Potenziale im Finanzmarkt ausschöpfen, von den Besten lernen, Trends nutzen

– Konzept für Banken zur Nutzung des 4. *puls* Finanzmonitors –

von
***puls* Marktforschung GmbH**
Dr. Konrad Weßner, Dirk Pfeffer

puls
MARKTFORSCHUNG

Besonderheiten des *puls* Finanzmonitors

1. **Trends und Benchmarks im Finanzmarkt bei Marken, Produkten und Leistungen**

2. **Loyalität und deren Treiber bei den eigenen Kunden**

3. **Prospektive Kundenwanderungen und Potenziale im Markt und für die eigene Marke**

4. **Aktuelle Themen im September 2011:**

   Zur Ihrer Auswahl stehen diesmal …

   … Wem vertraut man in Finanzangelegenheiten?

   … Wie wird das Beratungsprotokoll wahrgenommen?

   … Moralisch-ethisches Banking: Nur ein kurzfristiger Trend?

   … Auswirkungen der Euro-Krise auf das Anlageverhalten?

   … Ihr Vorschlag…?

   → Stimmen Sie ab unter: https://puls.3uu.de/uc/fm11/

Fragestellungen der aktuellen Erhebungswelle (Sept. 2011)

1. Aktuelle Bankverbindung und Markenimage

- Gestützte Bekanntheit und Nutzung von Banken
- Bewertung ausgewählter Markenwerte der „Bank von morgen“ wie verständlich, vertrauenswürdig, transparent, unabhängig, erreichbar, nachhaltig, etc.
- Loyalität zur aktuellen Bank und Ermittlung der Loyalitätstreiber

2. Wechselverhalten und Preistoleranz

- Wechselverhalten inkl. Relevant Set, First Choice und Wechselpräferenzen
- Einfluss des Zinssatzes auf das Wechselverhalten (Ermittlung der Preistoleranz)

3. Präferierte Anlageformen

- Aktuell genutzte Anlageformen (Vorgabe von Anlagen wie Aktien, Fonds, Tagesgeld, Sparbuch, Immobilien, Edelmetall, etc.)
- Derzeitige Attraktivität von Anlageformen, Branchen und Regionen inkl. Potenzialanalyse

4. Kreditverhalten

- Ermittlung potenzieller Gründe für eine Kreditaufnahme

5. Service, Beratung

- Bewertung der Beratung ausgewählter Banken
- Bevorzugte Vertriebswege (Filiale, Online, etc.)

6. Aktuelle Themen

- …

7. Soziodemografische Merkmale (Alter, Geschlecht, Bildung, Risikoaffinität, Einkommen, etc.)

Studiendesign

- **Stichprobe**
  Insgesamt **1.000 repräsentative Interviews** in Deutschland
  + Stichprobenaufstockung teilnehmender Banken um exklusiv n=200

- **Erhebungszeitraum**
  Ab Ende September

- **Interviewdauer**
  ca. 15-20 Minuten

- **Erhebungsmethoden**
  Hybrider Ansatz um möglichst alle Zielgruppen zu erfassen: telefonische Interviews (CATI) im *puls*-eigenen Telefonstudio sowie Online über ein Online-Panel

- **Konzeption, Analyse und Interpretation**
  puls Marktforschung GmbH, Nürnberg

Wie komme ich an Ergebnisse? Was bietet *puls*?

- Newsletter mit Ergebnishighlights

- Trendreport im Bankenmarkt inkl. Teilgruppen und Zeitreihen → € 250,- (zzgl. MwSt.)

- Individualreport für Ihre Bank mit Vergleich zu den repräsentativen Ergebnissen. Ergänzung um n=200 Interviews mit Kunden Ihrer Bank. Hier erhalten Sie exklusiv die Aussagen und konkrete Anliegen Ihrer Kunden sowie Benchmarkvergleiche zu den jeweiligen Themen
  → Online-Erhebung*: € 4.900,- (zzgl. MwSt.)
  → CATI-Erhebung*: € 6.900,- (zzgl. MwSt.)
  → Bei Buchung bis 07.09. erhalten Sie zusätzlich zwei individuelle Fragen

- Individuelle Einstellung von Fragen – Exklusivergebnisse (gesamt und ggf. nach Teilgruppen)
  → Preise je Frage zwischen € 700,- und € 1200,- (zzgl. MwSt.)

