

MARKETAGENT.COM

Digitale Markt- und Meinungsforschung



Kreditkarten im Fokus

Ergebnis-
Abriss

März 2015



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 69 Jahren
- **Sample-Größe:** n = 710 Netto-Interviews (Kernzielgruppe), Random Selection nach Quoten
- **Erhebungszeitraum:** 10.03.2015 – 20.03.2015
- **Screening:** Alter, Kreditkartenbesitz
- **Grundgesamtheit:** web-aktive Personen aus Österreich zwischen 18 und 69 Jahren
- **Incentives:** geldwerte Bonuspunkte
- **Umfang:** 32 offene/geschlossene Fragen
- **Studienleitung:** Marketagent.com, Mag. Dominique Ertl
- **Kontakt:** d.ertl@marketagent.com
- **Investitionskosten:** € 1.790,- zzgl. MwSt. für die gesamte Studie



Kreditkartenausgebende Institute im Test:

- American Express Austria Bank
- Bank Burgenland
- Bank für Kärnten und Steiermark (BKS)
- Bank für Tirol und Vorarlberg (BTV)
- bankdirekt.at (ehemals direktbank.at)
- BAWAG P.S.K.
- Card complete Service Bank
- DC Bank
- DenizBank
- direktanlage.at
- easybank
- Erste Bank der österreichischen Sparkassen
- Generali Bank
- HYPO Bank
- Oberbank
- Paybox Bank
- PayLife Bank
- Raiffeisen Bank
- Santander Consumer Bank
- Schoellerbank
- Sparda-Bank
- UniCredit Bank Austria
- VKB-Bank
- Volksbank



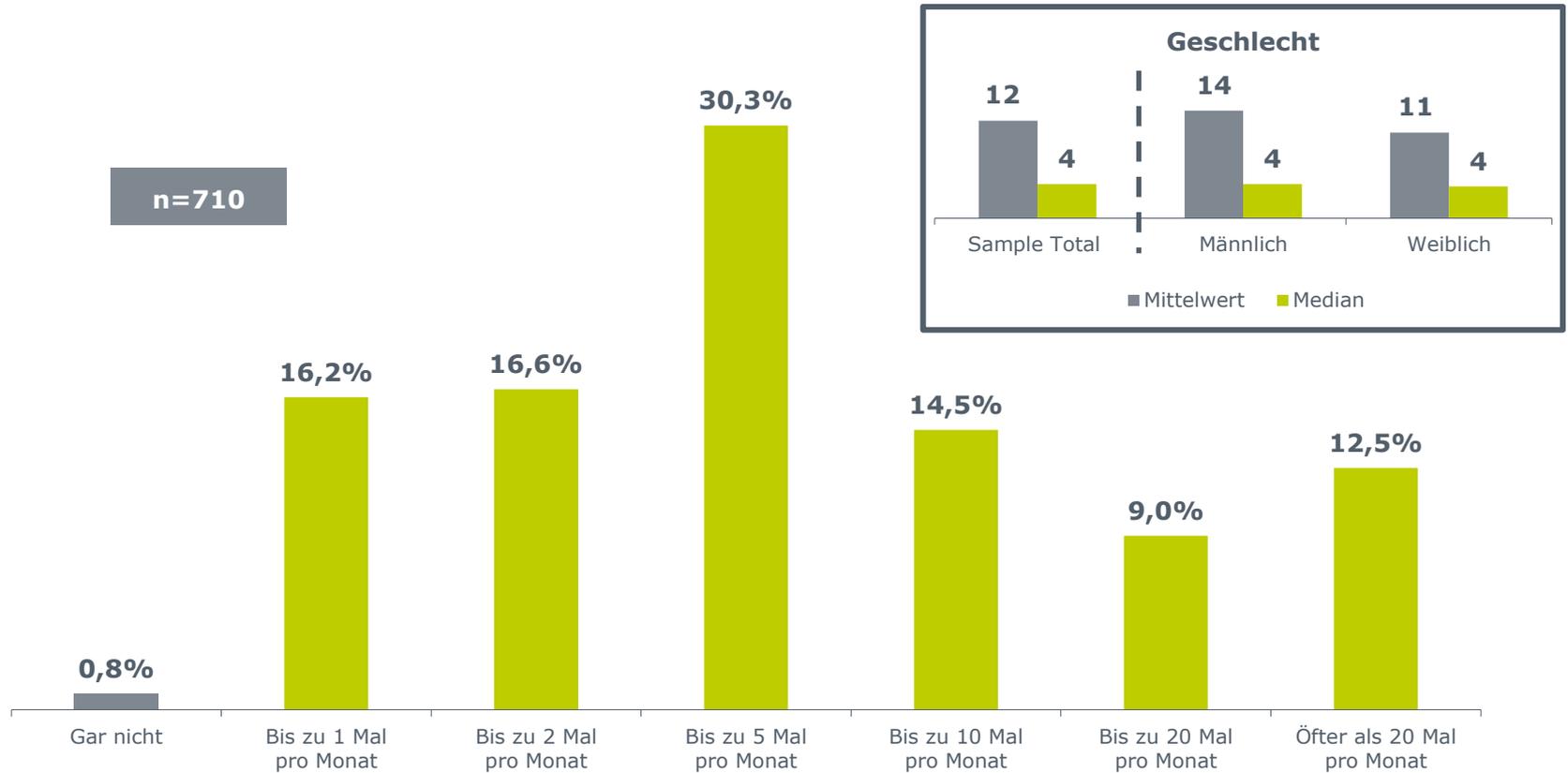
Erkenntnisinhalte:

