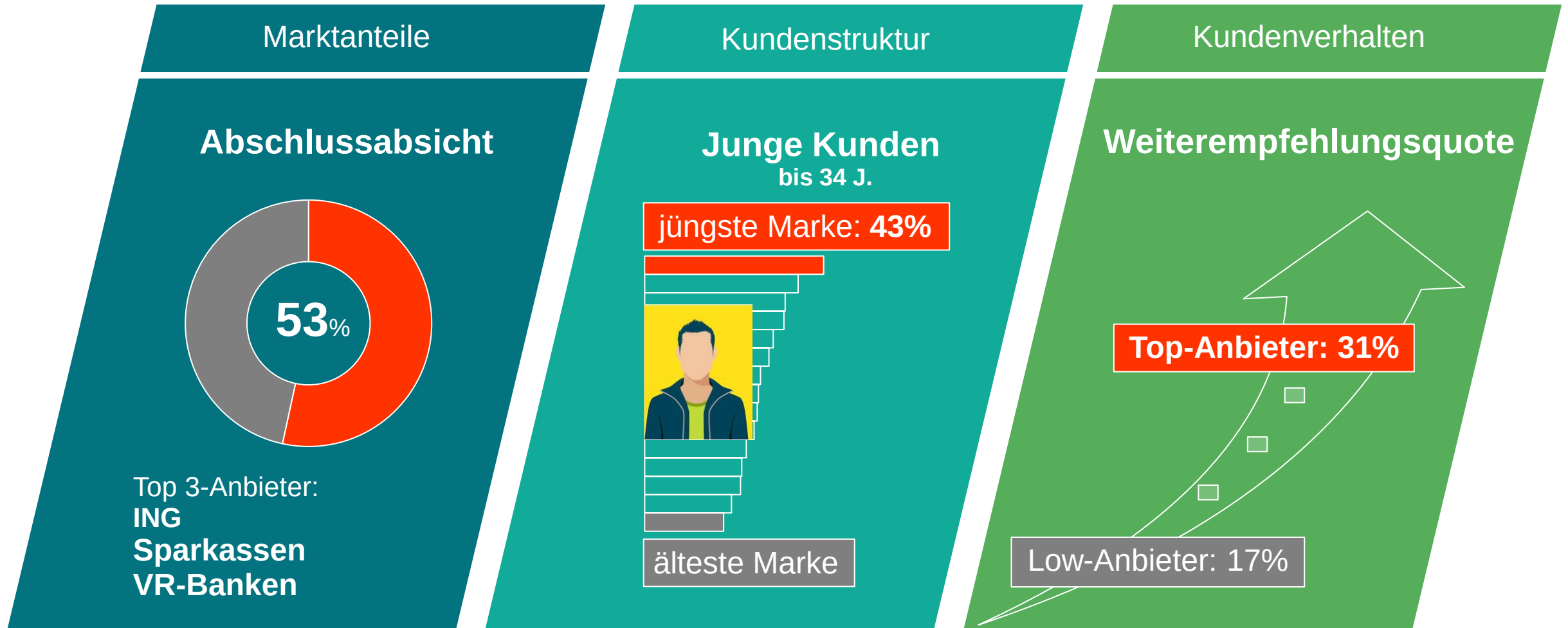


research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie
Unternehmensprofile Banken 2026

Key Facts der Analysebereiche:



Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

Analyse von Struktur und Verhalten der **Bankkunden**

von insgesamt **14 Banken und Bankengruppen**

auf Basis von **4.000 Online-Interviews**

alle Informationen **im Wettbewerbsvergleich**
auf 115 PowerPoint-Seiten

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

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

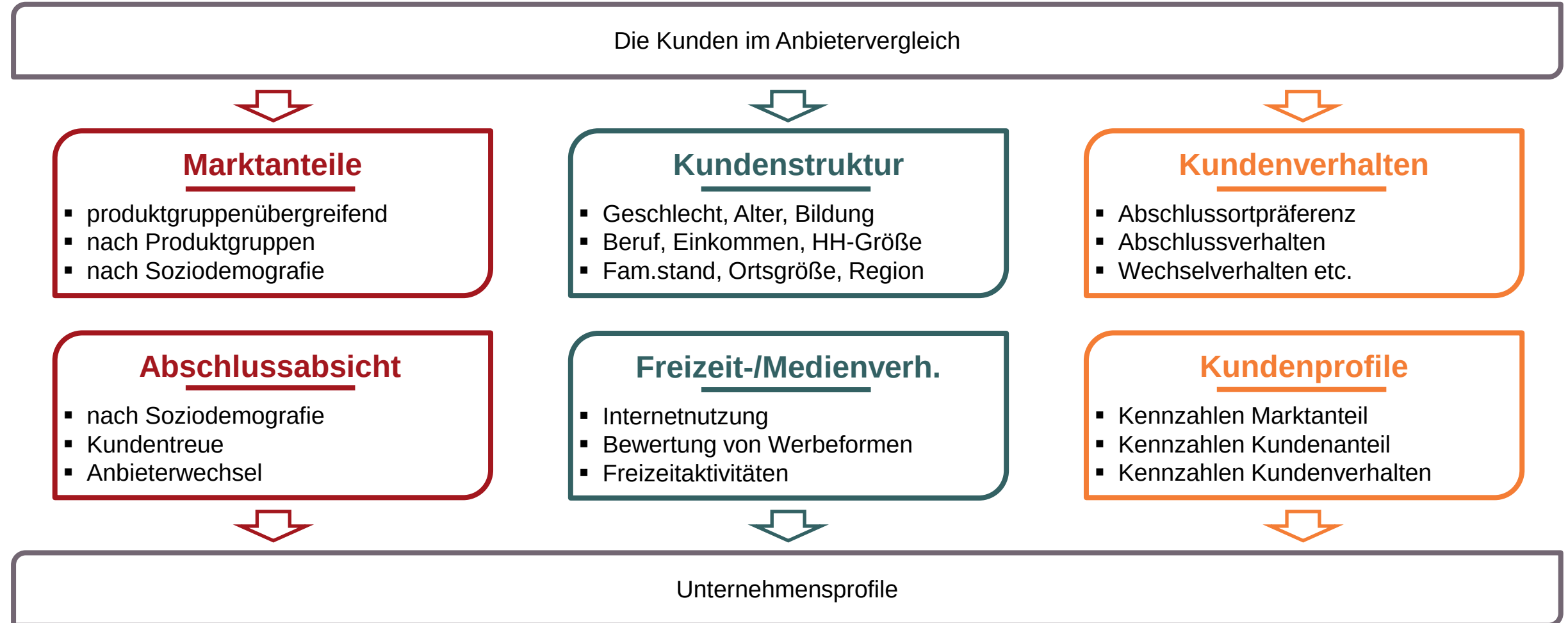
Nutzen: Benchmarking auf Basis von Marketingkennzahlen zu Kundenstruktur und Kundenverhalten

untersuchte Banken und Bankengruppen:

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



Konzeption:



Informationen zur Studie

Studieninhalte:

Die Studie in Zahlen:

4.000

Online-Interviews

7.235

analysierte Produktabschlüsse

14

im Detail analysierte Banken u. Bankengruppen

10

Abschlussorte

11

Produktgruppen

11

Werbemediengattungen

15

Marketing-Kennzahlen im Anbietervergleich

Forschungsdesign:

Für die Studie wurden 4.000 Interviews online-bevölkerungsrepräsentativ (auf zwei Jahre verteilt) bei Verbrauchern in Deutschland durchgeführt. Zielsetzung der Studie ist die Ermittlung der Unternehmensprofile hinsichtlich Kundenstruktur, Kundenverhalten und Marktpositionierung. Die Studie ist im März 2026 erschienen.

