



**HEUTE UND MORGEN**

MARKTFORSCHUNG ▶ BERATUNG

# „Apps auf dem Vormarsch – Was erfolgreiche Finanz-Applikationen auszeichnet“

**Ansprechpartner:**

**Dr. Michaela Brocke, 0221 995005-11, [michaela.brocke@heuteundmorgen.de](mailto:michaela.brocke@heuteundmorgen.de)**

# Vorwort

Mit unserer Eigenstudie „Apps – Spielerei oder neuer Weg der Kundenbindung?“, die im April 2010 als erste Ausgabe unserer Reihe „Finanzmarktrends“ erschienen ist, haben wir eine überwältigende Resonanz erzielt: Die Studie wurde an weit über 100 Interessenten verschickt. Zu diesem Zeitpunkt gab es noch so gut wie keine Versicherungs- bzw. Finanz-Apps auf dem deutschen Markt.

## **Markt für mobile Internetnutzung wächst beständig**

Wie sich in zahlreichen Gesprächen jedoch zeigte, arbeiten derzeit viele Unternehmen fieberhaft an Anwendungen für das mobile Internet und es besteht ein großer Bedarf an Informationen über diesen Markt und seine Nutzer.

Aus gutem Grund: Der Absatz von Multimedia-Handys steigt so rasant, dass Experten davon ausgehen, dass die mobile Internetnutzung den Desktop-PC binnen vier Jahren überholen wird (Quelle: Morgan Stanley).

## **Erste Finanz-Apps sind bereits am Markt; viele Finanzdienstleister sind in der Planung**

Auch im Finanzdienstleistungsbereich sind bereits weitere Apps erschienen. Es tut sich somit einiges auf diesem beständig wachsenden Markt!

## **Kenntnis der Anforderungen und Bedürfnisse der Nutzer für erfolgreiche App-Gestaltung unerlässlich**

Daher haben wir uns auch in dieser Ausgabe unserer Finanzmarktrends dem Thema „Apps“ gewidmet und – im Unterschied zu unserer ersten Studie, die sich allgemein mit dem Potenzial von Finanz-Apps beschäftigt hat – die Zielgruppe der App-Nutzer, ihre Anforderungen und Wünsche an Apps sowie ihr Nutzungsverhalten näher untersucht.

Unser Ziel ist dabei, Ihnen durch die Studie umfassende Informationen über die Anforderungen der Nutzer und die bei der Gestaltung einer Finanz-App zu beachtenden Aspekte zur Verfügung zu stellen und Ihnen Impulse für die Entwicklung eigener Apps zu geben.

Darüber hinaus liefert die Studie aktuelle Zahlen zum Markt (Bekanntheit von bereits existierenden Finanz-Apps) und detaillierte Ergebnisse zur Akzeptanz der bereits am Markt befindlichen Finanz-Apps, die wir in dieser Studie detailliert getestet haben.

Die komplette, rund 250-seitige Studie inklusive der Detailergebnisse zu den einzelnen App-Tests kann ab sofort bezogen werden.

