

PSYCHONOMICS STUDIEN 2005

DAS AKTUELLE STUDIENPROGRAMM

VERSICHERUNGEN

HEALTH CARE

ALTERSVORSORGE

E-COMMERCE

BESTE ARBEITGEBER





Die psychonomics AG ist ein international tätiges Marktforschungs- und Beratungsinstitut mit Sitz in Köln und einer Niederlassung in Wien. Wir liefern führenden Unternehmen aus Dienstleistung, Handel und Industrie hochwertige Lösungen für die Anforderungen von Marketing, Vertrieb und Organisation.

Unser interdisziplinäres Analytischen- und Beraterteam aus über 80 Ökonomen, Wirtschaftspsychologen und Sozialwissenschaftlern verfügt über langjährige Erfahrung in der Konzeption, Durchführung und Beratung von Projekten im Bereich Marktforschung, Organisationsforschung und nachfolgender Umsetzungsberatung.

Forschungs- und Beratungsschwerpunkte sind vor allem die Themen Kundenbindung, CRM, Marktsegmentierung, Produktentwicklung, Preisgestaltung, Marken- und Imageforschung, Werbeforschung, Kommunikationsforschung, Qualitätsmanagement, Mitarbeiterbefragung, Personalmarketing und Organisationsentwicklung.

Hohe Zufriedenheit unserer Kunden und zahlreiche Weiterempfehlungen haben die psychonomics AG in den letzten Jahren an die Spitze der wachstumsstärksten Unternehmen der Marktforschungsbranche in Deutschland gebracht.

Die psychonomics AG gibt regelmäßig hochwertige Marktstudien heraus. Die vorliegende Broschüre gibt Ihnen einen Überblick unseres aktuellen Studienprogramms in den Bereichen Versicherungen, Health Care, Altersvorsorge, E-Commerce und Beste Arbeitgeber. Weitere Informationen erhalten Sie unter: www.psychonomics.de und direkt bei den Studienleitern.

Ein Studienbestellformular finden Sie auf der Rückseite der Broschüre. Oder senden Sie Ihre Bestellung per E-Mail an: info@psychonomics.de.



KUNDENMONITOR ASSEKURANZ 2005

STUDIE ÜBER DEN DEUTSCHEN PRIVATVERSICHERUNGSMARKT

Der Kundenmonitor Assekuranz ist die seit 1994 erscheinende repräsentative Studie zum deutschen Privatversicherungsmarkt mit jährlich 10.000 Befragten. In jedem Jahr werden einige Themengebiete - so genannte Highlights - vertiefend untersucht. Hierbei handelt es sich um bedeutende Entwicklungen, die aktuell im Versicherungsmarkt stattfinden oder diesen in Zukunft stark betreffen werden. Die Highlight-Themen sind auch als eigenständige Teilstudien zu beziehen (siehe nächste Seite).

Jährlich fortlaufende Studieninhalte

- psychonomics Versicherungskunden-Typologie
- Kundenmentalität im Längsschnitt
- Nutzung und Akzeptanz verschiedener Vertriebswege
- Wettbewerb: Versicherungsausstattung, Marktanteile nach Verträgen, Kundenbindung, Kundenzufriedenheit, Versicherungswechsel, Cross-Selling

Herausgeber: psychonomics AG

Erscheinungsdatum: November 2005

Umfang: ca. 450 Seiten

Preis: € 13.000 zzgl. 16% MwSt. (inkl. alle Highlight-Themen)

Ansprechpartner: Christoph Müller <christoph.mueller@psychonomics.de>

HIGHLIGHTS KUNDENMONITOR ASSEKURANZ 2005

ALLFINANZ

- Kundenakzeptanz für Beratung und Vertrieb von Bankprodukten durch Versicherungsvermittler
- Wünsche und Erwartungen an Produkte und Service
- Neukundenpotenzial

Erscheinungsdatum: April 2005
Preis: € 2.500 zzgl. 7% MwSt.

KFZ-MARKT

- Marktanalyse
- Preissensibilität, Wechselbereitschaft, Wechselhistorie
- Kompetenz der Kunden

Erscheinungsdatum: Juni 2005
Preis: € 2.500 zzgl. 7% MwSt.

