

MARKETAGENT.COM

Digitale Markt- und Meinungsforschung



Welche Erwartungen haben Kunden an Finanzdienstleister?



Fmvö
finanz-marketing verband

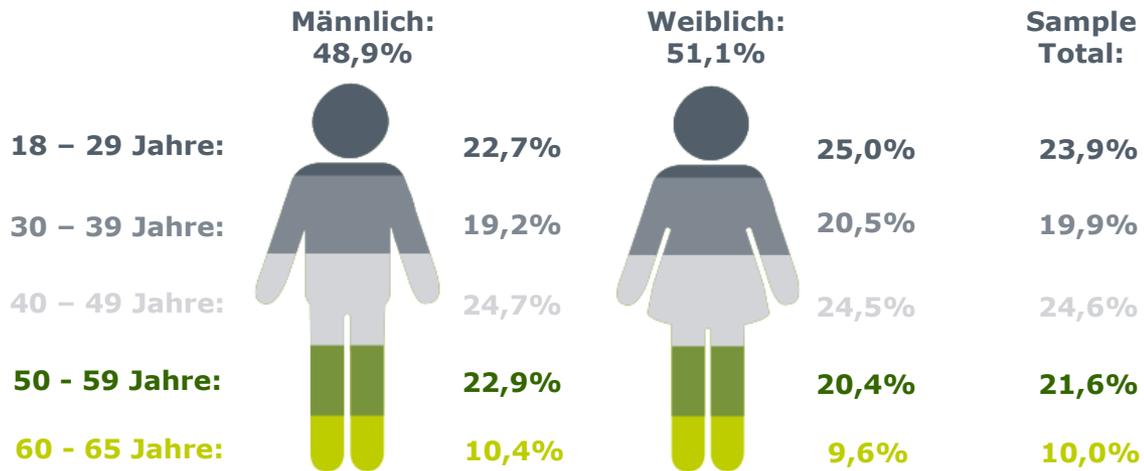
Thomas Schwabl
Wien, 10. November 2014

Umfrage-Basics | Studiensteckbrief:

- **Methode:** Computer Assisted Web Interviews (CAWI)
- **Instrument:** Online-Interviews über die Marketagent.com reSEARCH Plattform
- **Respondenten:** web-aktive Personen aus Österreich zwischen 18 und 65 Jahren
- **Sample-Größe:** n = 1.008 Netto-Interviews, Random Selection nach Quoten
- **Erhebungszeitraum:** 07.10.2014 – 20.10.2014
- **Screening:** Alter
- **Grundgesamtheit:** web-aktive Personen aus Österreich zwischen 18 und 65 Jahren
- **Incentives:** geldwerte Bonuspunkte
- **Umfang:** 34 offene/geschlossene Fragen
- **Studienleitung:** Marketagent.com, Mag. Christina Strasser
- **Kontakt:** c.strasser@marketagent.com



Zusammensetzung des Samples in der Kernzielgruppe (n=1.000):

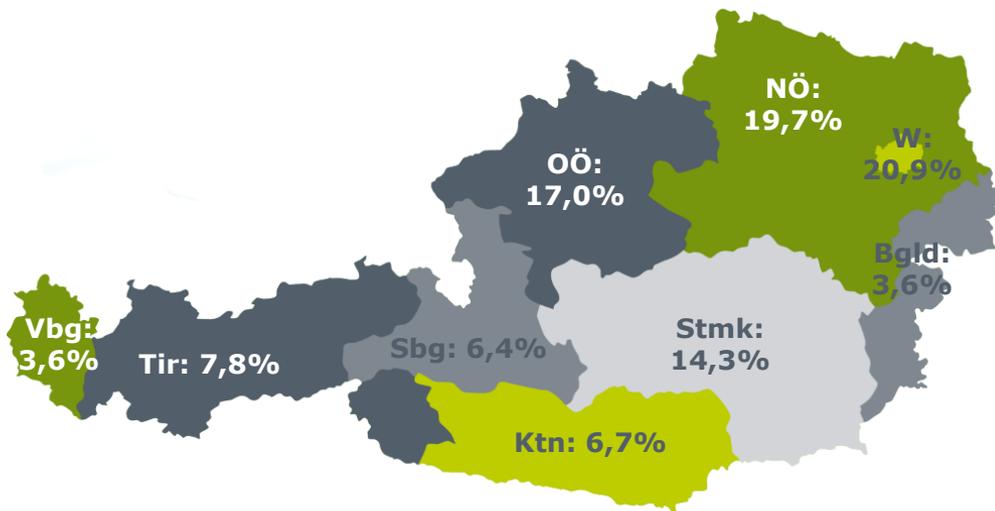


Ausbildungsniveau:

Allg. Pflichtschule: 24,9%

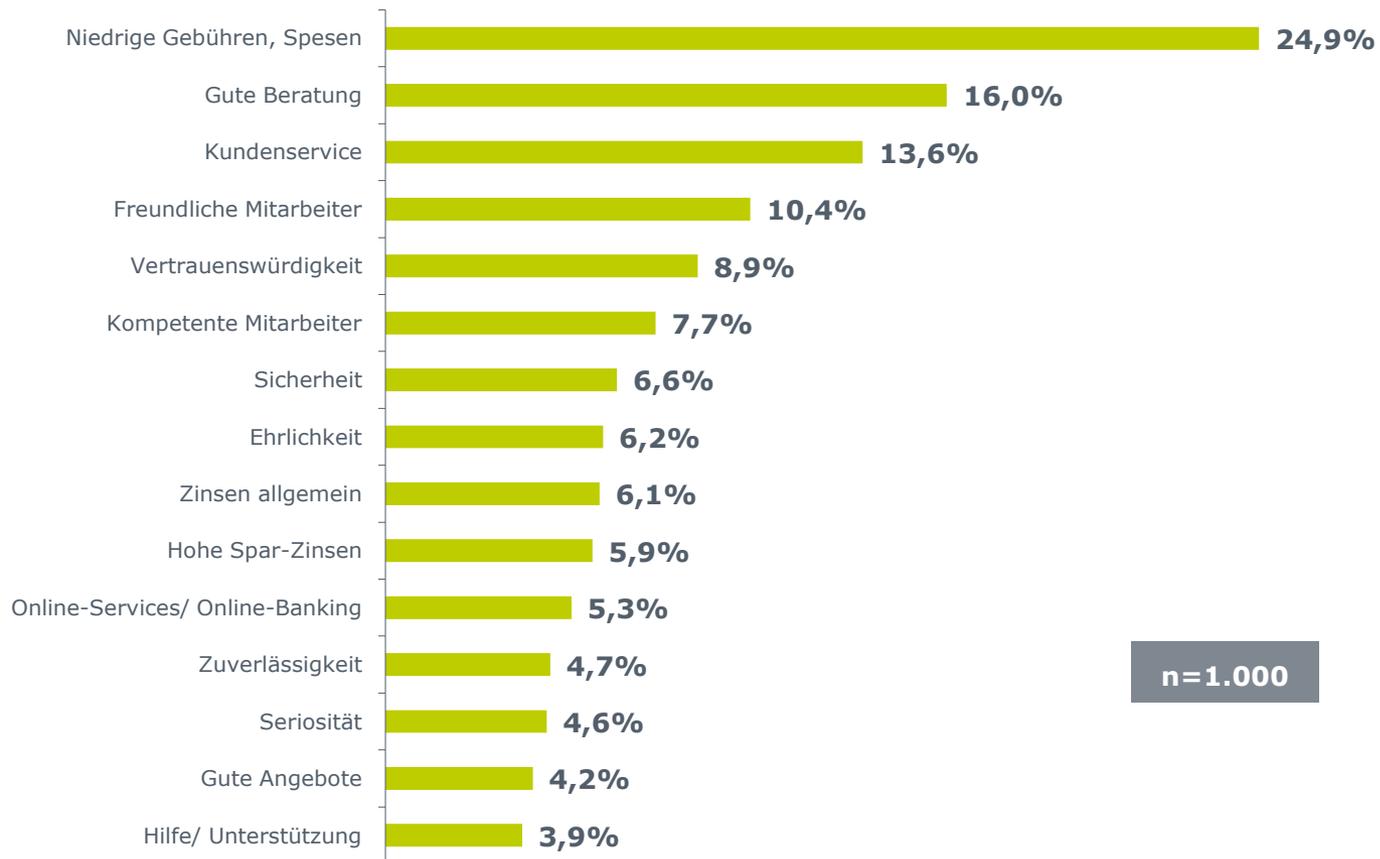
Lehre/ Fachschule: 47,2%

Matura/ Uni: 27,9%



Jeder Vierte erwartet von einer Bank niedrige Gebühren.

Erwartungen an eine Bank (ungestützt) – Top 15

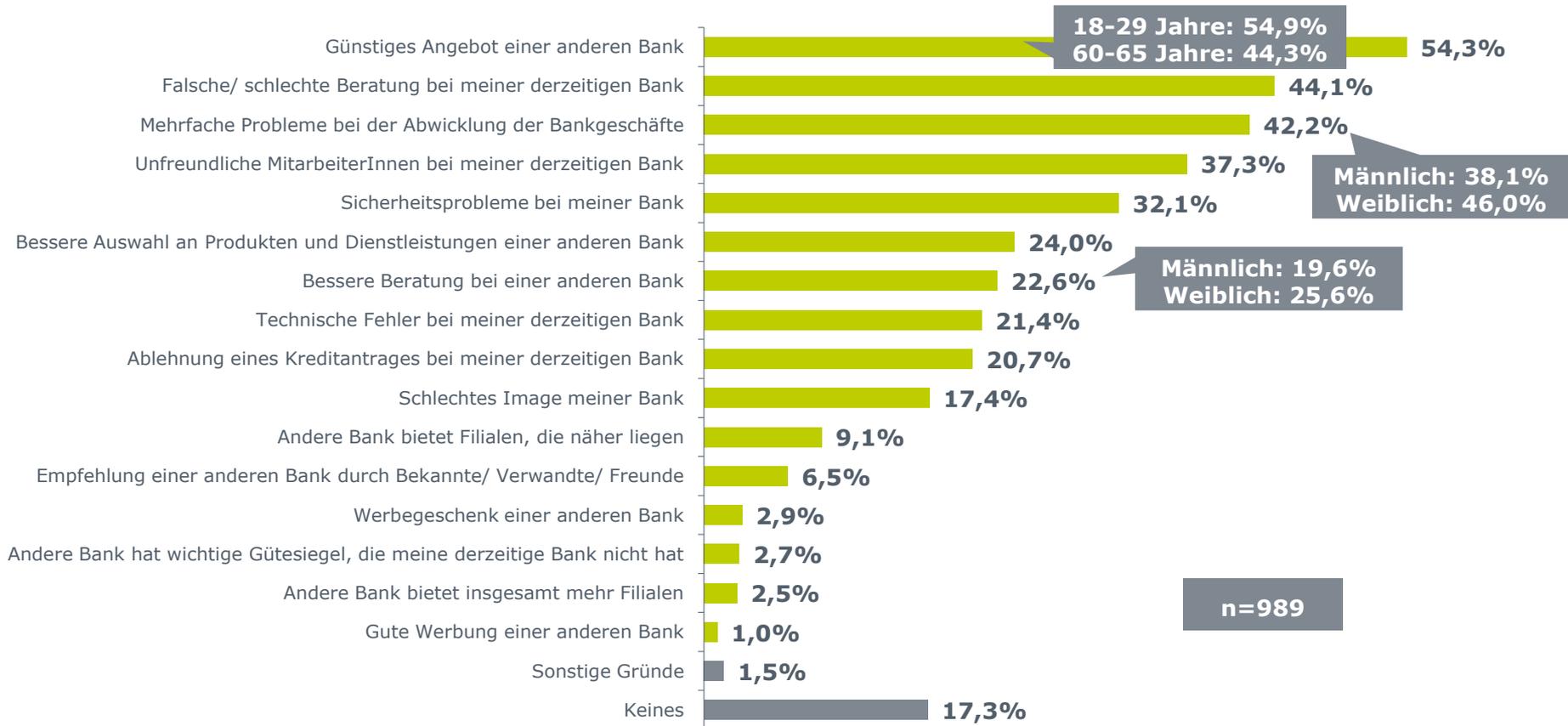


[...] Welche Erwartungen haben Sie an eine Bank? [...]