# Untersuchungsdesign: Methodik und Inhalte

## Methodik: Quantitative Online-Befragung

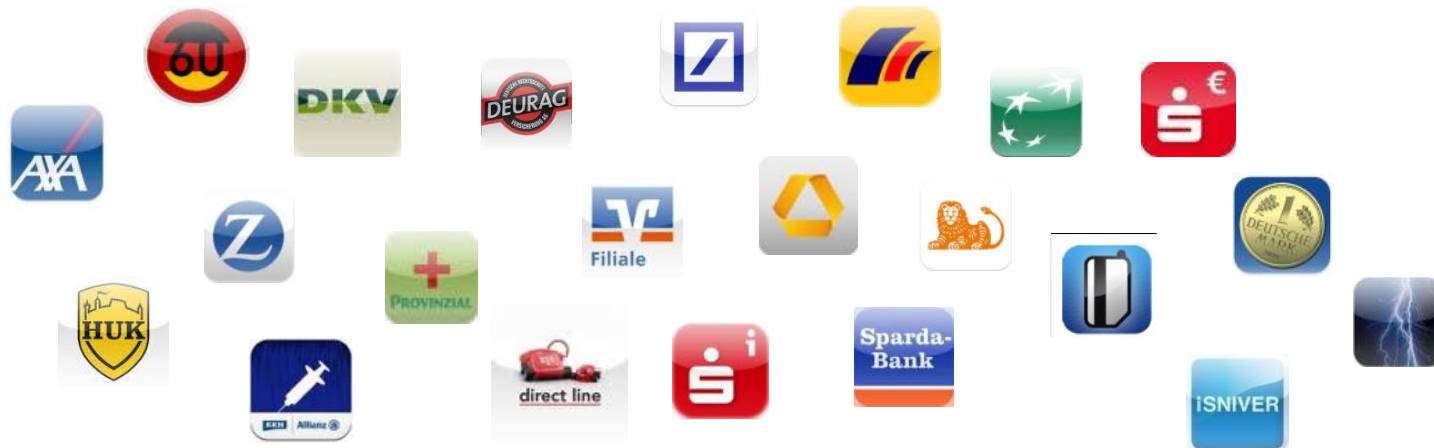
- ▶ Es werden ausschließlich Personen mit Interesse an der Nutzung von Apps befragt.
- ▶ Stichprobenumfang und Quotierung: Befragung von 1.022 Personen
  - ▶ 507 App-Nutzer (Zielgruppe im engeren Sinne)
  - ▶ 515 Personen mit Interesse an der Nutzung von Apps (potenzielle Zielgruppe)
- ▶ Online-Interviews von 15-20 Minuten Dauer
- ▶ Erhebungszeitraum: 6. bis 11. September 2010

## Inhalte und Aufbau der Befragung

- ▶ **Teil A: Nutzungsverhalten und Präferenzen**
  - ▶ Allgemeiner Umgang mit Apps und Nutzungsverhalten
  - ▶ Informationsquellen und Informationsverhalten
  - ▶ Vermarktungsmöglichkeiten von Apps
  - ▶ Bekanntheit von FDL-Apps
  - ▶ Wichtigkeit von verschiedenen Funktionen bei Banken- und Versicherer-Apps
- ▶ **Teil B: Testung von FDL-Apps**
  - ▶ Es wurden insgesamt 23 FDL-Apps auf ihre Akzeptanz getestet.
  - ▶ Jede App wurde in einer an den App-Store angelehnten Beschreibung (inklusive 2 Screenshots) vorgestellt und anschließend offen und geschlossen bewertet.
  - ▶ 3 Apps pro Proband
  - ▶ 9 Apps von Versicherern, 8 Apps von Banken und 6 Multibanking-Apps und sonstige FDL-Apps

# Zu einer Vielzahl von Finanz-Apps liegen detaillierte Ergebnisse vor.

- ▶ **Im Einzelnen wurden im Rahmen der Studie folgende 23 Finanz-Apps getestet:**
- ▶ **Versicherungs-Apps:** AXA-App, DKV Arztsuche, Zurich Unfallhelfer, ERGO Direkt Bußgeld Mobil, Provinzial Rheinland Erste Hilfe, DEURAG-App, DirectLine Autounfall, HUK Hilfe und KKH Impfpass.
- ▶ **Banken-Apps:** Deutsche Bank Meine Bank, VR-Bank Online-Filiale, Sparkasse S-Finanzstatus, Commerzbank-App, Deutsche Postbank iPostbank, Sparda-Bank Mobile Banking, ING-DiBa Mobile Banking und Cortal Consors App.
- ▶ **Multibank und sonstige Apps:** iOutBank, iOutBank Pro, Sparkasse S-Banking, iSNIVER Versicherung, biallo.de Geldanlage und Fraunhofer WIND mobile (Angebot der öffentlichen Versicherer).