- Spontane und gestützte **Bekanntheit** der kreditkartenausgebenden Institute
- **Image-Bewertung** der kreditkartenausgebenden Institute (sympathisch, etabliert in Österreich, vertrauenswürdig, innovativ, zukunftsorientiert, zuverlässig, guter Kundenservice, wirtschaftlich stabil aufgestellt, seriös, kompetent)
- **Gesamtimage** und **Zufriedenheit** mit kreditkartenausgebenden Instituten
- Gestützte **Bekanntheit** und **Image-Bewertung** der Kreditkarten
- **Analyse der Kreditkartennutzung** (Kreditkartenbesitz, Vertragsabschlussrahmen, Versicherungsschutz, Gebührenbewertung, bevorzugte Abrechnungsmodalität, geplanter Kreditkartenabschluss, Verwendungsgründe, -zweck und -häufigkeit)
- **Wichtigkeit** der **Kriterien** bei Kreditkarten
- **Infoverhalten** bzw. **Informationsbeschaffung** bei Kreditkarten



Im Mittel bezahlt man 4 Mal pro Monat mit der Kreditkarte (Median).

Monatliche Nutzungshäufigkeit der Kreditkarte



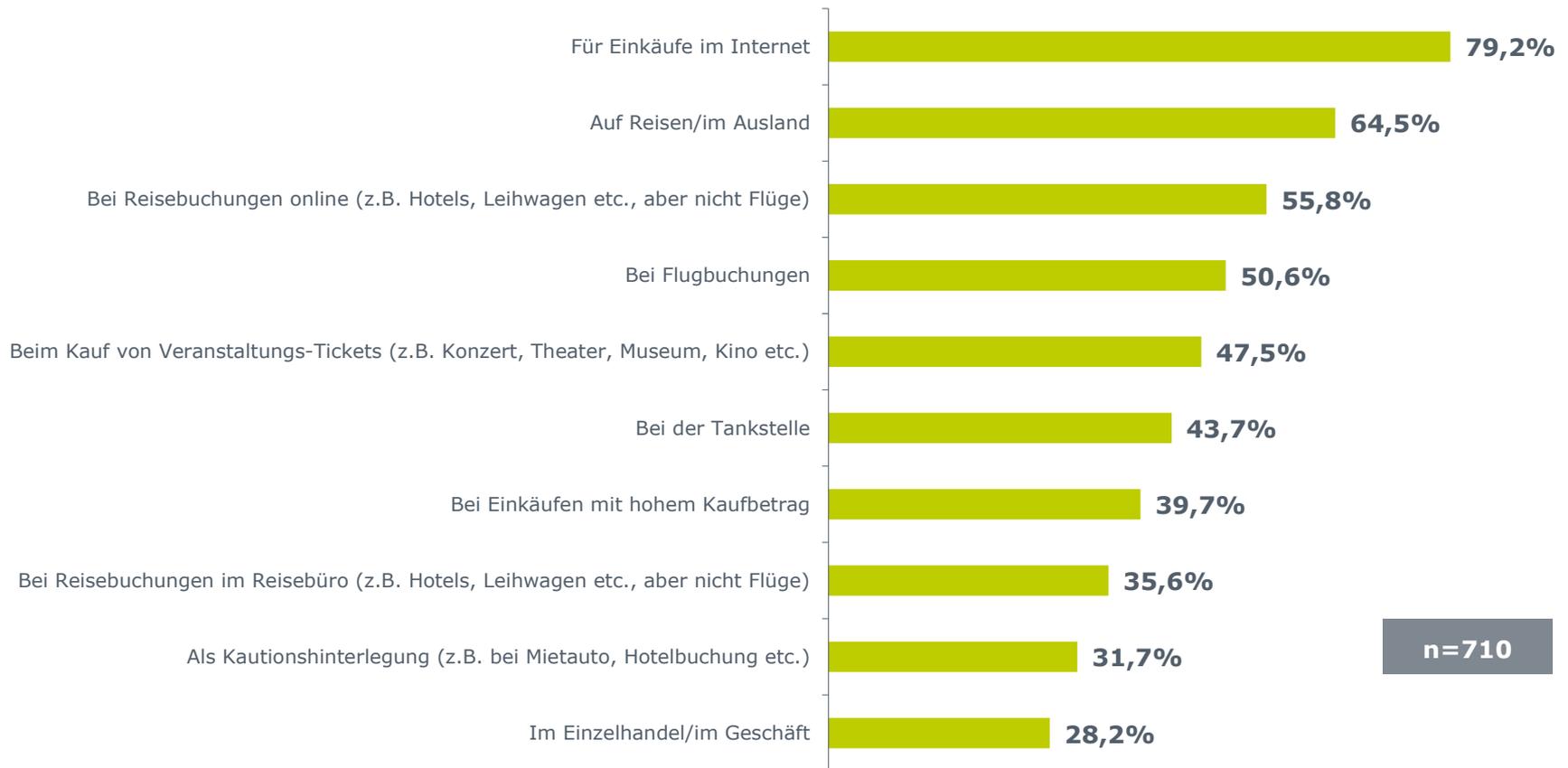
(Basis: Respondenten besitzen zumindest eine Kreditkarte)

Wie häufig bezahlen Sie mit Ihrer Kreditkarte im Durchschnitt? [...]



Die Kreditkarte wird vor allem für Online-Shopping genutzt.