* Kundenadressen werden von der jeweiligen Bank gestellt

puls über *puls*

Gründungsjahr:	**1992**
Feste Mitarbeiter:	**18**
Mitarbeiter Telefonstudio:	**120**
Firmensitz:	**Schwaig bei Nürnberg**

Kerngeschäft: **Quantitative und qualitative Marktforschung**
(Schwerpunkte Automotive und Finance)

Ziel: ***For Better Decisions***
Individuelle Marktforschungskonzepte und Empfehlungen für erfolgreiche Markenstrategien und Vertriebskonzepte.

Mitgliedschaften:

puls Werte

einfühlsam

entscheidend

effizient

leidenschaftlich

partnerschaftlich

Referenzen

puls MARKTFORSCHUNG

AICHINGER – Erfolg lässt sich einrichten.
AKA – Arbeitskreis der Banken und Leasinggesellschaften der Automobilwirtschaft
Allianz
Apollo
AP CarMotion
ARAL
ATU – Die Nr.1 Meisterwerkstatt
Audi
Auto Business Verlag
AUTOHAUS online
AUTO SCOUT 24
AUTO Mirsch
AVANTI
AUTOHAUS Aventi
AXA
BASF – The Chemical Company
Bank Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe
Der Beck – Natürlich aus Franken
BERTELSMANN media worldwide
BMW
BOSCH
bulthaup
CarGarantie
Castrol
ConocoPhillips
CORTAL CONSORS BNP PARIBAS
Creditplus BANK
DAS
DATEV
DBV
DEKRA – Alles im grünen Bereich.
Deutsche Post
easy Credit – Für Ihr Leben gut.
eBay Motors
FACKELMANN
Ferrari
FFS – FREY FINANCIAL SERVICES
FIAT BANK
Ford
gebrauchtwagen.de
GLS Bank
GMAC
GORE – Creative Technologies Worldwide
GORE-TEX
GTÜ
Heftich INTERNATIONAL
Institut für Automobil-Wirtschaft
KIA MOTORS – The Power to Surprise
KUNZMANN – Die neue Service Dimension
LBB LandesBank Berlin
LEXUS
Lufthansa
McFit – Einfach gut aussehen.
Mercedes-Benz
Mercedes-Benz Bank
Messe Friedrichshafen
Mitsubishi Motors
mobile.de
Neumarkter Lammsbräu
OBI
Opel – Wir leben Autos.
PAYBACK
PEUGEOT
PEUGEOT BANK
PFLEIDERER AKTIENGESELLSCHAFT
PROGENIUM
quirin bank
RCI Banque
RMV
Santander CONSUMER BANK
Schwäbisch Hall
eurotax SCHWACKE
SEAT
SUBARU – Confidence in Motion
Sparkasse
Springer – science+business media
St. Moritz – TOP OF THE WORLD
STABILO
STARBUCKS COFFEE
SwissLife
TCS
T-Mobile
TOYOTA
Trolli
TRUCK SCOUT 24 – ein AutoScout24 Service
TÜV NORD
UNIQA
VDA – Verband der Automobilindustrie
vegesta – Vertriebsgestaltung
VGN
VR BANK NÜRNBERG
VR LEASING
Volkswagen – Das Auto.
VOLKSWAGEN FINANCIAL SERVICES
WACKER NEUSON
WESTERN UNION – yes!
Wüstenrot & Württembergische
ZEITLAUF – antriebstechnik
ZF

Ausgewählte Referenzen von *puls* in der Finanzbranche

puls MARKTFORSCHUNG

Cortal Consors: über 70 Studien seit 1999, u.a. 2x pro Jahr Messung der Kundenzufriedenheit bei 1000 aktuellen Kunden; jährliche Untersuchung der Zielgruppen und des Markenimages, ... *(B2C & B2B)*