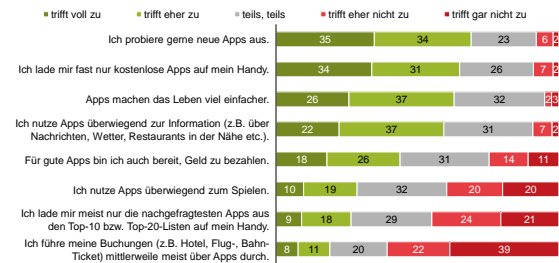
# Umfassender Studienbericht inkl. Subgruppenanalyse, Benchmarking und vieles mehr.

## ► Auf ca. 250 Seiten finden Sie zu allen Fragestellungen detaillierte Ergebnisse:

Die App-Nutzer haben Spaß an Apps. Jeder Fünfte führt sogar Buchungen inzwischen mobil durch. Die Zahlungsbereitschaft für Apps ist jedoch nicht besonders groß.

HEUTE UND MORGEN

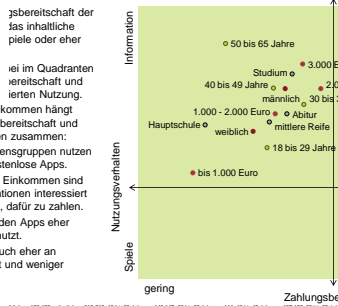
Wie stark stimmen Sie den folgenden Aussagen zu Apps zu?



(Angaben in %, Ranking nach Top2-Box, nur Nutzer von Apps, n=497.503)  
3. Umgang mit Apps  
Finanzmarktrends – Oktober 2010

gewinnt der Informationsaspekt an Zahlungsbereitschaft hängt deutlich positiv mit dem.

HEUTE UND MORGEN



weil im Quadranten der Zahlungsbereitschaft und dem Informationsverhalten zusammen:

- Das persönliche Nettoeinkommen hängt deutlich mit der Zahlungsbereitschaft und dem Informationsverhalten zusammen:
  - Geringere Einkommensgruppen nutzen mehr Spiele und kostenlose Apps.
  - Personen mit hohen Einkommen sind viel mehr an Informationen interessiert und sind auch bereit, dafür zu zahlen.
- Mit steigendem Alter werden Apps eher informationsorientiert genutzt.
- Studierende sind auch eher an Informationen interessiert und weniger preissensibel.

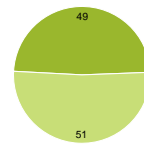
(Angaben in %, Darstellung bei jedem zweiten Befragten, gesamt n=420, App-Nutzer n=208, App-Interessierten n=212, weiblich n=188, männlich n=232 bis 39 Jahre n=116, 40 bis 49 Jahre n=124, 50 bis 65 Jahre n=99)  
4. Anforderungen an FDL-Apps  
Finanzmarktrends – Oktober 2010

Bei Versicherungs-Apps gibt es keine klare Präferenz für eine übergreifende oder mehrere Einzel-Apps. Dies könnte an einem breiteren Spektrum an möglichen Funktionen liegen.

HEUTE UND MORGEN

Was würden Sie bevorzugen, wenn Ihre Versicherung Ihnen Apps anbietet?

einzelne, themen- oder zweckbezogene Apps, aus denen ich mir die passendste(n) App(s) aussuche; auch wenn ich dann eventuell mehrere Apps von meiner Versicherung auf dem Handy habe



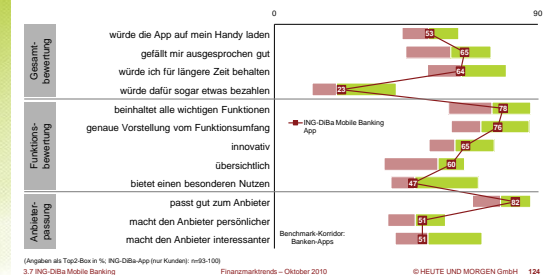
(Angaben in %, Darstellung bei jedem zweiten Befragten, gesamt n=420, App-Nutzer n=208, App-Interessierten n=212, weiblich n=188, männlich n=232 bis 39 Jahre n=116, 40 bis 49 Jahre n=124, 50 bis 65 Jahre n=99)  
4. Anforderungen an FDL-Apps  
Finanzmarktrends – Oktober 2010

Kategorie	gesamt	App-Nutzer
App-Nutzer	49	51
App-Interessierte	45	55
weiblich	52	
männlich	44	
18 bis 29 Jahre	44	
30 bis 39 Jahre	49	
40 bis 49 Jahre	47	
50 bis 65 Jahre	50	
gesamt	49	51

Die App der ING-DiBa erreicht auf den meisten Dimensionen ein überdurchschnittliches Ergebnis. Sie vereint Funktionsumfang mit Übersichtlichkeit.