Gelegenheiten, bei denen man mit der Kreditkarte zahlt – Top 10 von 21



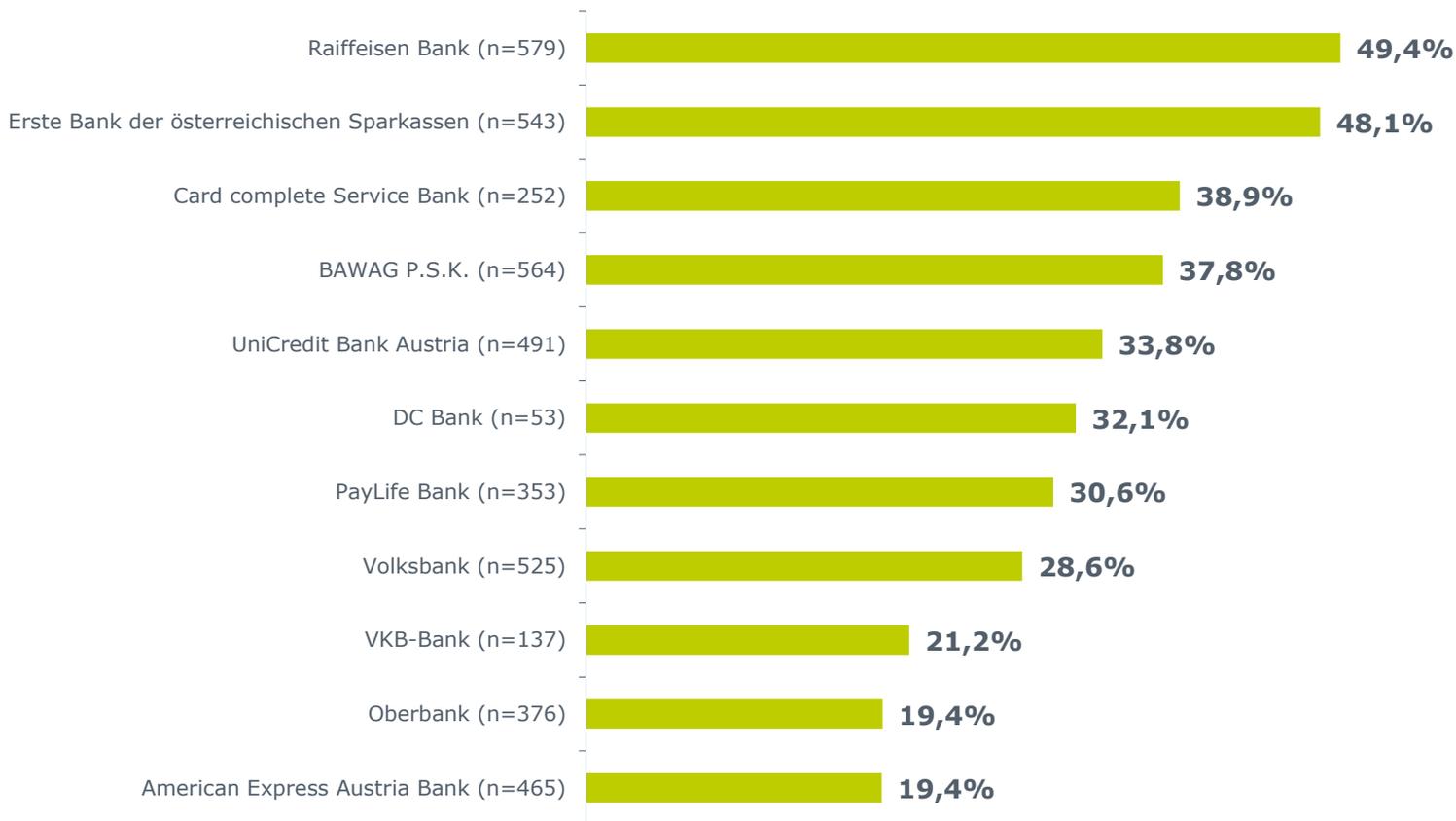
(Basis: Respondenten besitzen zumindest eine Kreditkarte)

Wofür bzw. bei welchen Gelegenheiten zahlen Sie mit Kreditkarte?