Mehr als die Hälfte würde bei einem günstigeren Angebot zu einer anderen Bank wechseln.

Abschluss eines Bankprodukts bei einer anderen Bank, wenn ...

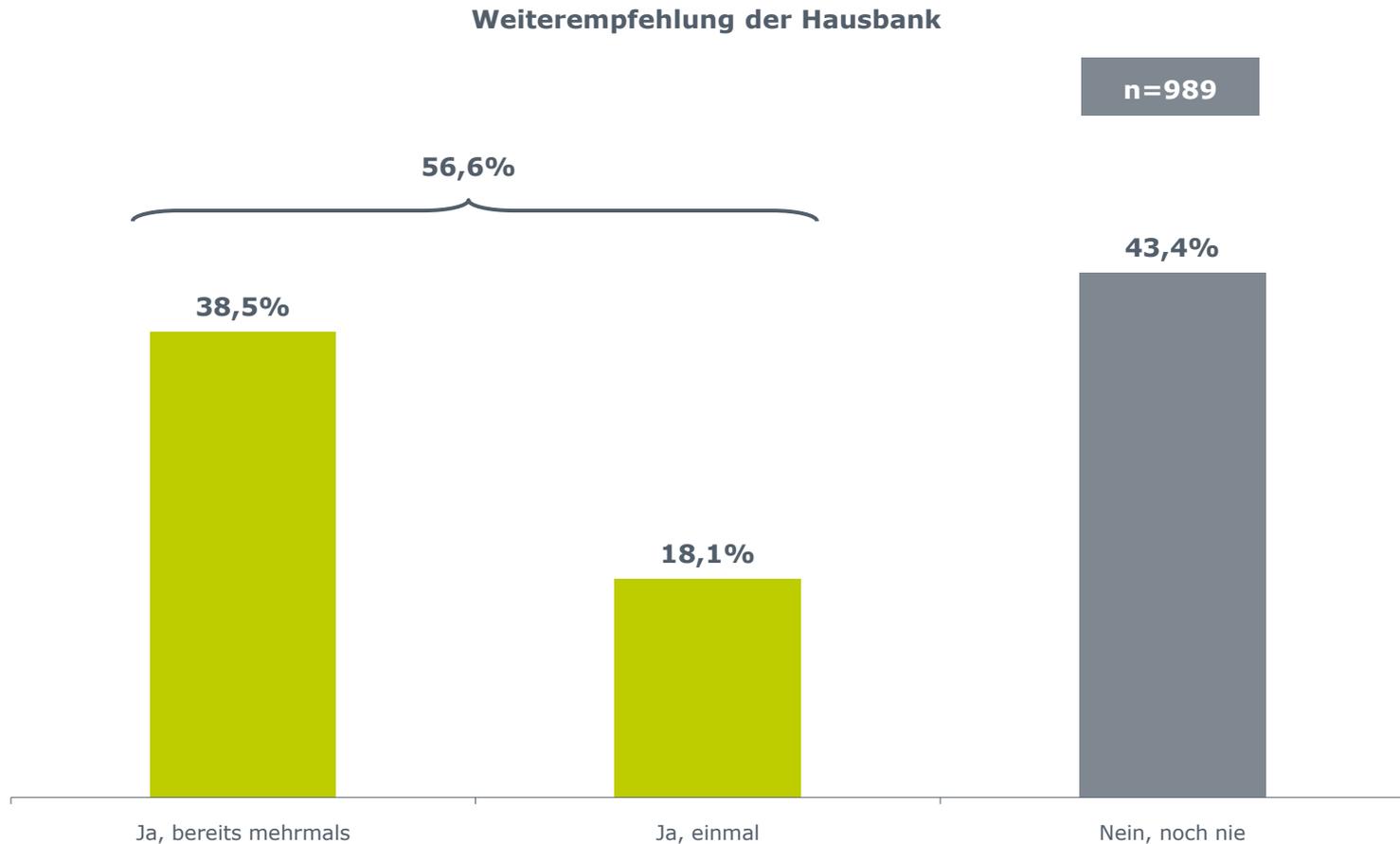


(Basis: Respondenten sind Kunde bei einer Bank)

Unter welchen Umständen würden Sie ein Bankprodukt bei einer anderen Bank als Ihrer Hausbank abschließen bzw. würden Sie Ihre Hausbank komplett wechseln?



57% haben ihre Hausbank bereits weiterempfohlen.



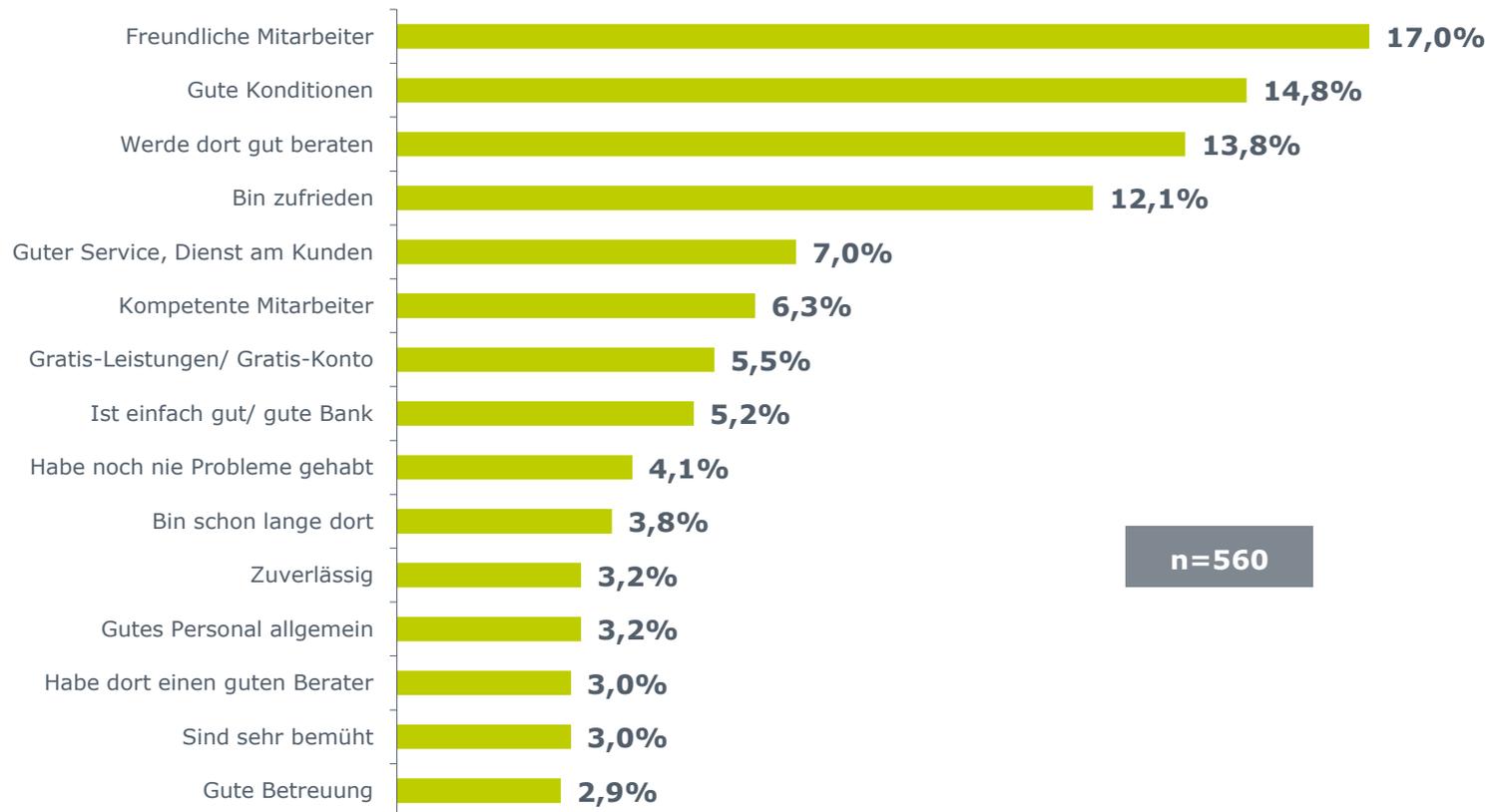
(Basis: Respondenten sind Kunde bei einer Bank)

Haben Sie Ihre derzeitige Hausbank schon einmal FreundInnen, Bekannten, Verwandten oder KollegInnen weiterempfohlen?



