



HEUTE UND MORGEN

MARKTFORSCHUNG ▶ BERATUNG

Studienausgabe II/2011
Existenzgründer

Studienreihe: Zielgruppen für Finanzdienstleister

Informations- und Entscheidungsprozesse von Existenzgründern bei Finanzierungs- und Versicherungsprodukten

Hintergrund und Zielsetzung der Studie

Im Finanzdienstleistungssektor werden zielgruppengerechte Produkte und Kommunikation zunehmend zum Erfolgsfaktor. Trotz für den Konsumenten kaum zu unterscheidender Produktmerkmale gelingt es einigen Gesellschaften, sich als Spezialist für bestimmte Zielgruppen zu positionieren.

Zu einer ausgesprochen attraktiven Zielgruppe zählen Existenzgründer. Laut Statistischem Bundesamt gab es im Jahr 2010 ca. 860.000 Gewerbeanmeldungen, von denen abzgl. Nebenerwerbsgründungen und Rechtsformwechseln ca. 400.000 tatsächlichen Existenzgründungen zuzurechnen sind (Quelle: IFM Bonn).

Je nach Rechtsform und Art der Gründung haben Existenzgründer zur Finanzierung und Absicherung ihres Unternehmens einen erhöhten Bedarf an Finanzprodukten. Darüber hinaus ergeben sich durch die Veränderung der beruflichen Stellung oftmals auch Veränderungen in der Absicherung des Existenzgründers als Privatperson.

Top Gründungs-Branchen 2010 (77% aller Gründungen)

freiberufliche/wissenschaftliche/technische DL	85
Handel; Instandhaltung und Reparatur von Kfz	83
Baugewerbe	70
Gastgewerbe	46
Sonstige Dienstleistungen	36

Quelle: IFM Bonn 2011; Angaben in Tausend

Daher überrascht es nicht, dass für ein Drittel der deutschen Versicherer die Zielgruppe Existenzgründer innerhalb der nächsten 2 Jahre deutlich an Bedeutung gewinnt (Quelle: HEUTE UND MORGEN, Trendstudie Versicherungsvertrieb 2011).

Aber wie „ticken“ Existenzgründer im Hinblick auf Finanzierungen und Versicherungen und was sind die zentralen Erfolgstreiber für Finanzdienstleister? Im Rahmen der neuen Ausgabe unserer Studienreihe „Zielgruppen für Finanzdienstleister“ nehmen wir die Gruppe der Existenzgründer unter die Lupe und untersuchen deren Einstellungen, Bedürfnisse, Erwartungen und Erfahrungen rund um die Themen Finanzierung, Absicherung und Vorsorge.

Dabei steht die Beantwortung der folgenden Fragestellungen im Mittelpunkt:

- ▶ Wie, wann und über welche Kanäle kann die Zielgruppe Existenzgründer am besten angesprochen werden?
- ▶ Welche Implikationen können für Produktkonzepte und Serviceangebote abgeleitet werden?
- ▶ Was sind zukünftige Trends in der Zielgruppe der Existenzgründer im Hinblick auf Finanzdienstleistungen?

Wir freuen uns, wenn wir Ihr Interesse an unserer Studie wecken konnten und stehen Ihnen für Rückfragen gerne zur Verfügung.

Mit besten Grüßen aus Köln
Ihr HEUTE UND MORGEN Team

Studieninhalte

- ▶ Die Studie verfolgt das Ziel, ein tiefgehendes Verständnis für die Erwartungen und Wünsche von Existenzgründern im Hinblick auf Finanzdienstleistungen zu vermitteln. Die konkreten Studieninhalte werden mit den Frühbuchern der Studie abgestimmt. Darüber hinaus können Exklusivfragen geschaltet werden.

Vorgründungsphase

- ▶ Welche Beratungsleistungen hat man in Anspruch genommen?
- ▶ Wo hat man sich informiert?
- ▶ Welche staatliche Fördermöglichkeiten hat man genutzt?
- ▶ Zu welchen Banken hatte man Kontakt?
- ▶ Wurde das Thema Versicherungen in dieser Phase auch schon thematisiert?

Finanzierung

- ▶ Wie finanziert man?
- ▶ Für welchen Anbieter hat man sich entschieden und warum?
- ▶ Welche weiteren Produkte hat man bei diesem Anbieter abgeschlossen?
- ▶ Wie zufrieden ist man mit der Zusammenarbeit? Welche Optimierungswünsche gibt es?

