



FMDS® 1978 – 2008

30 Jahre FMDS in Österreich



1 Die Studie

1978 wurde von der GfK Austria Finanzmarktforschung das Finanzmarktdatenservice (FMDS®) entwickelt. Damit wurde ein kontinuierliches Erhebungsinstrument „geboren“, das die grundlegenden Aspekte des österreichischen Finanzmarktes abdeckt:

Neben den Informationen über Kundenanteile und Produktbesitz enthält die Studie auch Fragen zu Bekanntheit, Werbeerinnerung, Sympathie und Images von Banken.

Wissen Sie ...

- ... wie hoch die Kundenanteile der Banken in der Bevölkerung sind?
- ... wie sich diese über die letzten Jahre entwickelt haben?
- ... wo Kunden ihre Produkte besitzen?
- ... wie Kunden noch besser gebunden werden können?
- ... wo Imagestärken einzelner Banken liegen?

Wir beantworten Ihnen gerne diese und viele andere Fragen.



Mag. Ursula Swoboda
Key Account Manager
Head of Finance Research

Tel. +43 1 71710-199
Fax +43 1 71710-189
ursula.swoboda@gfk.com

Seit Bestehen des FMDS® haben schon mehr als 600.000 Österreicher an der wichtigsten Studie zum Finanzmarkt in Österreich teilgenommen.

Analysen bis in die kleinste Region

Von Anfang an wurde dieses Monitoringinstrument als umfassende Erhebung auf Basis von 20.000 persönlichen Interviews jährlich (CAPI) mit der österreichischen Bevölkerung ab 15 Jahren konzipiert. Damit können beispielsweise für alle Bundesländer ausreichende Fallzahlen für Einzelanalysen erreicht werden. Für sehr spezielle Subgruppen oder regionale Analysen können bei Bedarf auch Daten aus zwei oder mehreren Jahren zusammen ausgewertet werden.

Kontinuität und Vergleichbarkeit als Stärke

Die wesentliche Stärke dieses Instruments liegt in der Kontinuität der Fragestellungen, wobei natürlich stetig Anpassungen an die aktuellen Trends am Finanzmarkt erfolgen. Diese Kontinuität ermöglicht sehr langfristige Analysen, die im Vergleich zu herkömmlichen Ad-hoc-Studien einzigartig sind.

Im Gegensatz dazu können kurzfristig Analysen aufgrund aktueller Geschehnisse auf den Finanzmärkten durchgeführt werden.

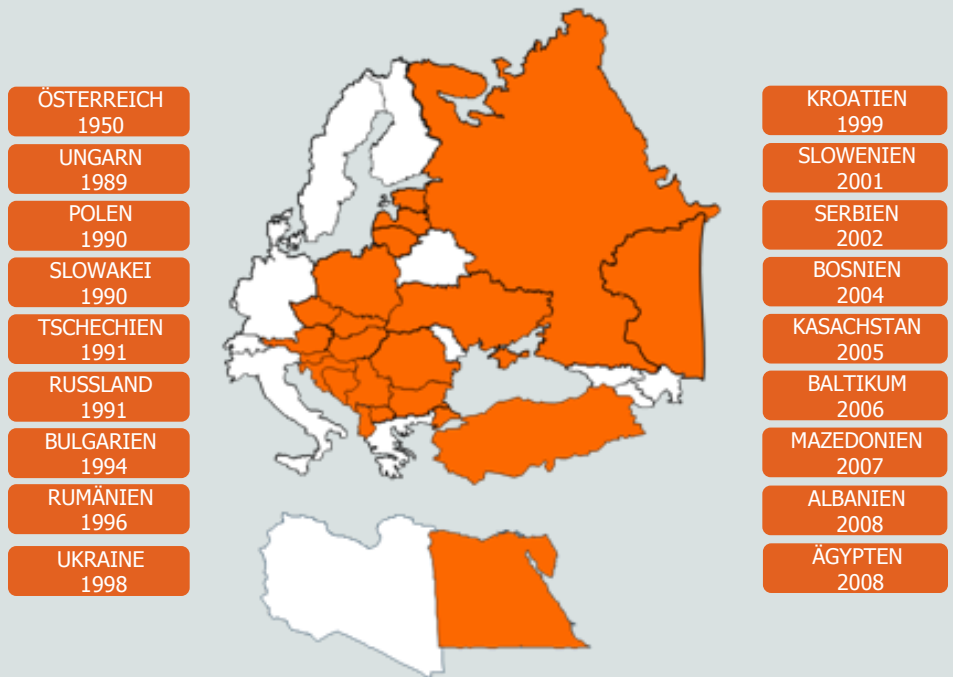
Benchmarks

Nach Öffnung der CEE Grenzen und nicht zuletzt durch den Eintritt österreichischer Unternehmen in die dortigen Finanzmärkte, stieg die Nachfrage nach verlässlichen und vor allem Vergleichbaren Informationen über die Situation in den zentral- und osteuropäischen Märkten.

Die von GfK Austria sehr rasch begonnene Gründung von Tochtergesellschaften (siehe unten angeführte Gründungsjahre) in diesen Ländern ermöglichte schon früh den „Export“ der Idee des FMDS®.

Schon ab 1994 liegen Daten für unsere direkten Nachbarn Ungarn, Slowakei und Tschechien sowie für Polen vor.

Und es werden immer mehr ...



Die Inhalte nochmals kurz zusammengefasst

- Kundenanteile
- Produktnutzung
- Cross Selling Raten
- Markentracking
- Werbettracking
- Positionierung Geldinstitute
- Kundenbewegungs- und Abwanderungsanalysen
- Kundenzufriedenheit und -loyalität
- Etc.

Die Vorteile für Sie

Mit Hilfe des FMDS® bieten wir Ihnen:

- einen perfekten Marktüberblick – wer sind wo die Big Player
- die Möglichkeit Cross Selling Potenziale zu ermitteln
- die Wahrnehmung Ihrer Marke kontinuierlich zu tracken
- Neukundenpotenziale zu identifizieren
- regionale Schwerpunkte zu setzen
- zielgruppenorientiertes Marketing zu entwickeln
- Ihre Vertriebsseinheiten zu unterstützen und zu optimieren

...und das Ganze mit Hilfe jahrelanger Trends, hoher statistischer Sicherheit und detaillierten Subgruppenanalysen.

Weiters haben Sie jederzeit die Möglichkeit Exklusivfragen gemäß Ihren Bedürfnissen gemeinsam mit den FMDS®-Fragen einzuschalten.

Ebenso bringen Verknüpfungen mit unserem

Versicherungsmarktdatenservice (VMDS®) interessante Einblicke.

Reporting Möglichkeiten

- DataPrompt für Tüftler
- Octopus für Entscheider
- Tabellen und Charts für Klassiker