Top 3 Gründe für die Weiterempfehlung der Hausbank: Freundlichkeit, gute Konditionen, gute Beratung

Gründe für die Weiterempfehlung der Hausbank (ungestützt) – Top 15



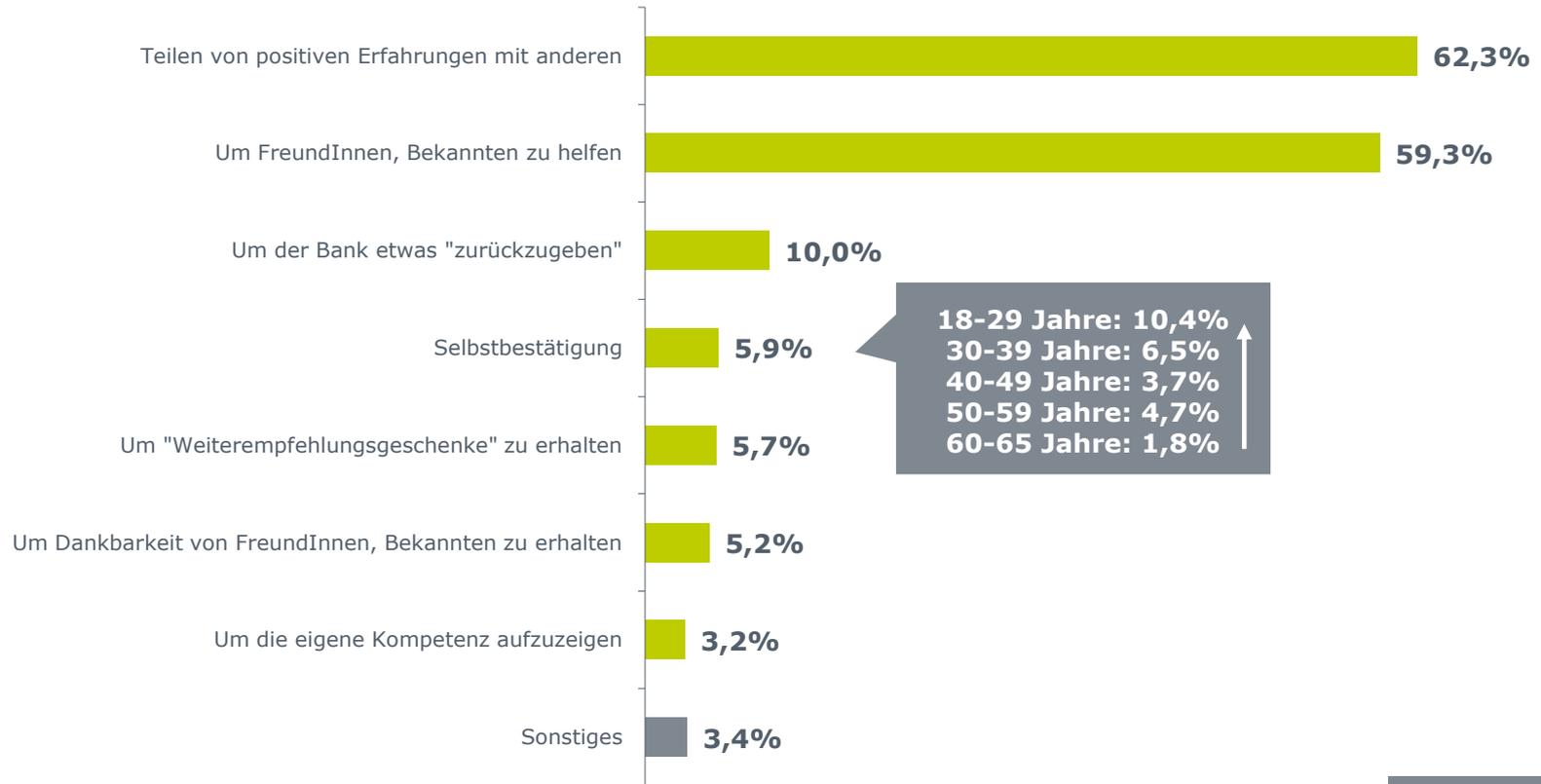
(Basis: Respondenten haben ihre Hausbank bereits weiterempfohlen)

Warum haben Sie Ihre derzeitige Hausbank bereits weiterempfohlen? Was hat Sie an Ihrer Bank so überzeugt, sodass es zu dieser Empfehlung kam?



6 von 10 haben ihre Hausbank empfohlen, um positive Erfahrungen zu teilen oder Bekannten zu helfen.

Anreiz zur Weiterempfehlung der Hausbank



n=560

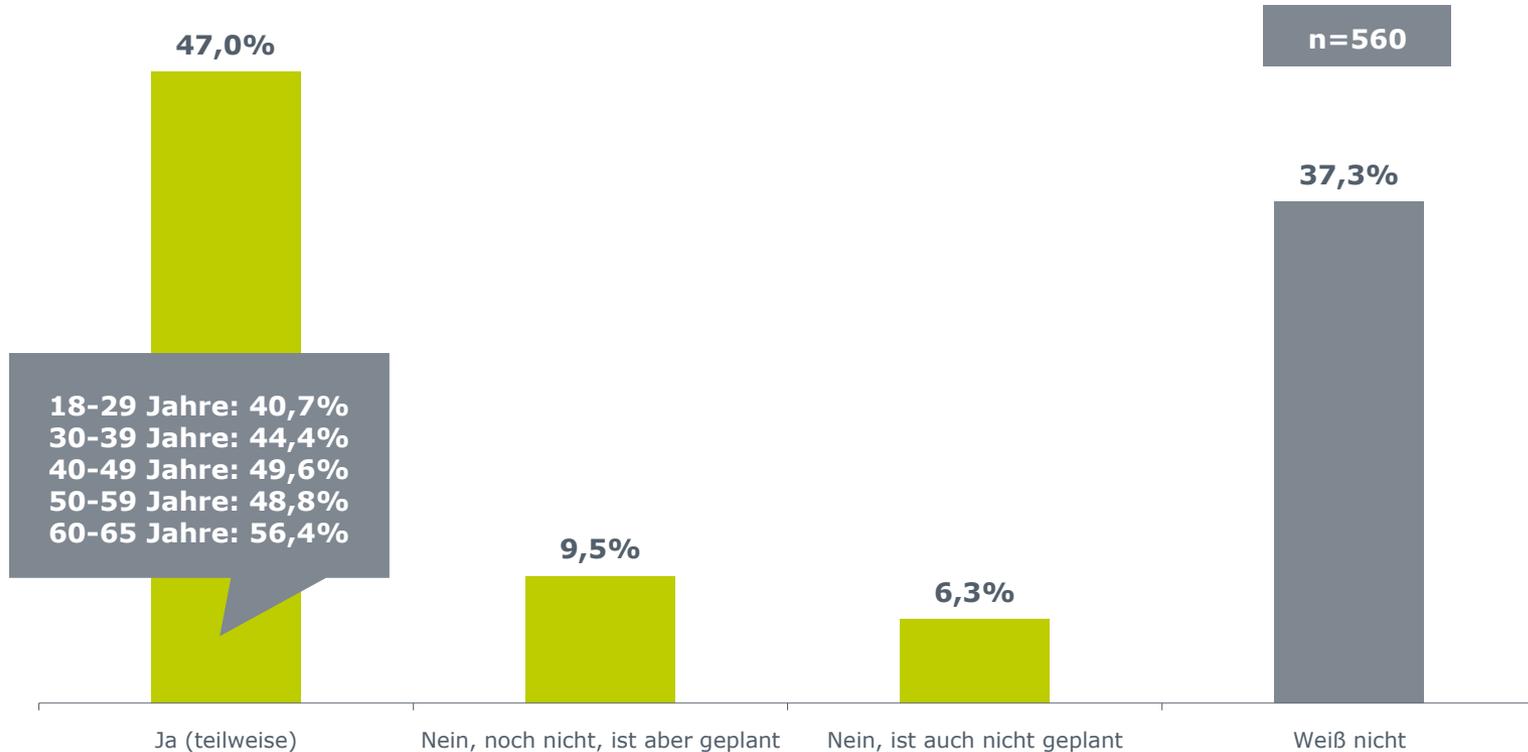
(Basis: Respondenten haben ihre Hausbank bereits weiterempfohlen)

Und was waren die maßgeblichen Gründe bzw. was war der Anreiz für Sie, Ihre derzeitige Hausbank an FreundInnen, Bekannte, Verwandte oder KollegInnen weiterzuempfehlen?



In knapp der Hälfte der Fälle folgte der Weiterempfehlung ein Produktabschluss.

Abschluss eines Bankprodukts aufgrund der Weiterempfehlung der Hausbank



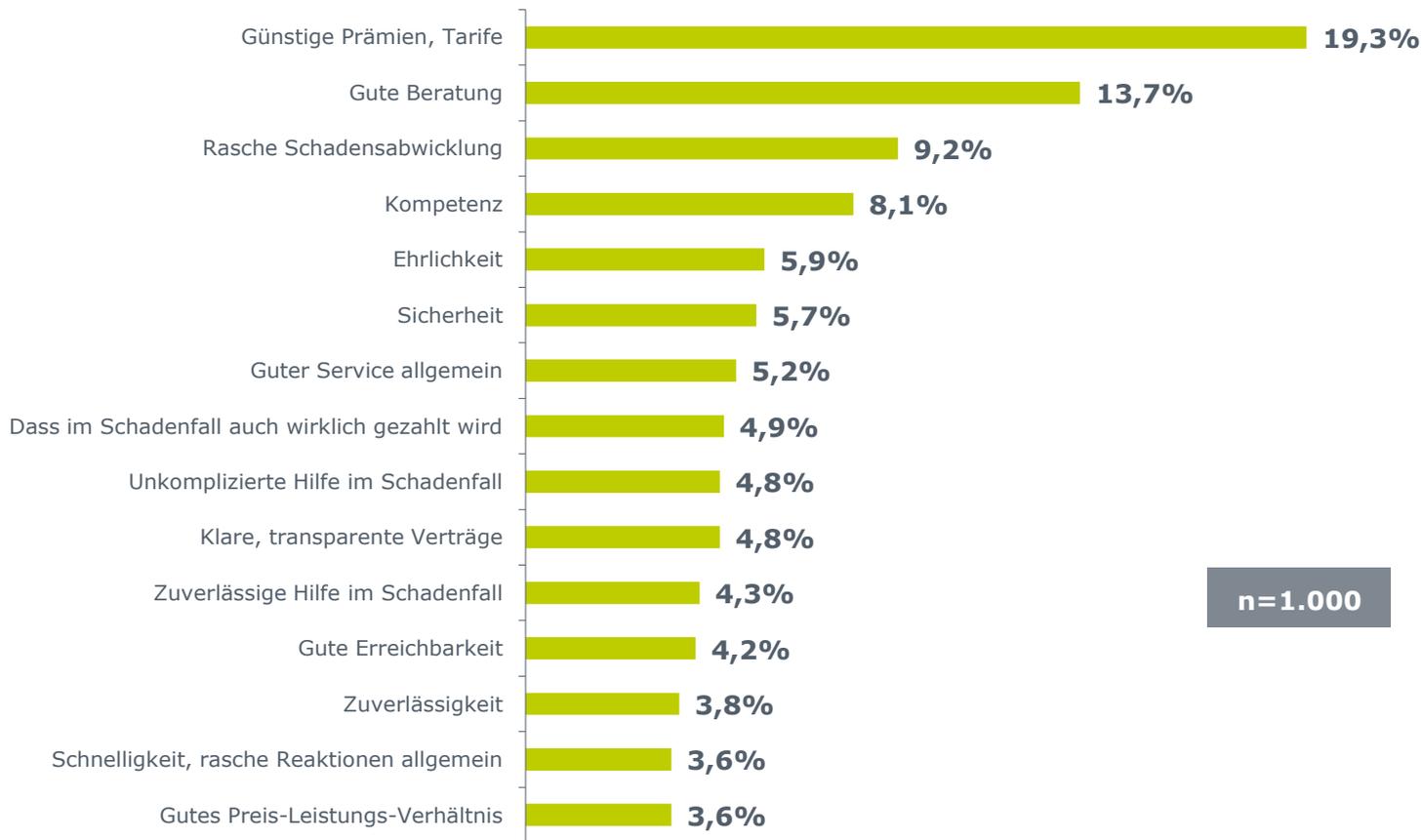
(Basis: Respondenten haben ihre Hausbank bereits weiterempfohlen)

Hat die Person bzw. haben die Personen, der/denen Sie Ihre derzeitige Hausbank weiterempfohlen haben, auf Grund Ihrer Empfehlung dort ein oder mehrere Bankprodukte abgeschlossen?