Existenzgründer



Versicherungen

- ▶ Wann wurden Versicherungen das erste mal thematisiert?
- ▶ Welche Versicherungen hat man abgeschlossen, über welchen Weg und bei welchem Anbieter?
- ▶ Wie groß ist das Wissen über verschiedene Versicherungen (z.B. bAV)?
- ▶ Hat man privat auch weitere Versicherungen abgeschlossen?
- ▶ Wie informiert man sich zu Versicherungen?
- ▶ Wie zufrieden ist man mit der Zusammenarbeit mit verschiedenen Gesellschaften?

Zukünftige Entwicklungen

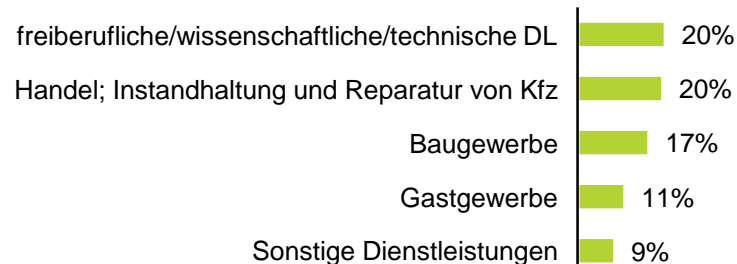
- ▶ Welche zukünftigen Service- und Produktangebote wünscht man sich von Finanzdienstleistern?
- ▶ Wie können Finanzdienstleister einem das (Geschäfts-)Leben vereinfachen?

Spezifikation der Zielgruppe Existenzgründer



- ▶ Es werden **Existenzgründer** befragt, die vor **mindestens 6 Monaten** gegründet haben und deren Gründung **noch nicht länger als 3 Jahre** her ist.
 - ▶ Informations- und Entscheidungsprozesse sowie Kontaktpunkte zum Thema Finanzdienstleistungen innerhalb der ersten 3 Unternehmensjahre können dadurch abgebildet werden.
 - ▶ Die Befragten verfügen über ausreichend Erfahrungen zum Thema Finanzdienstleistungen.
 - ▶ Existenzgründer, die nach kurzer Zeit aufgegeben haben, werden ausgeschlossen.
- ▶ Quotierung nach **Rechtsformen** und **Branchen**. Insgesamt werden **200 Interviews** durchgeführt.

Top Gründungs-Branchen 2010 (in % aller Gründungen)

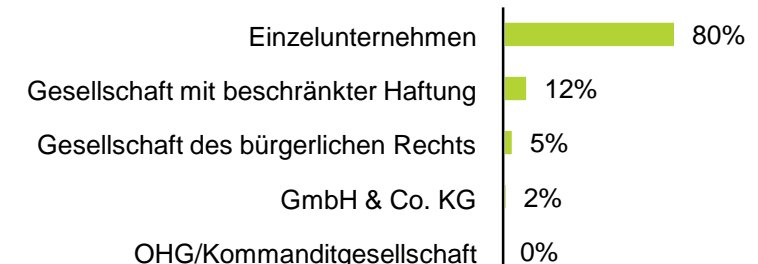


Quelle: IFM Bonn 2011



- ▶ Die Branchen Dienstleistungen (in Summe), Handel, Baugewerbe und Gastgewerbe werden separat ausgewiesen (jeweils mind. 30 Fälle)

Top Rechtsformen 2010 (in % aller Gründungen)



Quelle: IFM Bonn 2011



- ▶ Einzelunternehmen: 100 Interviews
- ▶ Sonstige Rechtsformen: 100 Interviews

Studiendesign

Ihre Einflussmöglichkeiten

Einreichung von Vorschlägen
für den Diskussionsleitfaden

Mitarbeit am Fragebogen
Schalten von Exklusivfragen
Aufstockung der Stichprobe
(z.B. eigene Kunden)

Qualitative Phase: 10 persönliche Tiefeninterviews



Ziel

- ▶ Analyse von Erwartungen und Wünschen zum Thema Finanzdienstleistungen
- ▶ Identifikation sämtlicher Einflussfaktoren bei Informations- und Entscheidungsprozessen
- ▶ Entwicklung von Produkt-, Service- und Kommunikationsideen



Quantitative Phase: 200 CATI-Interviews à 15 Minuten



Ziel

- ▶ Potenzialanalyse von Produktkonzepten, Serviceleistungen und Kommunikationsmitteln
- ▶ Identifikation von verschiedenen Einstellungs- und Verhaltenstypen bei Existenzgründern
- ▶ Prozessanalyse des Abschlusses von Finanzprodukten



Sie erhalten einen PPT-Chart-Bericht, der die Ergebnisse der beiden Studienphasen inkl. der Einbindung von Zitaten zusammenfassend darstellt.