Preis der Studie: Die 115 Seiten umfassende Studie kostet **3.700 EUR** zzgl. Mehrwertsteuer.



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie
Unternehmensprofile Banken 2026

Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	3
➤ Forschungsdesign	9
➤ Marktanteile	13
Hausbank, Marktanteile insgesamt, nach Geschlecht, Alter, Nielsen-Gebiet, Ortsgröße, Produktgruppen, Abschlussmotivation, Abschlussort, Abschlussabsicht, Anteile der Anbieter an den Produktabschlüssen in den Produktkategorien	
➤ Kundenstruktur	29
Kundenstruktur nach Geschlecht, Alter, Bildung, Beruf, HH-Bruttoeinkommen, Haushaltsgröße, Familienstand, Nielsen-Gebiet, Ortsgröße	
➤ Kundenverhalten	41
Kundenausschöpfung, Abschlussart des letzten Produkts, Abschlussmotivation, Werbewirksamkeit, Weiterempfehlungsquote, Frequenz der Produktabschlüsse, Kundentreue, zuletzt genutzte Produktgruppe, Produktnutzung nach Anbietern, Abschlussort, Kaufverhaltensrelevante Einstellungen, letzter Kontakt zum Anbieter	
➤ Abschlussabsicht	66
Abschlussabsicht nach Geschlecht, Alter, Ortsgröße, Nielsen-Gebiet, Kundentreue, Anbieterwechsel	
➤ Freizeit- und Medienverhalten	73
Gerät Internetnutzung, genutzte Website-Gattungen, Bewertung von Werbung nach Mediengattungen, Freizeitaktivitäten (Homework, Kreativität, Kultur, freie Zeit, Natur, Sport)	
➤ Kundenprofile der Anbieter	94
14 Kennzahlen zu Marktanteilen, Kundenanteilen und Kundenverhalten für 14 Anbieter, Ränge in den Kennzahlengruppen	
➤ Positionierung	112
Korrespondenzanalyse Ähnlichkeit der Anbieter bei Kundenkennzahlen	
➤ Kontakt	114

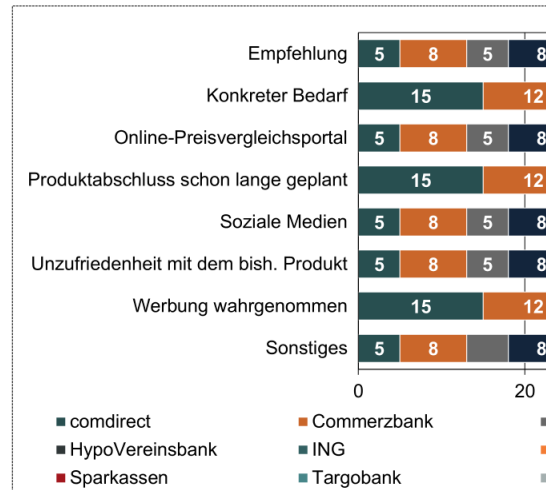


Analysebeispiele (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Marktanteile

Marktanteile der Anbieter nach Abschlussmotivation (Angaben in %)



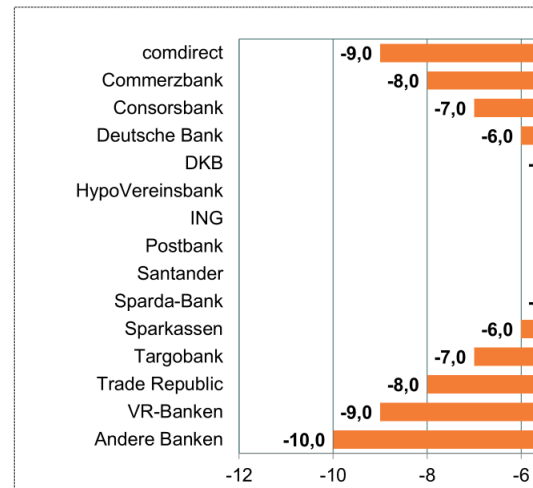
Fragestellung: Aus welchem konkreten Anlass haben Sie das letzte Bankprodukt abgeschlo-



In welchen Bereichen der Abschlussmotivation zeigt sich Potenzial?

