



For Better Decisions

Finanzmonitor Herbst 2009 – Die Sparda-Bank ist am wenigsten von der Finanzkrise betroffen

– Ergebnisse einer repräsentativen Marktforschungsstudie in Deutschland –

von
puls Marktforschung GmbH
Dr. Konrad Weßner, Dirk Pfeffer



puls
MARKTFORSCHUNG



Gründungsjahr: 1990
Feste Mitarbeiter: 20
**Mitarbeiter
Telefonstudio:** 140
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:





- **Stichprobe**

Insgesamt **1.008 repräsentative Interviews** in Deutschland

- **Erhebungszeitraum**

31. August bis 12. September 2009

(Vergleichsergebnisse: 11. bis 26. September 2008, zu Beginn der großen Finanzkrise)

- **Interviewdauer**

ca. 20 Minuten

- **Erhebungsmethode**

n=500 Telefonische Interviews (CATI) im *puls*-eigenen Telefonstudio sowie
n=508 Online-Interviews über einen langjährigen bewährten Panel-Partner
→ Zwei Erhebungswege um möglichst alle Zielgruppen zu erfassen

- **Konzeption, Analyse und Interpretation**

puls Marktforschung GmbH, Nürnberg



Aktuelle Fragestellungen (September 2009):



1. Aktuelle Bankverbindung und Markenimage

- Gestützte Bekanntheit und Nutzung von Banken
- Bewertung neuer Markenwerte wie z. B. verständlich, vertrauenswürdig, transparent, unabhängig, erreichbar, etc.
- Bindung an die genutzte Bank (zur Ermittlung des Net Promoter Scores) und Ermittlung der Bindungstreiber

2. Wechselverhalten und Preistoleranz

- Reales und hypothetisches Wechselverhalten inkl. Relevant Set und First Choice
- Einfluss des Zinssatzes auf das Wechsel- bzw. Bindungsverhalten (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 und Vertriebswege

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

6. Finanzkrise und zukünftige Anforderungen

- Gewinner und Verlierer der Finanzkrise im Bankenbereich / Vertrauen in Banken
- Auswirkungen auf das Anlageverhalten
- Erwartungen an die Bank