Winterthur: seit 2003 bis zur Übernahme durch die Axa Messung der Kundenzufriedenheit und Anforderungen bei Endkunden im Mitbewerbervergleich in Europa und Asien sowie zusätzlich jährliche Messung der Anforderungen und Zufriedenheit der Makler mit der Winterthur in diversen Ländern *(B2C & B2B)*

Deutsche Vermögensberatung: 2004 Ermittlung Marktpotenzial und Findung Name und Claim für Markteintritt in der Schweiz

Santander Consumer Bank: seit 2003 2-3 x pro Jahr kontinuierliche Messung der Händlerzufriedenheit in Deutschland *(B2B)*

Fachzeitschrift AUTOHAUS: seit 2006 AutobankenMonitor und AUTOHAUS Versicherungsmonitor *(B2B)*

VR-Bank Nürnberg: seit 2006 Messung von Kundenzufriedenheit, Verbesserungspotenzialen, Markenattraktivität, Neuproduktentwicklungen, etc. *(vorrangig B2C)*

Von Essen Bank: 2006 Potenzialanalyse bei Standortentscheidungen *(B2C)*

Santander: seit 2003 2-3 x pro Jahr kontinuierliche Messung der Händlerzufriedenheit in Deutschland

DaimlerChrysler Bank: seit 2004 Messung der Händlerzufriedenheit und Analyse der Zufriedenheitstreiber

Autohaus-Verlag: ab 2006 Benchmarking Händlerzufriedenheit mit Autobanken und jährliche Prämierung (Autobanken-Award)

Allianz: seit 2006 kontinuierliche Studien im Bereich Kfz-Versicherungen *(B2C)*

quirin bank: seit 2007 regelmäßige Kundenzufriedenheitsstudien sowie Zielgruppenanalysen *(B2C)*

Swiss Life: 2009 umfassende Image- & Marktstudie in Deutschland, der Schweiz und Frankreich *(B2C & B2B)*

Sparkasse Nürnberg: 2009 Ermittlung der Potenziale und Erfolgsfaktoren auf dem Jugendmarkt *(B2C);*
2010 Ermittlung der Potenziale für unterschiedliche Web 2.0-Anwengungen *(B2C)*

TeamBank: 2009 Ermittlung der Abschlusstreiber bei Neukunden von easyCredit *(B2C)*

GLS Bank: 2010 Marken- und Marktstudie im Bereich nachhaltiger Banken *(B2C)*

Bausparkasse Schwäbisch Hall: 2010 Markenpositionierungsstudie bei Endkunden, 2011 Zusammenarbeit mit VR-Banken

Finanzkonzept Schweiz: 2011 Identifikation der Marktchancen eines neuartigen Finanzkonzepts in der Schweiz *(B2C)*

UNIQA: 2011 internationale Markenpositionierungsstudie *(B2C)*

Gothaer: 2011 Test und Identifikation möglicher Zukunftsszenarien für die Markenstrategie *(B2C)*

An wen kann ich mich bei *puls* wenden?

Dr. Konrad Weßner
Geschäftsführer *puls* Marktforschung
E-Mail: wessner@puls-marktforschung.de

Dirk Pfeffer
Partner *puls* Marktforschung
E-Mail: pfeffer@puls-marktforschung.de

***puls* Marktforschung GmbH**
Röthenbacher Straße 2
90571 Schwaig bei Nürnberg
Tel. 0911-9535-400
Fax 0911-9535-404
www.puls-marktforschung.de

puls Marktforschung GmbH

Röthenbacher Straße 2
90571 Schwaig bei Nürnberg

Tel. 0911-9535-411
Fax 0911-9535-404

pfeffer@puls-marktforschung.de
www.puls-marktforschung.de

puls MARKTFORSCHUNG

Geschäftsführer: Dr. Konrad Weßner • Ust-ID-Nr.: DE 133 554 286 • Ust-Nr.: 241/135/41 284 • Amtsgericht Nürnberg • HRB 11034