Jeder Fünfte erwartet von einer Versicherung günstige Prämien.

Erwartungen an eine Versicherung (ungestützt) – Top 15

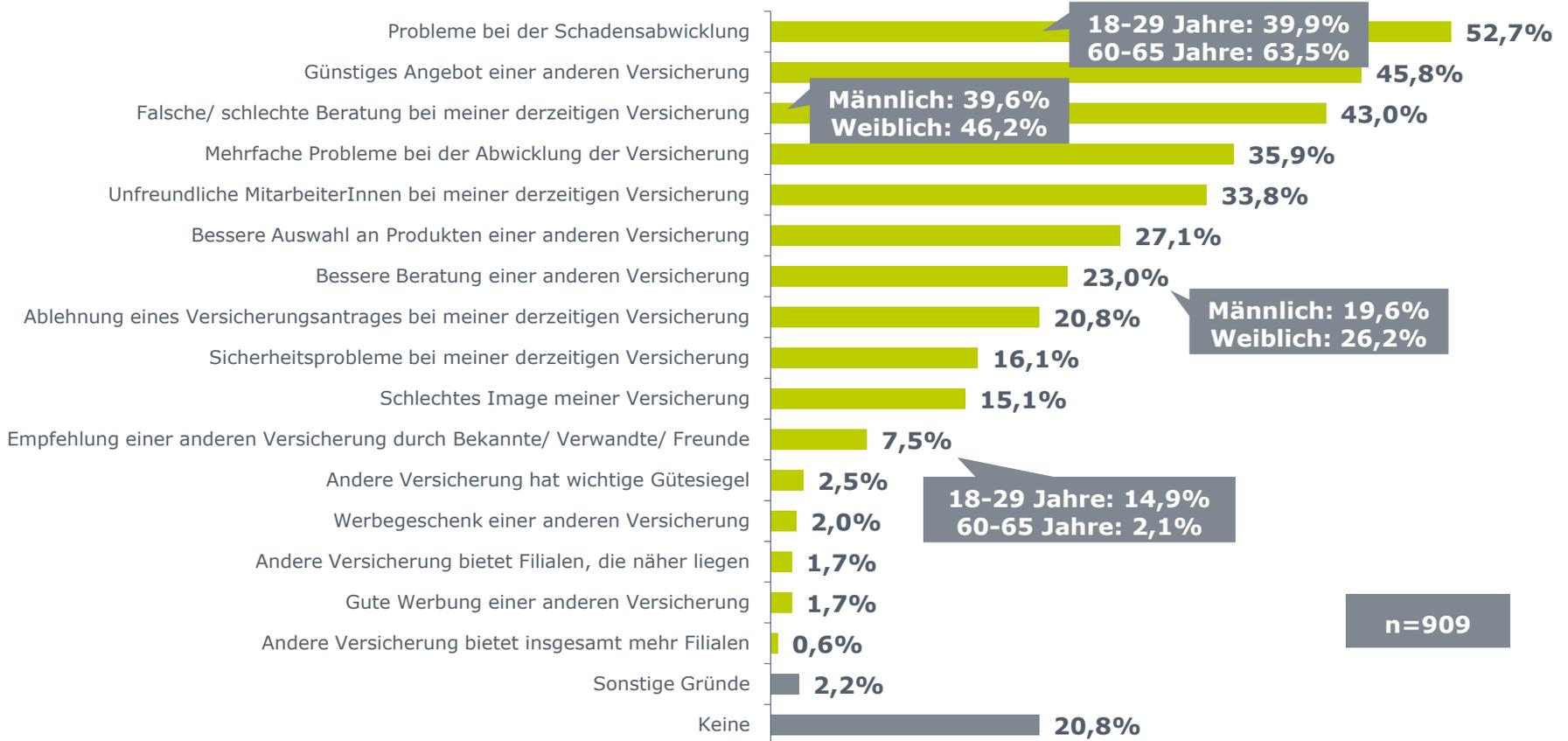


[...] Welche Erwartungen haben Sie an ein Versicherungsunternehmen? [...]



Mehr als jeder Zweite würde bei Problemen bei der Schadensabwicklung die Versicherung wechseln.

Abschluss eines Versicherungsprodukts bei einer anderen Versicherung, wenn ...



(Basis: Respondenten sind Kunde bei einer Versicherung)

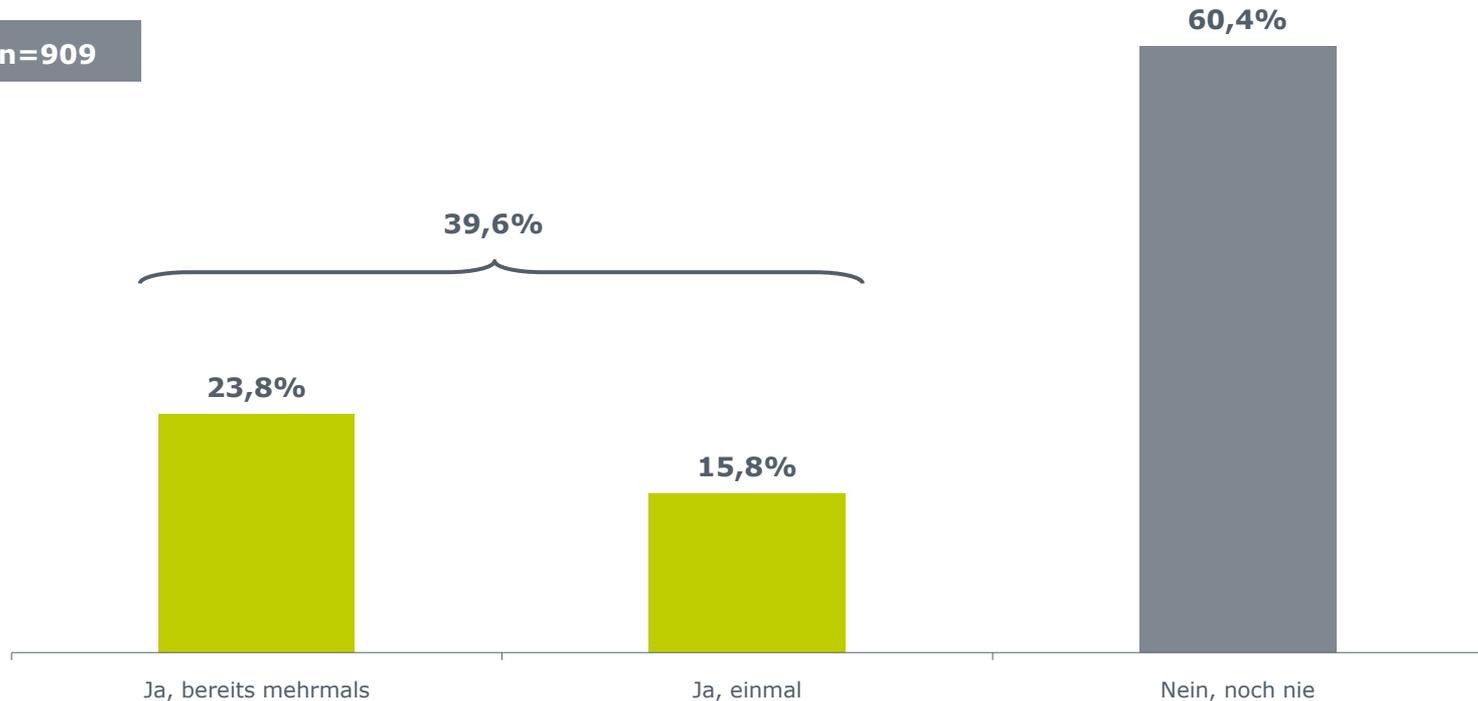
Unter welchen Umständen würden Sie ein Versicherungsprodukt bei einer anderen Versicherung als bei Ihrem Hauptinstitut abschließen bzw. würden Sie Ihr "Versicherungs-Hauptinstitut" komplett wechseln?



4 von 10 haben bereits ihre Hauptversicherung weiterempfohlen.

Weiterempfehlung der Hauptversicherung

n=909



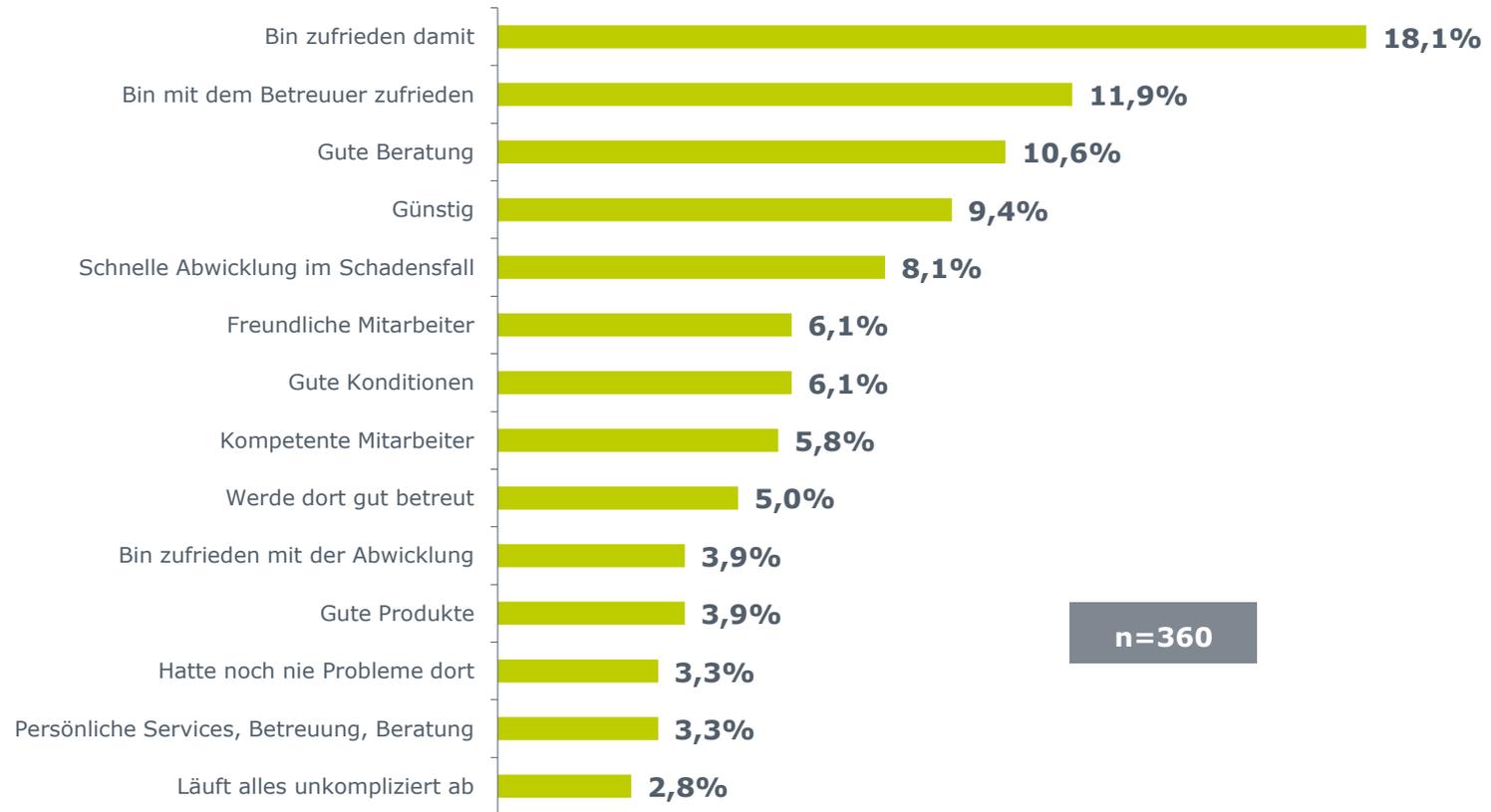
(Basis: Respondenten sind Kunde bei einer Versicherung)

Haben Sie Ihr derzeitiges "Versicherungs-Hauptinstitut" schon einmal FreundInnen, Bekannten, Verwandten oder KollegInnen weiterempfohlen?