Marktanteile

Differenz der Marktanteile in der Online-Bevölkerung (Abschlussabsicht abzüglich letzte Produktabschlüsse, Angaben in Prozentpunkten)

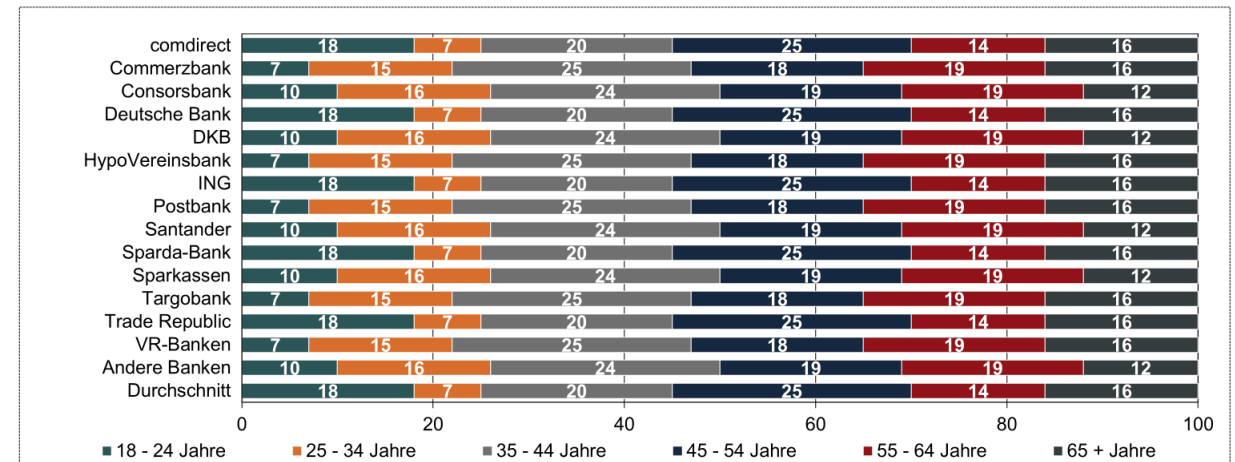


Basis: letzte fünf Produktabschlüsse, nächster geplanter Abschluss



Kundenstruktur

Altersstruktur der Kunden (Angaben in %)



Fragestellung: Wie alt sind Sie?