Der Studienbericht steht Ihnen Mitte Dezember 2011 zur Verfügung.

Ihre Vorteile auf einen Blick

- ▶ In zahlreichen Monitorings diverser Institute können die Versicherungsausstattung, -zufriedenheit oder auch die bevorzugten Vertriebswege verschiedener b2c- und b2b-Zielgruppen nachgeschlagen werden.
- ▶ Der Fokus unserer Studienreihe ist ein anderer:
 - ▶ **Wir nehmen pro Welle jeweils nur eine Zielgruppe genau unter die Lupe und untersuchen die spezifischen Erwartungen und Bedürfnisse dieser Zielgruppe sowohl qualitativ als auch quantitativ!**
 - ▶ So kann sichergestellt werden, dass die Fragen zielgruppengerecht und auf die individuelle Situation hin formuliert und analysiert werden.
- ▶ In der ersten Phase werden die Fragestellungen umfassend mittels persönlicher Tiefeninterviews qualitativ bearbeitet, da so ausreichend psychologisch detailliert auf den Probanden eingegangen werden kann. In einer zweiten Phase werden die Ergebnisse anhand einer repräsentativen Befragung der Zielgruppe quantifiziert.
- ▶ Mit der Bestellung der Zielgruppenstudie „**Existenzgründer**“ erhalten Sie dezidierte Informationen zu Einstellungen, Bedürfnissen, Erwartungen und Erfahrungen dieser Zielgruppe rund um die Themen Finanzierung, Absicherung und Vorsorge.
- ▶ Sie erhalten Empfehlungen und innovative Ideen für Produkt- und Servicekonzepte, Kommunikation und Marketing/Vertrieb inklusive einer Potenzialabschätzung möglicher Konzepte.

Als Frühbucher der Studie bis zum 23.9. erhalten Sie darüber hinaus die folgenden Möglichkeiten:

- ▶ Mitarbeit am Fragebogen der CATI-Befragung
- ▶ Möglichkeit der Schaltung individueller Zusatzfragen und Testung von Konzepten
- ▶ Möglichkeit der Aufstockung der Stichprobe um eigene Kunden
- ▶ Reduzierter Studienpreis: Als Frühbucher profitieren Sie von einem geringeren Basispreis für die Studie

Bestell-Fax für die Studie an: 0221 995005 29

Bestellung

Hiermit bestellen wir verbindlich die Studie „Existenzgründer“ aus der Studienreihe „Zielgruppen für Finanzdienstleister“:

- Frühbucherpreis bis zum 23.9.2011: 3.500 € zzgl. MwSt.
- Listenpreis ab dem 24.9.2011: 3.900 € zzgl. MwSt.
- Bitte kontaktieren Sie mich, da ich an folgenden Optionen interessiert bin:
 - Schaltung von Zusatzfragen
 - Aufstockung der Stichprobe um eigene Kunden
- Ich bin an der Untersuchung folgender Zielgruppen interessiert (siehe auch Folgeseite)

Empfänger und Rechnungsadresse

Name, Vorname: _____

Firma, Abteilung: _____

Telefon: _____

Email: _____

Ort, Datum, Unterschrift

Weitere Informationen zur Studienreihe „Zielgruppen für Finanzdienstleister“

Studienplanung

- ▶ Wir planen, in jedem Jahr ca. 3 Zielgruppenstudien durchzuführen.
- ▶ Gerne nehmen wir Sie in unseren Verteiler auf und informieren Sie zu anstehenden Studien.