18% haben ihre Versicherung weiterempfohlen, weil sie zufrieden sind.

Gründe für die Weiterempfehlung der Versicherung (ungestützt) – Top 14



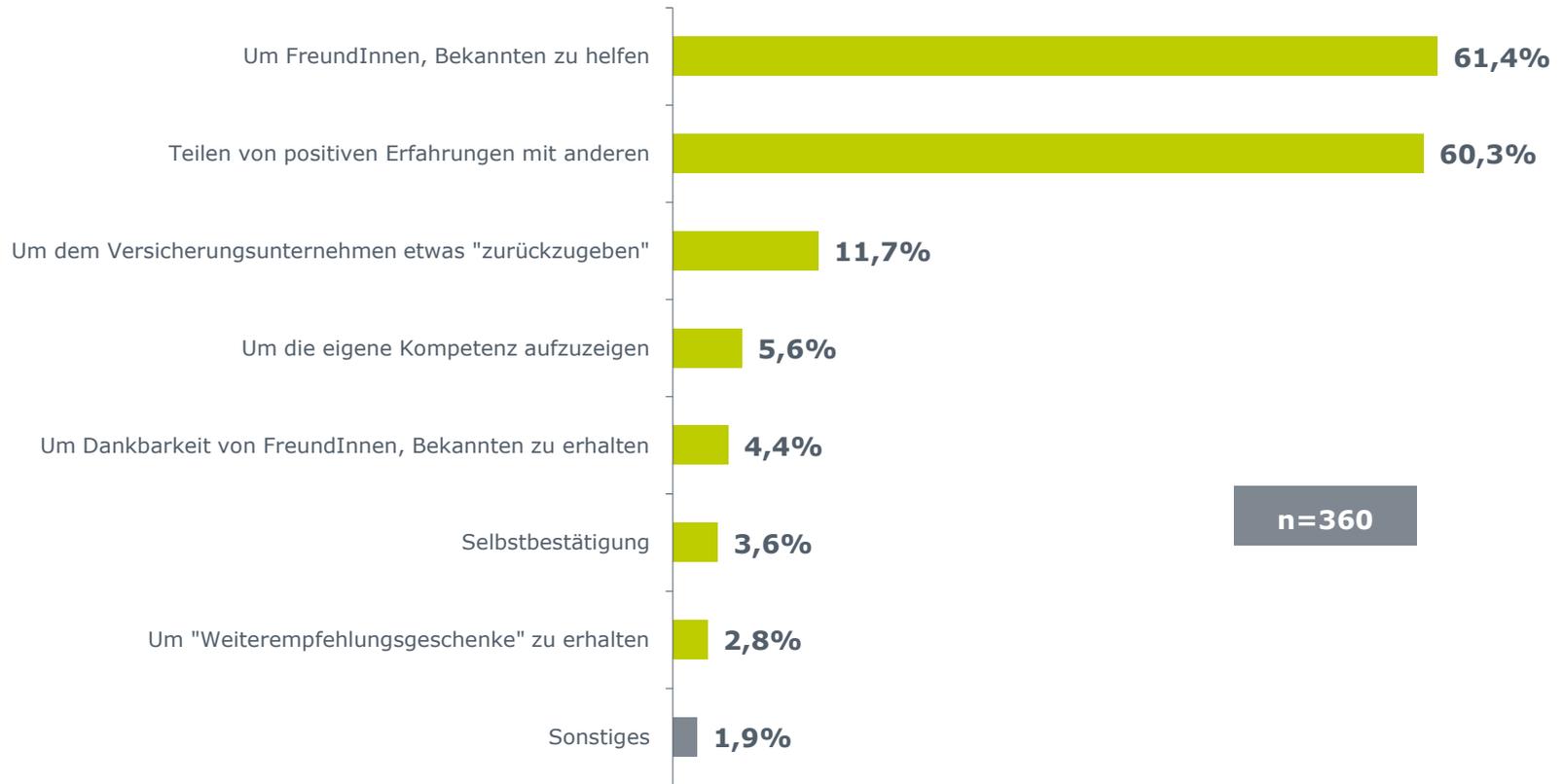
(Basis: Respondenten haben ihre Hauptversicherung bereits weiterempfohlen)

Warum haben Sie Ihr derzeitiges "Versicherungs-Hauptinstitut" bereits weiterempfohlen? Was hat Sie an Ihrer Versicherung so überzeugt, sodass es zu dieser Empfehlung kam?



6 von 10 haben ihre Hauptversicherung weiterempfohlen, um Bekannten zu helfen oder positive Erfahrungen zu teilen.

Anreiz zur Weiterempfehlung der Hauptversicherung



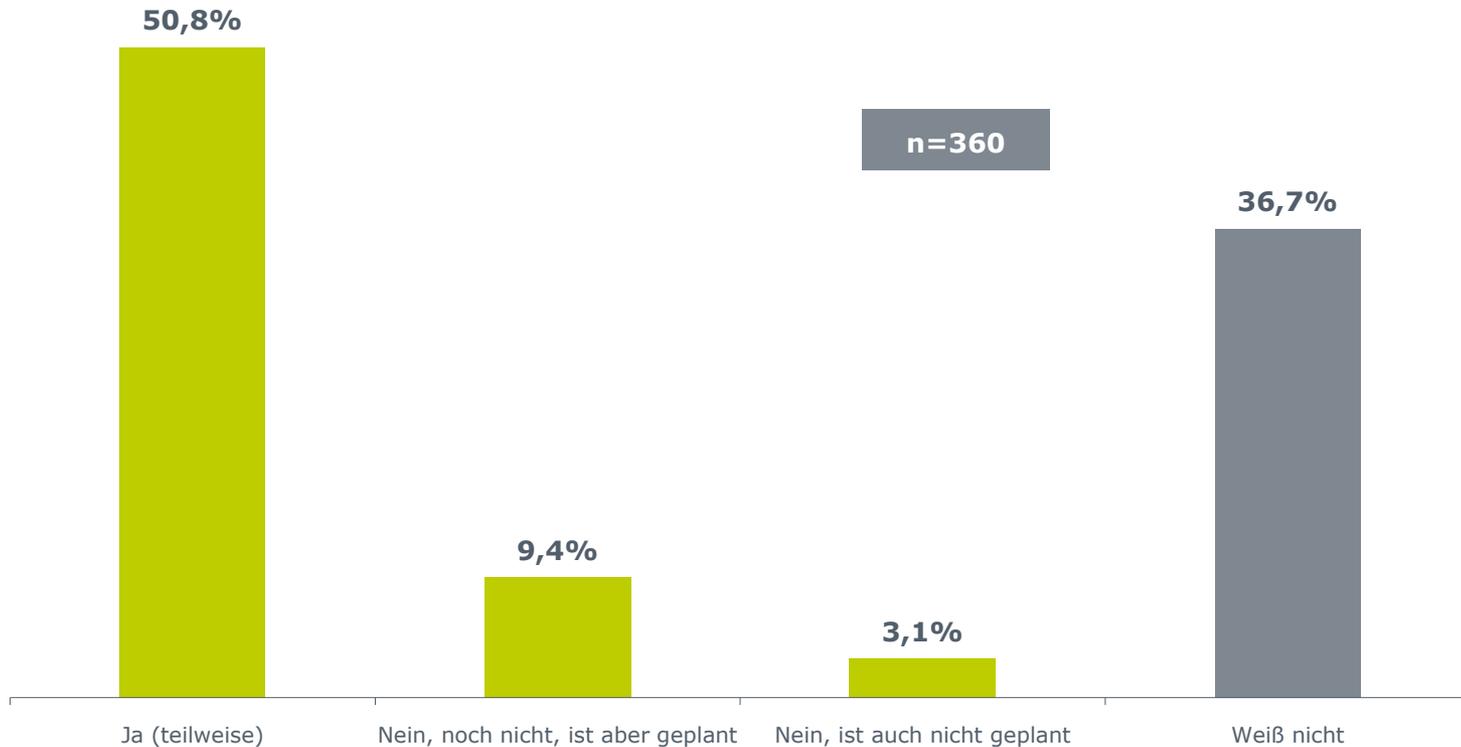
(Basis: Respondenten haben ihre Hauptversicherung bereits weiterempfohlen)

Und was waren die maßgeblichen Gründe bzw. was war der Anreiz für Sie, Ihr derzeitiges "Versicherungshauptinstitut" an FreundInnen, Bekannte, Verwandte oder KollegInnen weiterzuempfehlen?



In jedem zweiten Fall folgte der Weiterempfehlung ein Produktabschluss.