Die 11 (von 24) in Österreich etabliertesten Kreditkarten-Anbieter:

Top-Box: bewertet mit "sehr gut etabliert in Österreich" (5-stufige Skalierung)



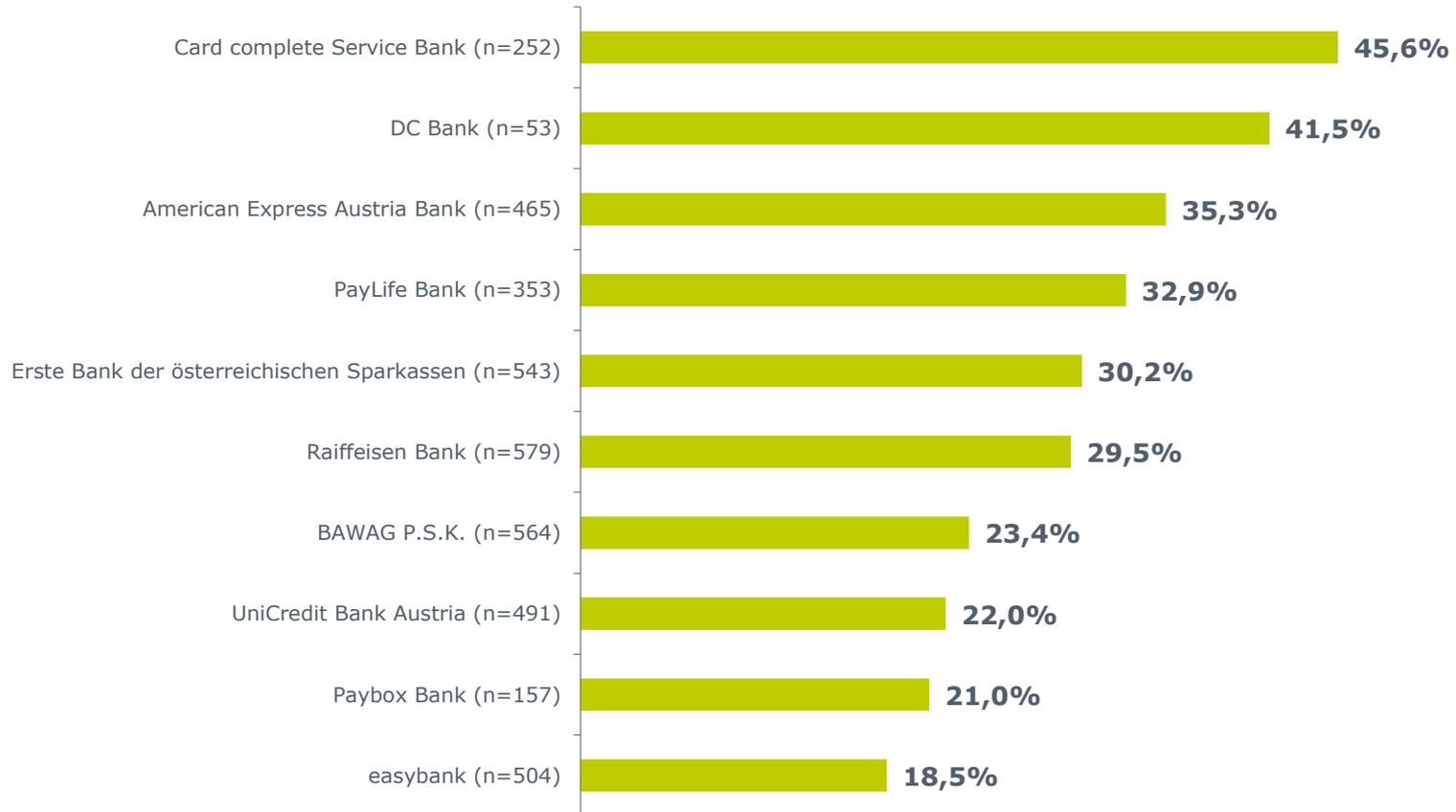
(Basis: Respondenten besitzen zumindest eine Kreditkarte und kennen die jeweiligen Kreditkarten-Anbieter zumindest dem Namen nach)

Inwieweit empfinden Sie die folgenden Kreditkarten-Anbieter als etabliert in Österreich? [...]