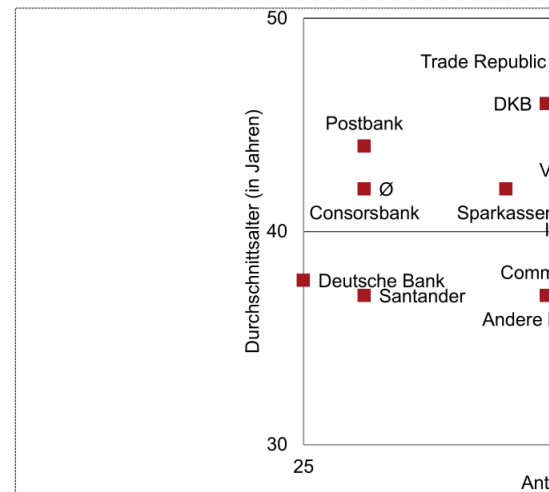
Studie Unternehmensprofile
Banken 2026

Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Kundenstruktur

Positionierung der Anbieter nach Kundenstruktur



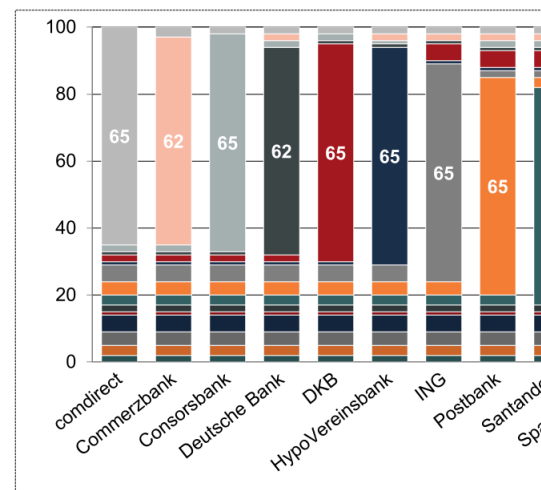
Fragestellung: Wie alt sind Sie? Ihr Geschlecht?



Welche Positionierung ergibt sich nach Kundenstruktur?

Kundenverhalten

Kundenausschöpfung – Anteil eigene Produktnutzungen an allen Produktnutzungen eigener Kunden (Angaben in %)

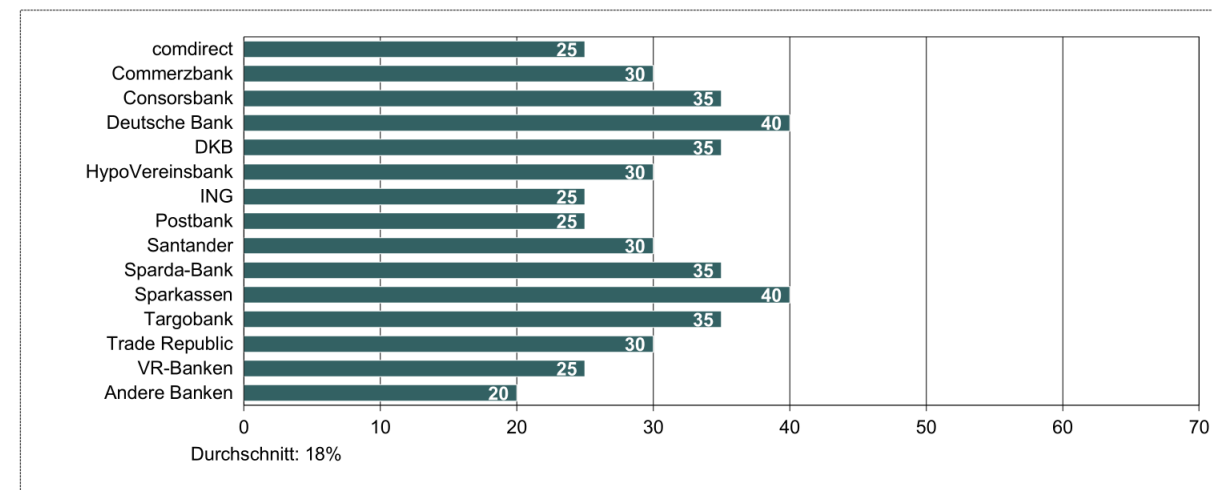


Lesebeispiel: Von allen Produktabschlüssen, welche Sparkassen-Kunden getätigt haben, ...



Kundenverhalten

Weiterempfehlungsquote¹ (Angaben in %)



Durchschnitt: 18%

¹ Produkt wurde aufgrund einer Empfehlung abgeschlossen; Basis: letzter Produktabschluss