Abschluss eines Versicherungsprodukts aufgrund der Weiterempfehlung der Hauptversicherung



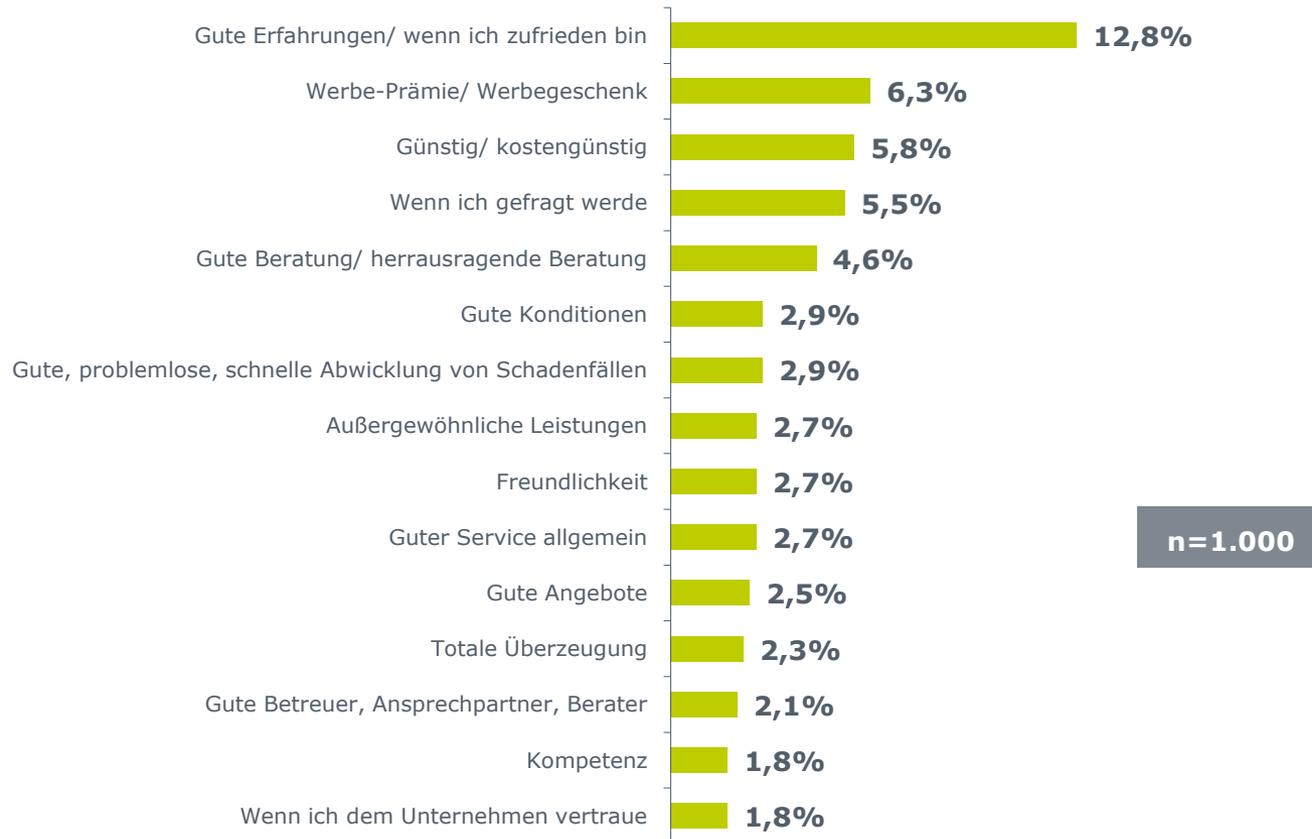
(Basis: Respondenten haben ihre Hauptversicherung bereits weiterempfohlen)

Hat die Person bzw. haben die Personen, der/denen Sie Ihr derzeitiges "Versicherungs-Hauptinstitut" weiterempfohlen haben, auf Grund Ihrer Empfehlung dort eine oder mehrere Versicherungen abgeschlossen?



Auslöser für Weiterempfehlung: Positive Kundenerlebnisse.

Entscheidende Faktoren zur Weiterempfehlung - Top 15 (ungestützt)



Was ist für Sie der entscheidende Unterschied zwischen Kundenzufriedenheit und Weiterempfehlungsbereitschaft? [...]



Größter Vorteil aus Konsumentensicht: Persönliche Empfehlungen wirken authentischer als Werbung.

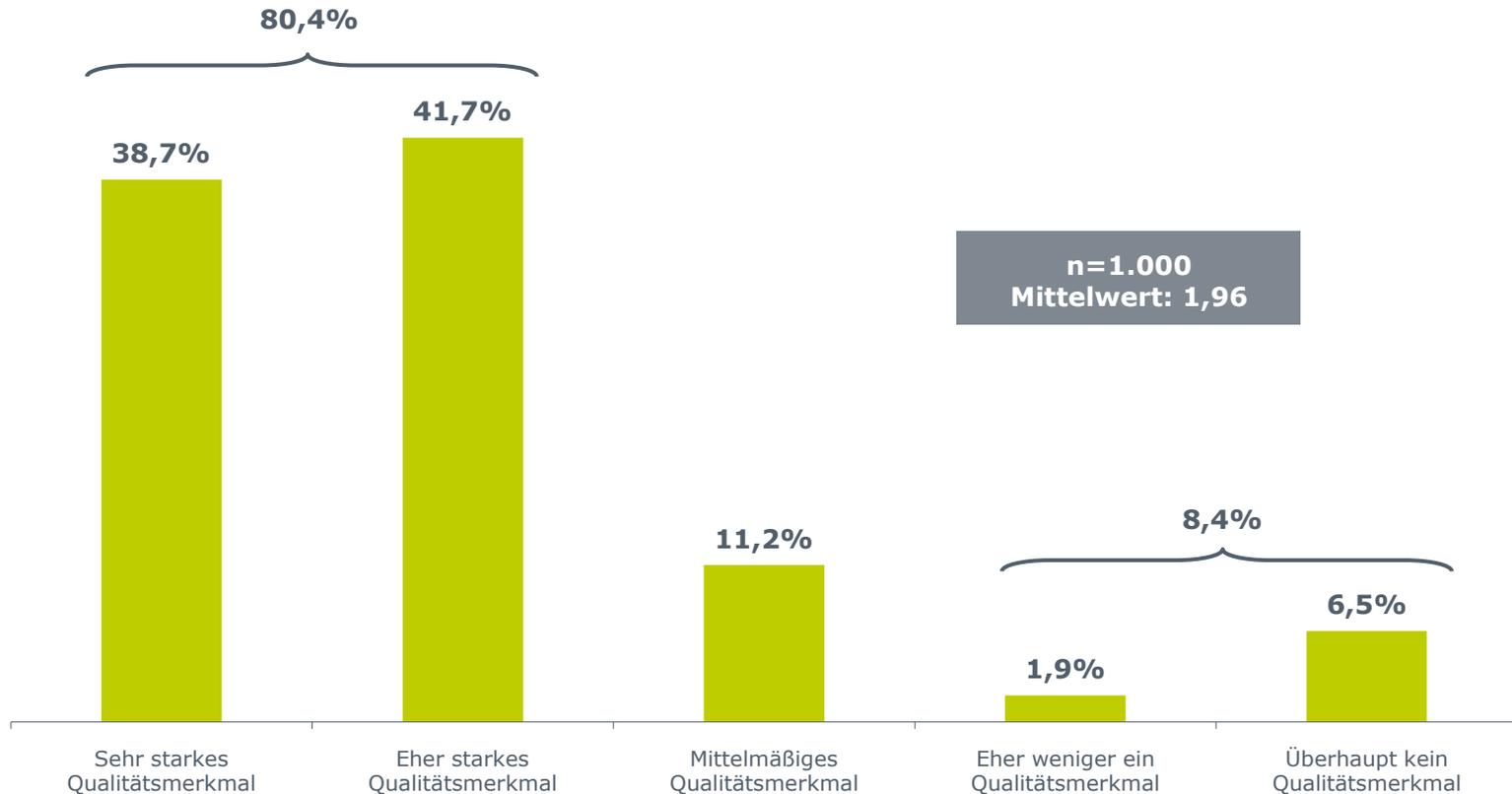
Die größten Vorteile der Weiterempfehlung durch Kunden



Was sind Ihrer Meinung nach die größten Vorteile für eine Bank bzw. ein Versicherungsunternehmen, wenn diese/s von Kunden weiterempfohlen wird?

8 von 10 empfinden Kundenempfehlungen als (eher) starkes Qualitätsmerkmal eines Unternehmens.

Weiterempfehlung durch Kunden als Qualitätsmerkmal

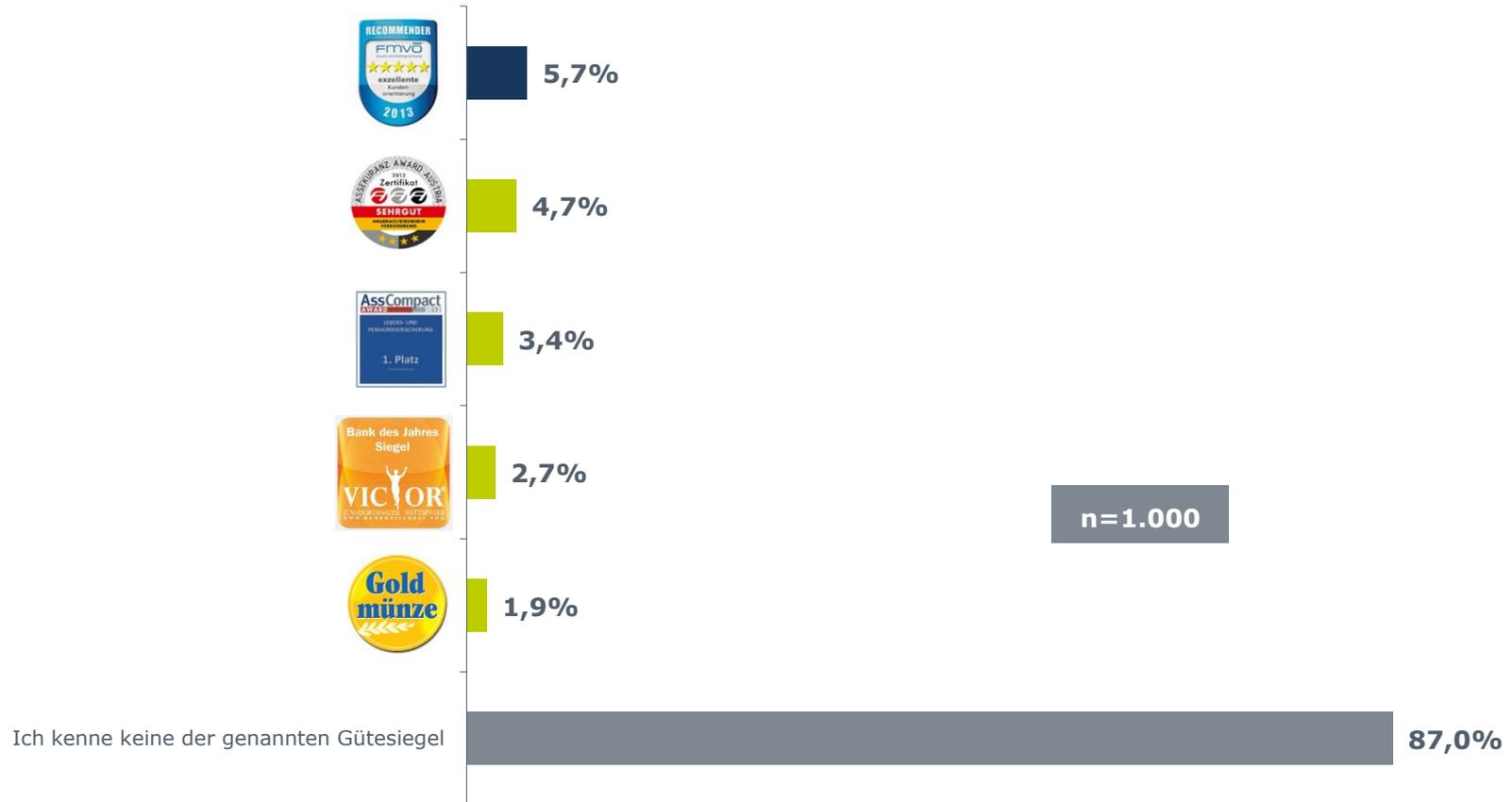


Inwieweit ist es Ihrer Ansicht nach ein Qualitätsmerkmal für eine Bank bzw. ein Versicherungsunternehmen, wenn diese/s von Kunden weiterempfohlen wird?