Die 10 (von 24) kompetentesten Kreditkarten-Anbieter:

Top-Box: bewertet mit "sehr kompetent" (5-stufige Skalierung)



(Basis: Respondenten besitzen zumindest eine Kreditkarte und kennen die jeweiligen Kreditkarten-Anbieter zumindest dem Namen nach)

Inwieweit empfinden Sie die folgenden Kreditkarten-Anbieter als kompetent in Bezug auf Kreditkarten? [...]



about Marketagent.com



About Marketagent.com ...

Marketagent.com ist Österreichs führendes Online Markt- und Meinungsforschungsinstitut und Vorreiter in der Internet-basierenden Datenerhebung und -analyse. Das eigens rekrutierte 646.000 Personen umfassende Online-Access-Panel (Stand März 2015, plus 400 pro Tag) ist ein wichtiger strategischer Erfolgsfaktor und Ausgangsbasis für zahlreiche erfolgreiche Consulting-Projekte. Marketagent.com konnte innerhalb weniger Jahre zu einem fixen Bestandteil der Marktforschungsszene aufstreben. Zu den Referenzen zählen unter anderem Unternehmen wie A1, die Erste Bank, Drei, Austrian Airlines, bwin.com, die Wirtschaftskammer Wien/Österreich, die Post AG, der ÖAMTC, Claro, OMV, Coca Cola, L'ORÉAL, Nestlé und die NÖM AG.

Die technische Realisierung der Online-Research-Plattform wurde mit einer Jury-Auszeichnung im Rahmen des Multimedia-Staatspreises 2002 ausgezeichnet. Im Februar 2003 folgte ein bronzener Werbe-Hahn für die Bemühungen rund um die Rekrutierung eines Teilnehmer-Pools an Meinungsbildnern und im März der erste Preis bei NÖ Internet-Award der Wirtschaftskammer und Donau Universität Krems. Im Dezember 2004 gewann Marketagent.com den ersten Preis im Gewinn-Jungunternehmer-Wettbewerb, Kategorie e-biz.



Das Online Access Panel von Marketagent.com

Bei einem Online Access Panel handelt es sich um einen Kreis von web-aktiven Personen, die sich bereit erklärt haben, wiederholt an Online-Untersuchungen teilzunehmen. Im Gegensatz zu Telefonbüchern oder Post-Adresslisten existieren im Internet bislang keine zentralen Register von eMail-Adressen, die zur Ziehung von Online-Samples genutzt werden können. Als "work around" bietet sich der Aufbau zentral gepflegter Pools befragungswilliger Internet-Anwender (sogenannte "Online-Access-Panels") an. Ähnlich wie bei traditionellen Offline-Panels stehen die registrierten Mitglieder hierbei sowohl für ad hoc-Befragungen, als auch für Längsschnittbefragungen dem Institut zur Verfügung.

Das Marketagent.com Online-Access-Panel besteht gleichermaßen aus passiv wie aktiv rekrutierten Internet-Nutzern. Die Probanden werden sowohl über entsprechende Aktivitäten im Internet (beispielsweise mittels Werbebanner und Links auf anderen Websites) angeworben, als auch über klassische Methoden (beispielsweise mittels Call-Center) offline rekrutiert. Durch eine Vielzahl an verschiedenen Maßnahmen wird dadurch ein weiter Kreis an web-aktiven Personen in Österreich, Deutschland und der Schweiz angesprochen. Die Maßnahmen zur Akquisition von neuen Mitgliedern umfassen die Schaltung von Werbebannern auf sehr unterschiedlichen Websites, den Eintrag in Suchmaschinen und entsprechenden Internet-Angeboten zu diesem Thema, Pressemeldungen, Gewinnspiel-Sponsoring sowie den regelmäßig durchgeführten Website-Tests auf verschiedensten Portalen im WorldWideWeb.



**Dominique Ertl, Mag.
d.ertl@marketagent.com
+43 (0) 2252 – 909 009 – 27**

**Mühlgasse 59
A-2500 Baden**

www.marketagent.com

