



GfK Finanzmarktpanel (FMP)

Kontinuierlich, zeitgemäß, aktuell - Finanzverhalten nachgefragt

Bewegungen des Finanzmarktes - wir halten Sie auf dem Laufenden

Kundenbedürfnisse verändern sich immer schneller während die Loyalität der Verbraucher gegenüber ihren Finanzdienstleistern zurückgeht. Der Kunde agiert bei der Nachfrage nach Finanzdienstleistungen immer emanzipierter. Dieser Strukturwandel erfordert eine Stichprobe, die zu jedem Zeitpunkt vielschichtige Informationen über Bedarf und Bestand an Finanzdienstleistungen liefert.

Rahmen- und Basisdaten

- 20.000 Haushalte, 45.400 Personen
- Zeitreihenanalyse seit 1983

- Monatlicher Befragungsrhythmus
- Haushalts- und personenbezogene Analysen
- Aktuelle markt-, unternehmens- und kundenbezogene Daten

Kundenzufriedenheit

Die Verknüpfung wesentlicher Kundenzufriedenheitsparameter mit dem gesamten Finanznachfrageverhalten bietet die Möglichkeit, die Daten als Frühwarnsystem im Kundenbeziehungsmanagement zu nutzen.

Zusätzlich wird das GfK Finanzmarktpanel durch wechselnde aktuelle Themen wie zum Beispiel [Kundenzufriedenheit und Kundenloyalität](#) ergänzt.

Das GfK Finanzmarktpanel gibt Ihnen unter anderem Antworten auf folgende Fragen:

- Wie hoch ist der Ausstattungsgrad der Haushalte mit Finanzdienstleistungen?
- Welches Potenzial ist bei welchen Zielgruppen vorhanden?
- Welche Marktanteilsentwicklungen sind zu erwarten?
- Welche Präferenzen haben die Kunden, wie sehen die Wechselströme aus?
- Wie ausgeprägt ist die Kundenbindung?

Kontakt:

GfK Marktforschung GmbH
Finanzmarktforschung

Karsten John
Fon ++49 (0) 911-395 20 66
Fax ++49 (0) 911-395 40 35
E-Mail karsten.john@gfk.de

Markus Schmidt
Fon ++49 (0) 911-395 31 60
Fax ++49 (0) 911-395 40 35
E-Mail markus.schmidt@gfk.de

Caroline Abou Hamdan
Fon +49 (0)911 395-3034
Fax +49 (0)911 395-4035
E-Mail caroline.abou.hamdan@gfk.de

- [zurück zur Übersicht](#)



Kundenzufriedenheit und Kundenloyalität im Finanzmarkt

Das GfK Finanzmarktpanel ist ein valides und zuverlässiges Instrument der kontinuierlichen Marktforschung für Finanzdienstleistungen bei privaten Haushalten in Deutschland. Es analysiert die Faktoren, welche die kurz- und mittelfristige Geschäftsentwicklung von Geldinstituten, Versicherungen und Bausparkassen prägen.

- [Seite empfehlen](#)
- [Text drucken](#)

Zielgruppe:

Finanzentscheider in deutschen Haushalten

Stichprobengröße:

n=2.070 Haushalte in drei Bereichen, davon:

n=695 Bankkunden

n=633 Lebensversicherungsbesitzer

n=742 Kfz-Versicherungsbesitzer

Befragungszeitraum:

Oktober 2005

Themen:

- Globalzufriedenheit
- Zufriedenheit mit Einzelaspekten (z.B. Preis-Leistungsverhältnis, Erreichbarkeit, Beratung etc.)
- Wiederwahlabsticht, Weiterempfehlungsbereitschaft
- Störfaktoren, Beschwerdemanagement
- Einstellungen und Verhalten
- Geplanter Neuabschluss

Erkenntnis:

- Schlägt sich eine hohe Kundenzufriedenheit und -loyalität in höheren Bindungsquoten nieder?
- Ist Kundenzufriedenheit produktspezifisch?
- Welche Faktoren beeinflussen Kundenzufriedenheit und das Cross-Selling?
- Welchen Einfluss haben Störfaktoren auf die Kundenzufriedenheit?

Honorar:

1.400 Euro zzgl. MwSt.

Lieferumfang:

Chartreport inkl. Management-Summary (40 Charts)

Berichtsfertigstellung:

Ende November 2005

Kontakt:

GfK Marktforschung GmbH
Finanzmarktforschung

Markus Schmidt
Fon ++49 (0) 911-395 31 60
Fax ++49 (0) 911-395 40 35
E-Mail markus.schmidt@gfk.de

- [zurück zur Übersicht](#)