Zielgruppen

Gerne richten wir uns nach Ihren Wünschen und sind gespannt auf Ihre Ideen. Wir können uns z.B. vorstellen, folgende Zielgruppen im Rahmen unserer Studienreihe zu untersuchen:

Privatkunden

- ▶ Junge Familien
- ▶ Großfamilien (mind. 3 Kinder)
- ▶ Middle Ager
- ▶ 50plus
- ▶ Senioren/Rentner
- ▶ Beamte
- ▶ Studenten
- ▶ Auszubildende
- ▶ Geringverdiener
- ▶ Besserverdiener
- ▶ Migrantinnen

Firmen-/Geschäftskunden

- ▶ Landwirte
- ▶ Gastronomen
- ▶ Existenzgründer
- ▶ Autohausbesitzer
- ▶ Beratende Berufe
- ▶ Ärzte/Heilpraktiker
- ▶ Unternehmer/Geschäftsführer
- ▶ Bau/Handwerk
- ▶ Einzelhandel
- ▶ Industrieller Sektor
- ▶ Ingenieure/Architekten

Ihre Fragen und Wünsche

Wenn Sie sich unverbindlich zu der Studienreihe informieren wollen, in den Studienverteiler aufgenommen werden möchten oder konkrete Wünsche für die nächste zu untersuchende Zielgruppe haben, kontaktieren Sie bitte:

Frau Tanja Höllger
Tel. 0221-995005-12
tanja.hoellger@heuteundmorgen.de

HEUTE UND MORGEN Studienreihen

HEUTE UND MORGEN Finanzmarktrends ...

- ▶ greifen aktuelle Trends und Entwicklungen auf und stellen diese übersichtlich dar,
- ▶ testen Innovationen und Ideen auf ihre Akzeptanz und Zukunftsfähigkeit für die Finanzdienstleistungsbranche
- ▶ und erscheinen ca. dreimal im Jahr.
- ▶ Weitere Informationen finden Sie unter:
<http://www.heuteundmorgen.de/Finanzmarktrends.html>

▶ Die letzte Ausgabe:



geplant für Herbst 2011:



HEUTE UND MORGEN Zielgruppen im Finanzmarkt ...

- ▶ liefern ein tiefgehendes Verständnis für die Erwartungen und Wünsche der jeweiligen Zielgruppe im Hinblick auf Versicherungs- und Finanzprodukte,
- ▶ entwickeln und evaluieren zielgruppenspezifische Produktkonzepte, Serviceleistungen und Kommunikationsstrategien
- ▶ und erscheinen ca. zweimal im Jahr.
- ▶ Weitere Informationen finden Sie unter:
<http://www.heuteundmorgen.de/Zielgruppen.html>

▶ Die letzte Ausgabe:




geplant für Herbst 2011:



Kurzprofil: HEUTE UND MORGEN

Kurzprofil

- ▶ Unabhängiges Full-Service-Marktforschungsinstitut
- ▶ Sitz im Herzen von Köln
- ▶ Gründung im Dezember 2009 durch vier Führungskräfte eines renommierten Kölner Marktforschungsinstitutes
- ▶ Insgesamt über 40 Jahre Marktforschungserfahrung durch die Gründer
- ▶ 6 Mitarbeiter + Netzwerk aus freien Mitarbeitern
- ▶ Mitgliedschaft beim 
- ▶ Partner und Lehraufträge an der



Unsere Grundsätze

HEUTE UND MORGEN steht für

- ▶ unseren Anspruch, über das Heute hinaus zu denken und unsere Kunden durch intelligente Marktforschung und strategische Beratung bestmöglich auf die Zukunft vorzubereiten
- ▶ und unsere Kunden dabei langfristig zu begleiten.
- ▶ Wir liefern unseren Kunden das Wissen, das sie benötigen, um die richtigen Entscheidungen für die Zukunft zu treffen.

Referenzen (Auszug)



Kernkompetenzen

HEUTE UND MORGEN ist Spezialist für Marktforschung in der Finanzdienstleistungsbranche.

- ▶ Weitreichende Erfahrung mit der Befragung aller relevanten Zielgruppen, wie z.B.
 - ▶ Privatkunden
 - ▶ Gewerbekunden
 - ▶ Vertriebspartner (Makler, AO, Banken)
- ▶ Marktforschungslösungen für alle marktrelevanten Fragestellungen:
 - ▶ Produktentwicklung und –optimierung
 - ▶ Prozessoptimierung
 - ▶ Vertriebsunterstützung und –steuerung
 - ▶ Kundenbindung und –entwicklung
 - ▶ Mitarbeiterbindung und –entwicklung