



Bankenstudie: Empfehlungen forcieren Produktabschlüsse

Photo credit: depositphotos.com

Auf Basis der Kundenanzahl und der von ihnen abgeschlossenen Produkte sind die [Sparkassen](#) der mit Abstand führende Anbieter im Bankenmarkt. Seit mehr als drei Jahren belegen sie auch im Bereich Kundenausschöpfung den ersten Platz: Rund 85 Prozent der Produktabschlüsse aller Sparkassen-Kunden entfallen auf die eigene Marke, während zwei andere Anbieter nur einen Anteil von 70 Prozent erreichen. Ergänzend dazu verfügen sie nach den [VR-Banken](#) auch über die treuesten Kunden, wenn man den letzten Produktabschluss mit der Abschlussabsicht vergleicht.

Um sich langfristig im Markt behaupten zu können, müssen sich die Institute auch um andere Marketingthemen wie den Wechselkundenanteil bemühen, bei dem [Santander](#) mit 31 Prozent besonders erfolgreich ist. Auch die Werbewirksamkeit kann von großer Bedeutung sein. Hier befinden sich die [PSD Banken](#) mit 16 Prozent an der Spitze.

Das größte Potenzial zeigt sich in der aktuellen Studie allerdings in der Weiterempfehlung. Während im Durchschnitt rund neun Prozent aller Bankprodukte aufgrund von Werbung abgeschlossen wurden, beläuft sich der Anteil, der auf Empfehlungen zurückgeht, auf 27 Prozent – vergleichbar mit Abschlussmotivationen wie einem konkreten Bedarf und einer langfristigen Abschlussplanung. Die höchste Weiterempfehlungsquote erreicht comdirect mit

herausragenden 38 Prozent, gefolgt von den VR-Banken mit 34 Prozent.

Über die Studie:

Die „[Studie Unternehmensprofile Banken 2024](#)“ von research tools gibt auf 121 Seiten Einblick in Struktur und Verhalten der Kunden von 14 Banken und Bankengruppen auf Basis von 4.000 online-repräsentativen Interviews und 6.238 analysierten Bankproduktabschlüssen. Diverse Marketingkennzahlen wie beispielsweise Kundenausschöpfung, Kundenloyalität und Abschlussabsicht zeigen Unterschiede der Institute auf und liefern Benchmarks.

Versicherungs- und Finanznachrichten

expertenReport



<https://www.experten.de/id/4929750/bankenstudie-jeder-vierte-produktabschluss-erfolgt-aufgrund-einer-empfehlung/>