Die Bekanntheit der Gütesiegel ist überschaubar.

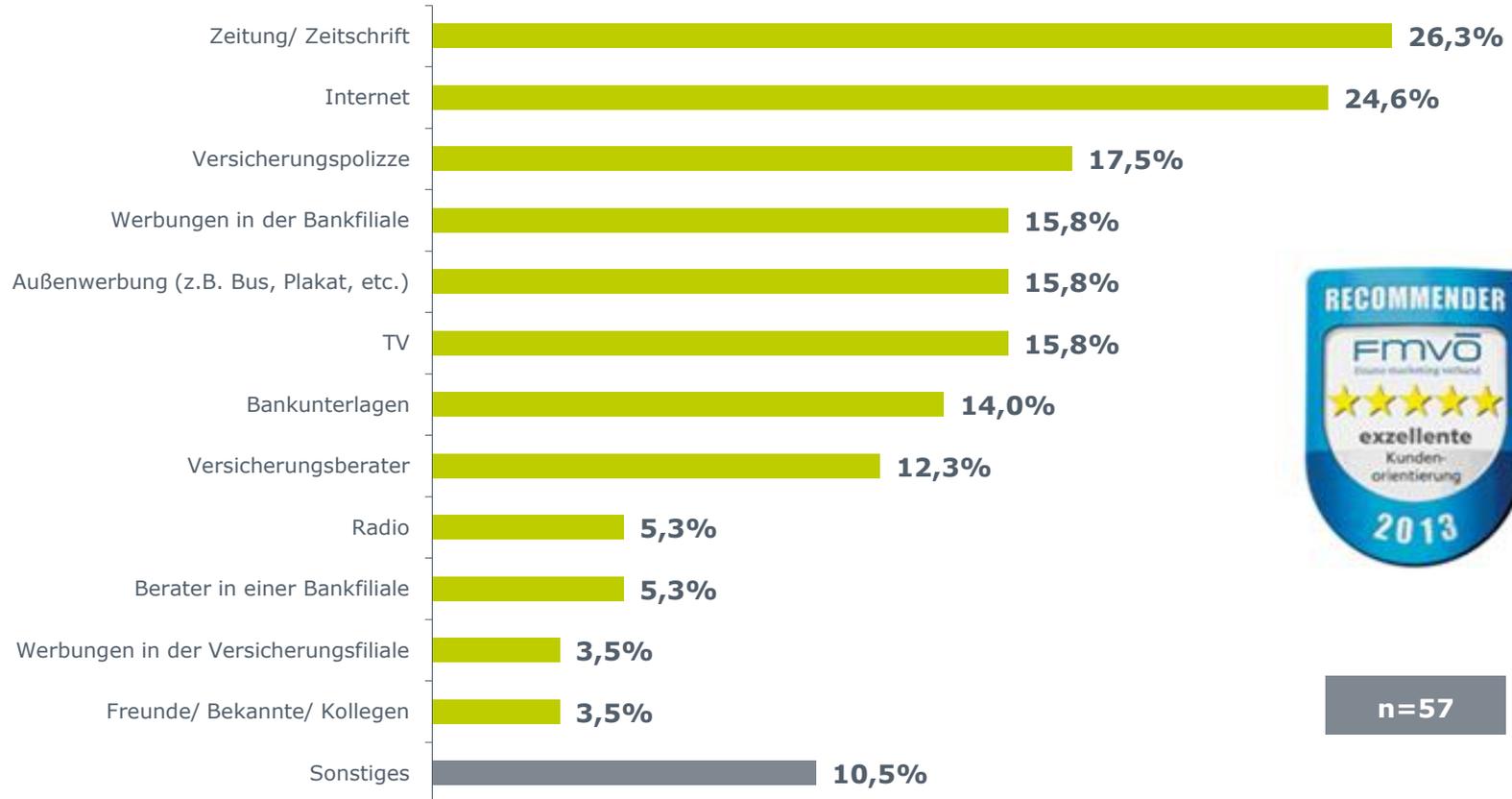
Bekannte Gütesiegel für Banken und Versicherungen (gestützt)



[...] Welche dieser Gütesiegel kennen Sie zumindest vom Namen her, von welchen haben Sie schon einmal gehört?

Jeder Vierte kennt das Recommender Gütesiegel aus der Zeitung und/oder dem Internet.

Bekanntheit des Recommender Gütesiegels durch ...



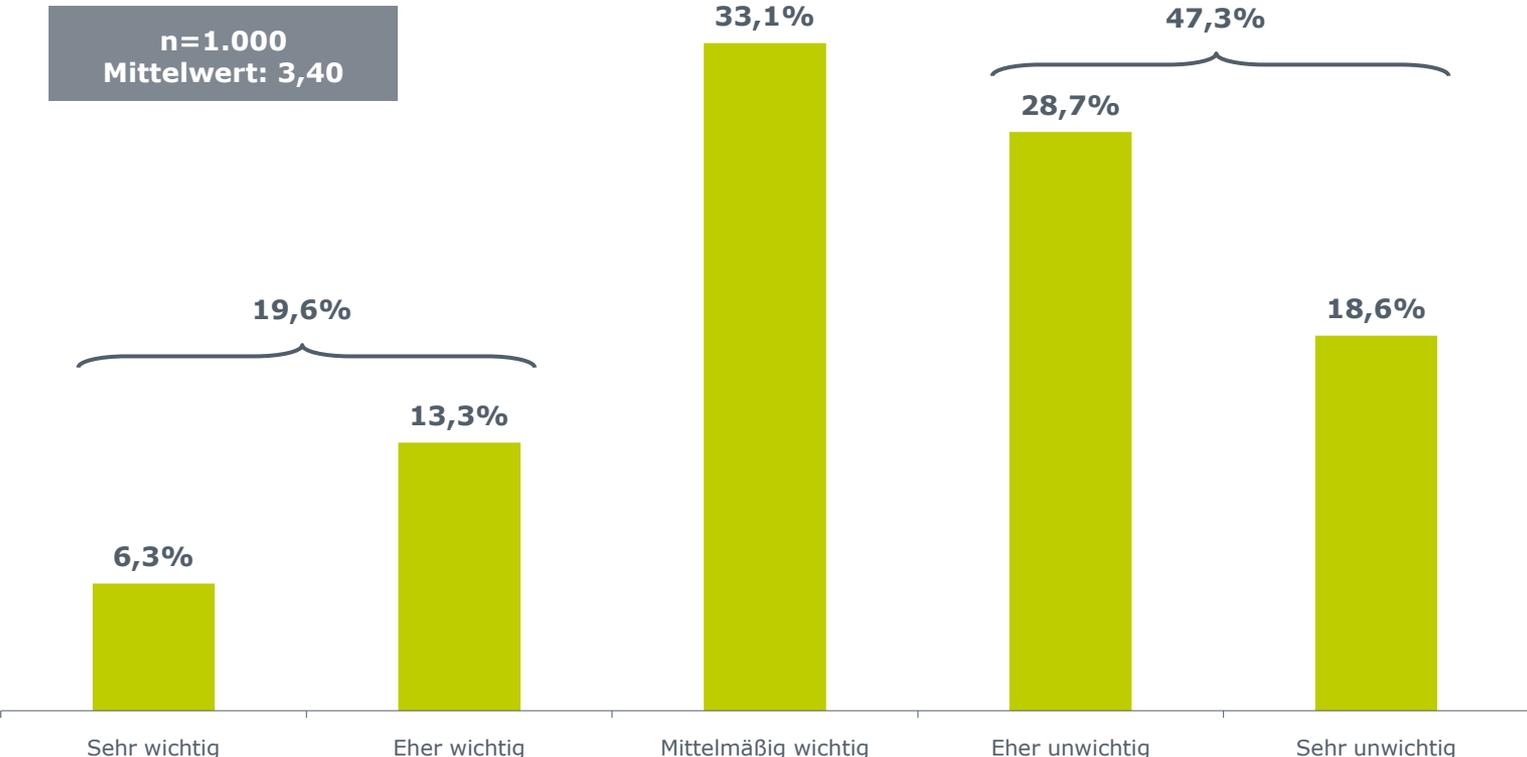
(Basis: Respondenten kennen das Recommender Gütesiegel)

[...] Woher kennen Sie das Recommender Gütesiegel?



Jeder Fünfte findet Gütesiegel für Banken und Versicherungen (eher) wichtig.

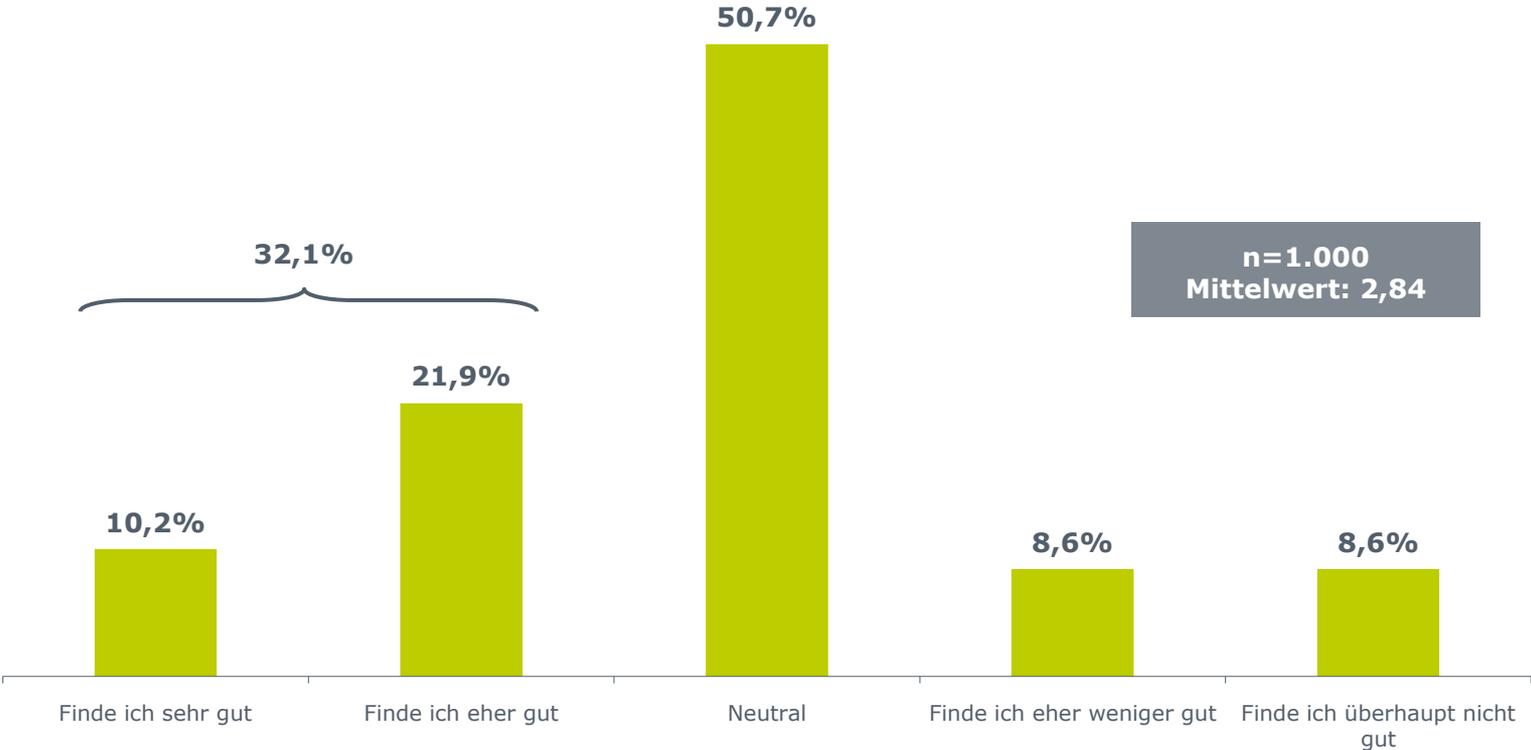
Wichtigkeit von Gütesiegeln für Banken und Versicherungen