HEUTE UND MORGEN

Detailbewertung der ING-DiBa Mobile Banking App



(Angaben als Top2-Box in %, ING-DiBa-App (Ihr Kunde): n=93-100)  
3.7 ING-DiBa Mobile Banking  
Finanzmarktrends – Oktober 2010  
© HEUTE UND MORGEN GmbH 124

# Bestell-Fax für die Studie an: 0221 995005 29

„Apps auf dem Vormarsch - Was erfolgreiche Finanz-Applikationen auszeichnet“  
z. Hd. Frau Dr. Michaela Brocke

## ► Bestellung

Hiermit bestellen wir verbindlich die Studie „Apps auf dem Vormarsch – Was erfolgreiche Finanz-Applikationen auszeichnet“:

- Zum Listenpreis: 950 € zzgl. MwSt.
- Wir wünschen zusätzlich eine Präsentation der zentralen Ergebnisse in unserem Hause: 1.500 € zzgl. MwSt. und Reisekosten (nur bei Studienbezug)
- Bitte kontaktieren Sie mich, da ich an folgender Option interessiert bin:
  - Modul ‚Onlinebefragung von Testern‘
  - Modul ‚Qualitativer Nutzer-Test‘

## ► Empfänger und Rechnungsadresse

Name, Vorname: \_\_\_\_\_

Firma, Abteilung: \_\_\_\_\_

Straße: \_\_\_\_\_

PLZ, Ort: \_\_\_\_\_

Telefon: \_\_\_\_\_

E-Mail-Adresse  
zur Versendung: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
Ort, Datum, Unterschrift

# Optionales Angebot: Onlinebefragung von Testern

- ▶ **Weitere Marktforschungsangebote von HEUTE UND MORGEN zur Optimierung von Finanzdienstleistungs-Apps:**
- ▶ Auf Wunsch rekrutieren wir für Sie über ein Online-Panel Tester für Ihre Apps (auf Wunsch auch Kunden), die Ihre Applikation (sofern diese bereits auf dem Markt ist) downloaden und mehrere Tage testen.
- ▶ Vor und nach dem Test werden die Befragten mittels eines standardisierten Online-Fragebogens (Dauer ca. 10 bis 15 Minuten) befragt und so Optimierungspotenziale abgeleitet.
- ▶ Durch die standardisierte Befragung erhalten Sie umfassende Informationen über die Anforderungen der Nutzer und können die Ergebnisse mit anderen FDL-Apps benchmarken.
- ▶ Wir stellen Ihnen die Ergebnisse in einem PPT-Bericht mit aussagekräftigen Grafiken, O-Tönen und Benchmarkings aus dem FDL-Markt inkl. Fazits und Handlungsempfehlungen zur Verfügung (ca. 40-50 PPT-Charts).
- ▶ Bei Interesse erstellen wir Ihnen gerne ein konkretes Angebot (abhängig von der genauen Zielgruppe und Stichprobengröße). Zögern Sie bitte nicht, uns anzusprechen!