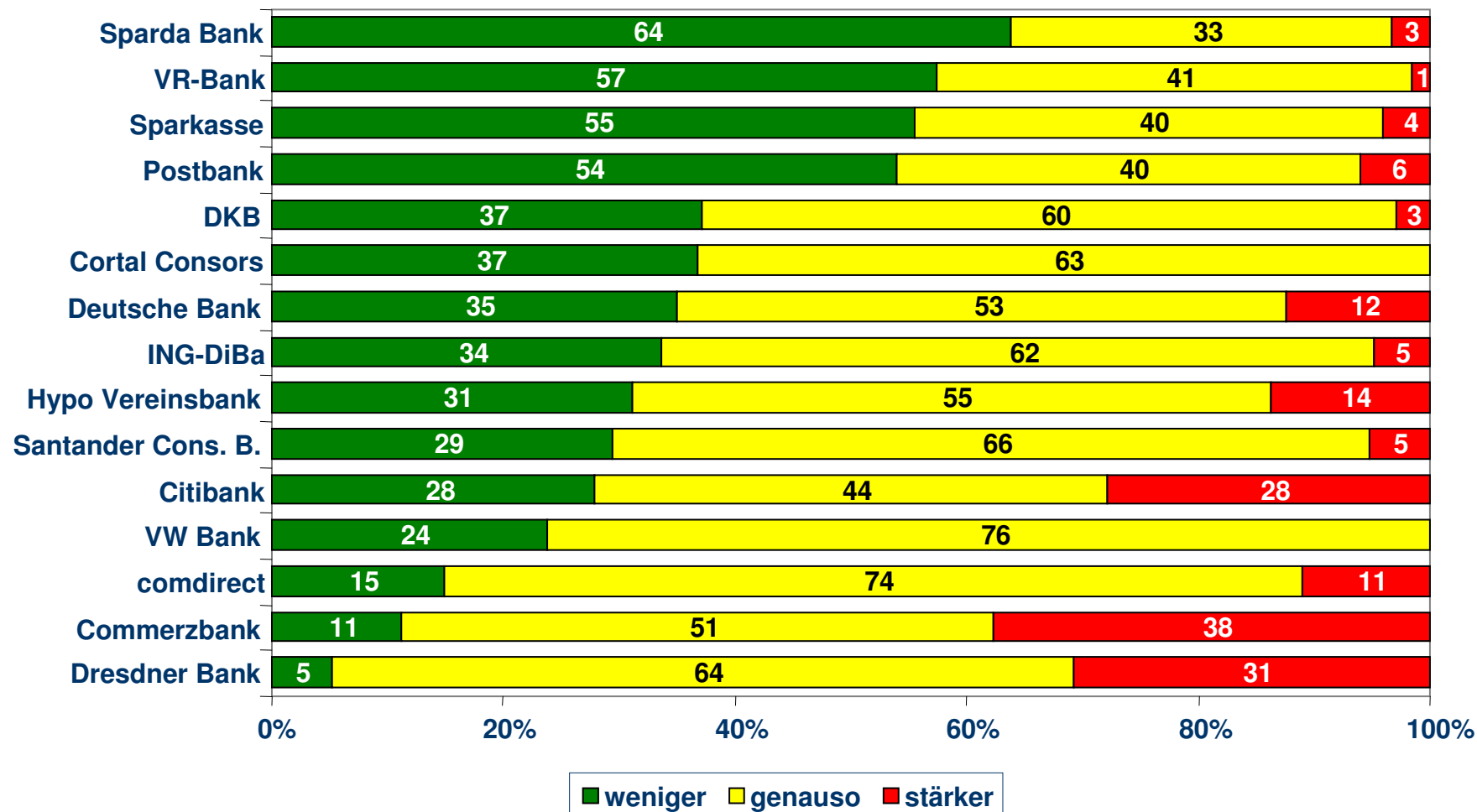
7. Soziodemografische Merkmale (Alter, Geschlecht, Bildung, Risikoaffinität, Einkommen, etc.)



2/3 der Kunden der Sparda Bank sehen diese als weniger betroffen von der Finanzkrise als andere an

Betroffenheit von Banken durch die Finanzkrise

- Frage: Ist ... Ihrer Meinung nach stärker, genauso oder weniger von der Finanzkrise betroffen als andere Banken in Deutschland? -



Basis Kd.: Sparda=70, VR=289, Spark=509, Post=141, DKB=35, Cort=19, Dt=101, ING=108, HVB=30, Sant=62, Citi=36, VW=24, Comd=56, Comm=56, DD=42



Für jede Erhebungswelle bietet *puls*:

- Newsletter mit ausgewählten Ergebnishighlights → kostenfrei per E-Mail bei *puls* unter: www.puls-navigation.de/newsletterfinance
- Gesamte Studienergebnisse inkl. Teilgruppen und Zeitreihen (Alter, Geschlecht, Einkommen) → für Euro 500,- bei *puls*
- Individuelle Sonderauswertung aufgrund der vorliegenden Daten für einzelne Banken oder andere Teilgruppen → Durchführbarkeit wird individuell geprüft und ein Angebot von *puls* erstellt
- Individuelle Einstellung von Fragen – die Ergebnisse gehen exklusiv an den Kunden → Preise je Frage zwischen Euro 700,- und Euro 1200,-
- Individuelle Stichprobenerweiterung für einzelne Marken, Kundengruppen, Regionen, etc. → individuelles Angebot je nach Zielgruppe und Fallzahl



For Better Decisions

puls Marktforschung GmbH

Röthenbacher Straße 2
90571 Schwaig bei Nürnberg

Tel. 0911-9535-400
Fax 0911-9535-404

info@puls-navigation.de
www.puls-marktforschung.de



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