Wie wichtig empfinden Sie Gütesiegel, die an Banken und Versicherungsunternehmen vergeben werden, zur Orientierung für Ihre persönlichen Finanzentscheidungen?

Jeder Dritte befürwortet den Einsatz von Gütesiegeln in der Finanzwirtschaft.

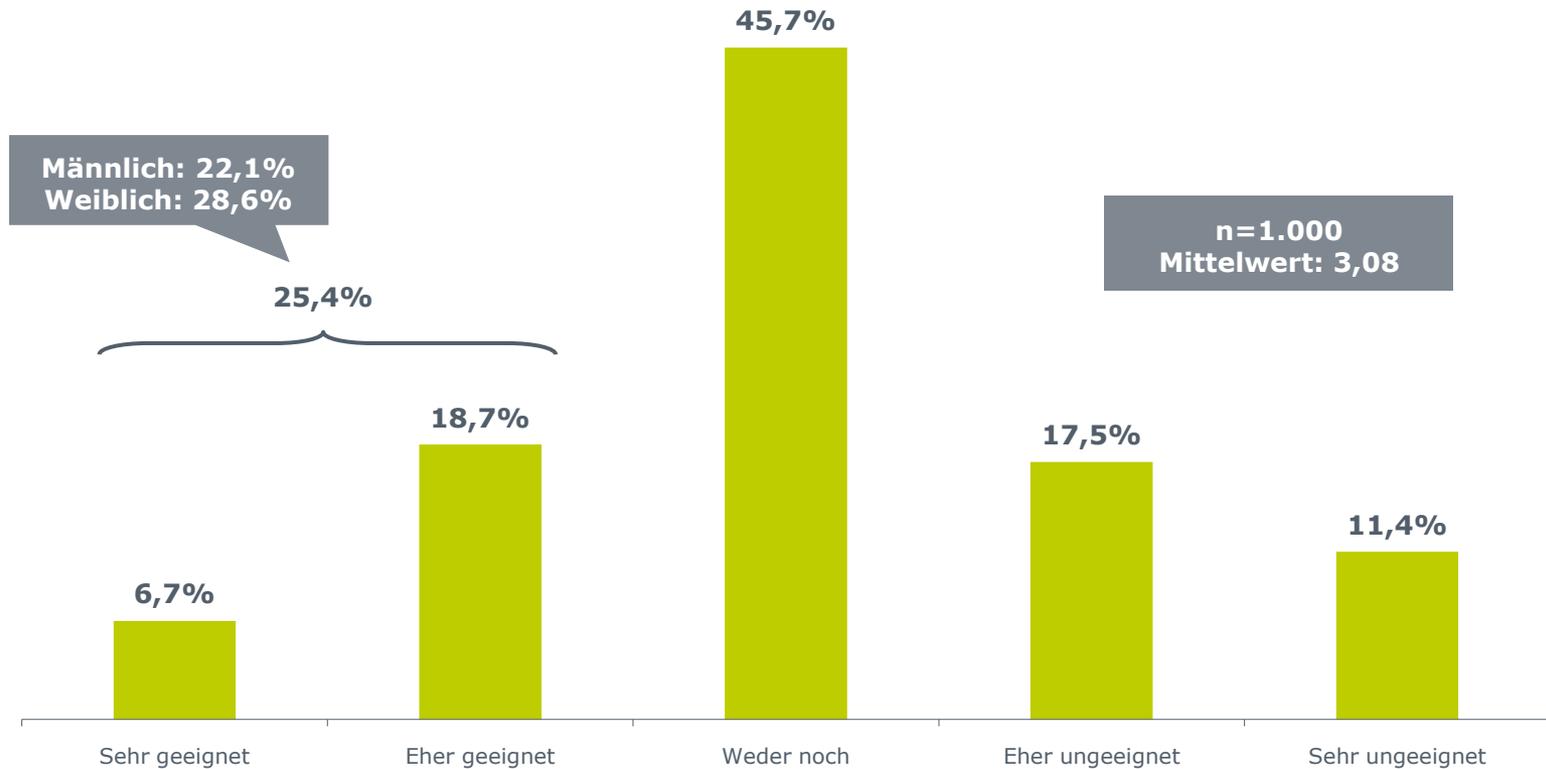
Einstellung zu Gütesiegeln in der Finanzwirtschaft



Wie stehen Sie dazu, dass in der Finanzwirtschaft verstärkt Gütesiegel eingesetzt werden, um speziell nach der Finanzkrise die Qualität ihrer Leistungen für die Kunden zum Ausdruck zu bringen bzw. zu verbessern?

Jeder Vierte hält Gütesiegel für geeignet, das Vertrauen in die Branche (wieder) zu stärken.

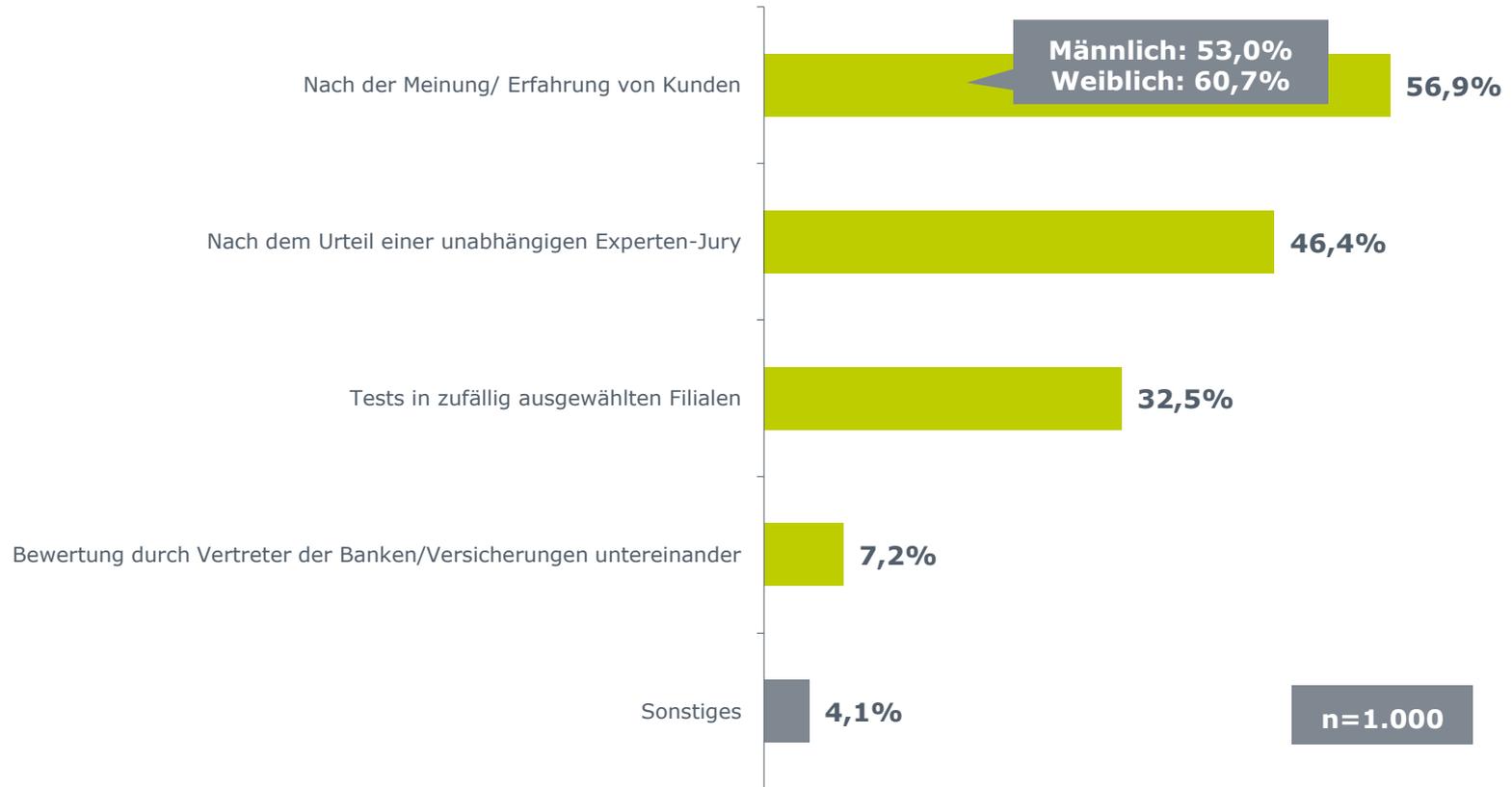
Erhöhung des Vertrauens in die Finanzwirtschaft durch Gütesiegel



Inwieweit sind Gütesiegel Ihrer Meinung nach geeignet, nach der Finanzkrise das Vertrauen der Bevölkerung in die Finanzwirtschaft wieder zu erhöhen?

Kundenerfahrungen sollten am ausschlaggebendsten für die Vergabe von Gütesiegeln sein.

Ideale Entscheidungsträger bei der Vergabe von Gütesiegeln an Banken und Versicherungen



Wer bzw. was sollte Ihrer Ansicht nach darüber entscheiden, an welche Banken und Versicherungen Gütesiegel vergeben werden?





Kontakt | Feedback | Rückfragen

**Thomas Schwabl, Mag.
t.schwabl@marketagent.com
+43 (0) 2252 – 909 009**

**Mühlgasse 59
A-2500 Baden**

www.marketagent.com



FmVÖ

MARKETAGENT.COM
Digitale Markt- und Meinungsforschung