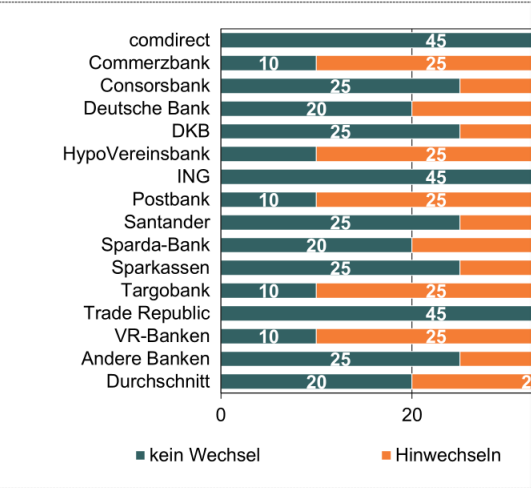
Studie Unternehmensprofile Banken 2026

Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

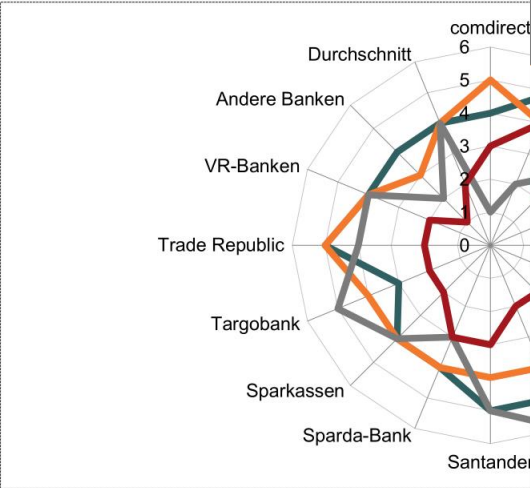
Abschlussabsicht

Anbieterwechsel letztes und geplantes nächstes Produkt (Angaben in %)



Freizeit- und Medienverhalten

Freizeitaktivitäten der Kunden – Sport (2) (Angaben in % aller genannten Freizeitaktivitäten)



Fragestellung: Wählen Sie fünf Freizeitaktivitäten die Ihnen wichtig sind

research tools
Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Welche Anbieter sind die Marketing-Benchmarks?

Kundenprofile der Anbieter

Überblick – Bank XY

Marktanteil	insgesamt	11,1%	Rang 3	Kundenstruktur	Neukundenüberschuss	18,8%	Rang 6
	im primären Nielsen-Gebiet (NRW)	12,2%	Rang 7		Anteil Kunden < 45 Jahre	19,9%	Rang 2
	Abschlussabsicht	13,3%	Rang 1	Kundenverhalten	Kundenloyalität	20,0%	Rang 11
	In primärer Produktgruppe (Altersvorsorge)	14,4%	Rang 15		Empfehlungsquote	21,1%	Rang 5
Kundenstruktur	4+-Personen-Haushalte	15,5%	Rang 5		Marke wichtiger als Preis	22,2%	Rang 4
	Haushaltsbruttoverdienst > 60.000€	16,6%	Rang 4		kein Wechsel trotz besserer Konditionen	23,3%	Rang 7
	Kundenausschöpfung	17,7%	Rang 3		Anteil Wechselkunden ¹	24,4%	Rang 8
					Abschlussfrequenz bis 2 Jahre	25,5%	Rang 16

1 Abschlüsse mit Anbieterwechsel

research tools
Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studie Unternehmensprofile
Banken 2026

Welche Wechselrichtungen herrschen vor?

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 3.700 EUR zzgl. MwSt. die **Studie Unternehmensprofile Banken 2026**.

Auftraggeber:

Firma: _____

Ansprechpartner: _____

E-Mail: _____

Position/Funktion: _____

Datum, Ort, Unterschrift: _____



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie
Unternehmensprofile Banken 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 Spezialist für Marketinganalyse, -controlling und -monitoring.

Seit dem Jahr 2021 sind mehr als 20 Studien aus der Reihe Unternehmensprofile zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

Weitere relevante Studien zur Bankenbranche:

- Studie Operatives Produktmarketing Banken 2026
- Werbemarktanalyse Wertpapiere 2026
- Studie Kundenpfade Banken 2025
- Studie Social Media Ad Perception Banken 2025
- Studie Bankzielgruppe Brandhopper 2025
- Studie Bankzielgruppe Wertpapierkunden 2025

Bankenbranche: seit 2021 mehr als 50 Studien veröffentlicht

