



Quelle: Prostock-studio – stock.adobe.com

## Rund jeder zweite Produktabschluss findet in der Bankfiliale statt

**In der „Studie Unternehmensprofile Banken 2020“ hat research tools auf Basis von Bankproduktabschlüssen Struktur und Verhalten der Kunden von 14 Banken und Bankengruppen analysiert.**

### Mehrheit geht in die Filiale

Die Studie zeigt: Die Bankfiliale spielt noch immer eine große Rolle für den Abschluss eines Bankprodukts. Bei rund der Hälfte der Produktabschlüsse wählen Kunden über alle Produktgruppen hinweg die Bankfiliale.

Rund 40 Prozent nutzen hingegen einen Online-Zugang um ein Produkt abzuschließen. Weniger als fünf Prozent entscheiden sich für den Produktabschluss per Telefon.

### Treue Kunden

70 Prozent der Produktabschlüsse entfallen auf ein bereits zuvor einmal gewähltes Institut. So hält ein Großteil der Kunden dem einmal gewählten Kreditinstitut die Treue.

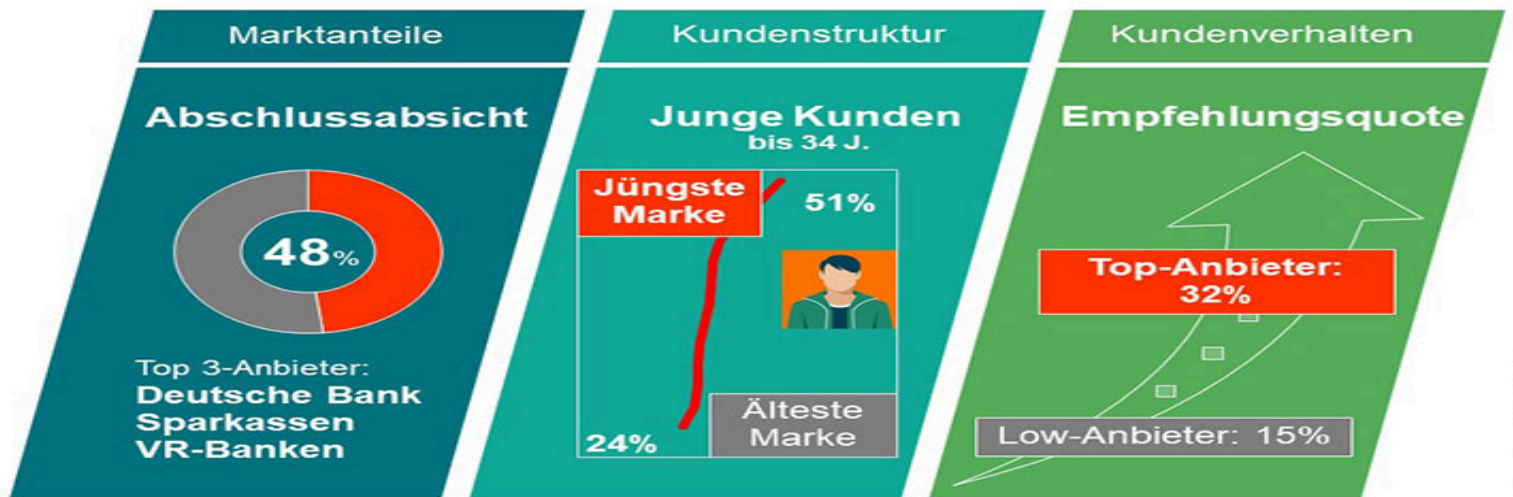
Umgekehrt bedeutet dies, dass in knapp jedem dritten Fall eine andere Bank gewählt wird. Beim Ersatzabschluss eines Bankproduktes fällt der Wechsleranteil mit knapp 50 Prozent besonders hoch aus.

### Einflüsse auf Kundenverhalten

Dabei haben Preisvergleichsportale und mediale Werbung einen nicht zu unterschätzenden Einfluss auf das Kundenverhalten. 18 Prozent der Kunden geben an, ein Produkt aufgrund einer Sichtung in einem Online-Vergleichsportal abgeschlossen zu haben. Bei 14 Prozent wurde die Abschlussmotivation durch wahrgenommene Werbung gestärkt.

# Bankenmarkt: 14 Banken und Bankengruppen / 11 Produktkategorien

repräsentative Befragung von 2.000 Verbrauchern



Quelle: Studie Unternehmensprofile Banken 2020 / research tools



Quelle:

Studie-Unternehmensprofile-Banken-2020-research-tools

Versicherungs- und Finanznachrichten

# expertenReport



<https://www.experten.de/id/4918816/rund-jeder-zweite-produktabschluss-findet-in-der-bankfiliale-statt/>