# Optionales Angebot: Qualitativer Nutzer-Test

- ▶ **Weitere Marktforschungsangebote von HEUTE UND MORGEN zur Optimierung von Finanzdienstleistungs-Apps:**
- ▶ Auf Wunsch rekrutieren wir für Sie 8 bis 10 User von Apps (auf Wunsch auch Kunden), die Ihre Applikation (sofern diese bereits auf dem Markt ist) downloaden und mehrere Tage testen.
- ▶ Anschließend werden in einer Gruppendiskussion (Dauer ca. 1,5 bis 2 Stunden) die Vor- und Nachteile intensiv diskutiert und Optimierungspotenziale abgeleitet.
- ▶ Liegen Konzeptideen vor, so können diese in der Gruppendiskussion vorgestellt und bewertet werden.
- ▶ An den Gruppendiskussionen kann der Auftraggeber mittels Einwegspiegel beobachtend teilnehmen. Durch die Beobachtung der Diskussionen erhalten Sie einen anschaulichen Überblick über den Meinungs- und Erfahrungshintergrund der Zielgruppe.
- ▶ Wir stellen Ihnen die Ergebnisse in einem PPT-Bericht mit aussagekräftigen Grafiken, O-Tönen inkl. Fazits und Handlungsempfehlungen zur Verfügung (ca. 40-50 PPT-Charts).
- ▶ Bei Interesse erstellen wir Ihnen gerne ein konkretes Angebot (abhängig von der genauen Zielgruppe und dem Durchführungsort). Zögern Sie bitte nicht, uns anzusprechen!



# HEUTE UND MORGEN Finanzmarktrends

## HEUTE UND MORGEN Finanzmarktrends...

- ▶ greifen aktuelle Trends und Entwicklungen auf
- ▶ testen Innovationen und Ideen auf ihre Akzeptanz und Zukunftsfähigkeit für die Finanzdienstleistungsbranche
- ▶ erscheinen ca. dreimal im Jahr
- ▶ können zukünftig kostenpflichtig bezogen werden (PPT-Format), der Preis variiert je nach Umfang der Studie


## Auf Anfrage...

- ▶ können Sie eigene Fragen in den jeweiligen Finanzmarktrend schalten
- ▶ unterbreiten wir Ihnen gerne eine individuelles Angebot zum Test Ihrer eigenen Produkt- und Service-Ideen in einer bevölkerungsrepräsentativen Stichprobe
- ▶ testen wir Ihre Produkt- und Service-Ideen je nach Ziel und Fragestellungen unter Ihren Kunden und Vertriebspartnern

- ▶ Wenn Sie über die Finanzmarktrends von HEUTE UND MORGEN auf dem Laufenden gehalten werden möchten, schicken Sie uns bitte eine E-Mail an [info@heuteundmorgen.de](mailto:info@heuteundmorgen.de) mit dem Betreff „Finanzmarktrends“.

# 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
- ▶ Mitgliedschaft beim 
- ▶ Zertifizierter Datenschutz über externen, TÜV-zertifizierten Datenschutzbeauftragten
- ▶ 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



## Methoden & Forschungsbereiche

- ▶ Quantitative und qualitative Marktforschung
- ▶ Sämtliche Befragungsmethoden
  - ▶ Quantitativ: Online-, CATI-, schriftliche und persönliche Befragungen
  - ▶ Qualitativ: qualitative Interviews (telefonisch und persönlich), Gruppendiskussionen, Kreativ-Workshops
- ▶ Marktforschungslösungen für alle marktrelevanten Fragestellungen:
  - ▶ Beziehungsmanagement (Kunden-, Vertriebspartner- und Mitarbeiterbefragungen)
  - ▶ Marken- und Kommunikationsforschung
  - ▶ Produkt- und Preisforschung (Produkttests, Conjoint-Analysen, Marktpotenzialanalysen)
  - ▶ Markt- und Zielgruppenanalysen

# Die HEUTE UND MORGEN GmbH

## Kontakt

Wenn Sie Fragen zu unserem Leistungsangebot haben, weitere Informationen wünschen oder eine Angebotsanfrage an uns stellen möchten, können Sie gerne telefonisch oder per E-Mail Kontakt mit uns aufnehmen.

HEUTE UND MORGEN GmbH  
Venloer Straße 19  
50672 Köln

Telefon: +49 (0)221 995 005-0  
Telefax: +49 (0)221 995 005-29

E-Mail: [info@heuteundmorgen.de](mailto:info@heuteundmorgen.de)

Internet: [www.heuteundmorgen.de](http://www.heuteundmorgen.de)

## Weitere Informationen

Gerne senden wir Ihnen vertiefende Informationen zu den einzelnen Forschungsbereichen zu oder stellen Ihnen unsere Konzepte in einem persönlichen Termin vor.