CROSS-SELLING

- Vorteile der Vertragsbündelung aus Kundensicht
- Bestehende Beziehungen zu VU „1. Wahl“ für Neuabschlüsse?
- Versicherungshistorie: Einstiegssparten, Wechselzeitpunkte, Door Opener

Erscheinungsdatum:
September 2005
Preis: € 3.000 zzgl. 7% MwSt.

ALTERSVORSORGE & LEBENSVERSICHERUNG

- Lebensversicherungsmarkt nach der Besteuerung
- Kenntnisse und Abschlussbereitschaft
- Beratungspräferenzen

Erscheinungsdatum:
November 2005
Preis: € 2.500 zzgl. 7% MwSt.

ERFOLGSTREIBER IM KFZ- VERSICHERUNGSMARKT 2005

STELLSCHRAUBEN FÜR WACHSTUM UND COMBINED RATIO
UNTERSUCHUNG VON ÜBER 80% DES KFZ-GESAMTMARKTES

Studieninhalte

Überblick über Kunden und Vertrieb

- Entwicklung der Kundenansprüche
- Genutzte Abschlusskanäle
- Entwicklung der Zufriedenheit, Abschlussbereitschaft und Bekanntheit aus Kundensicht
- Überblick: Gesamt- und Teilzufriedenheiten je Versicherer 2000 - 2004

Erfolgstreiber für Wachstum

- Überblick: Treiber für Wachstum
- Kundensicht
- Vertreter-/Maklersicht

Erfolgstreiber für eine günstige Kosten-Ertragsituation

- Treiber für eine günstige Combined Ratio
- Kundensicht
- Vertreter-/Maklersicht

Herausgeber: COMEMA AG & psychonomics AG

Erscheinungsdatum: Oktober 2005

Umfang: ca. 60 Seiten

Preis: € 490 (Basisreport), € 1.490 (Individualreport) zzgl. 7% MwSt.

Ansprechpartner: Theo Waber <theo.waber@psychonomics.de>

GEWERBEKUNDEN- MONITOR ASSEKURANZ 2005



STUDIE ÜBER DEN DEUTSCHEN
GEWERBEVERSICHERUNGSMARKT

Studieninhalte

- Produktbesitz, Marktanteile
- Produktinteresse, Neuabschlüsse
- Vertriebswegeakzeptanz
- Schadenhäufigkeit, Schadenhöhe
- Kundenzufriedenheit und Kundenbindung nach Gesellschaften
- Versicherungsmentalität der Gewerbekunden, z. B. Kompetenz, Betreuungswunsch, Preissensibilität, präferierte Besuchsfrequenzen
- Allfinanzinteresse
- Highlight „Entscheidungsprozess vor dem Versicherungsabschluss“

Herausgeber: psychonomics AG

Erscheinungsdatum: Oktober 2005

Umfang: ca. 150 Seiten

Preis: € 6.900 zzgl. 7% MwSt.

Ansprechpartner: Christoph Müller <christoph.mueller@psychonomics.de>



KUNDENMONITOR E-ASSEKURANZ 2005

DER VERTRIEBSWEGE-MONITOR

JÄHRLICHES REPRÄSENTATIVES MONITORING DER
VERTRIEBSWEGENUTZUNG UND -AKZEPTANZ IM VERSICHERUNGSMARKT
MIT BESONDERER VERTIEFUNG DES ONLINE-VERTRIEBS

Studieninhalte

- Entwicklung der Vertriebswegeakzeptanz und -nutzung
- Spartenspezifische Vertriebswegennutzung bei Neuabschlüssen
- Interesse an Online-Tarifrechnern, virtuellen Beratern und Bearbeitung der Vertragsdaten im Internet
- Versicherungsmentalität der Online-Nutzer
- Nutzung des Internets für Informationen über Versicherungen
- Entwicklung der Online-Abschlüsse
- Akzeptanz der Umstellung des Schriftverkehrs auf E-Mail-Versand
- Gründe für und gegen den Online-Abschluss

Herausgeber: psychonomics AG

Erscheinungsdatum: Dezember 2005

Umfang: ca. 200 Seiten

Preis: € 2.500 zzgl. 7% MwSt.

Ansprechpartner: Christoph Müller <christoph.mueller@psychonomics.de>

HEALTH CARE MONITORING 2005

MONITORING-STUDIE ZUM DEUTSCHEN GESUNDHEITSMARKT

JÄHRLICH 3.000 REPRÄSENTATIV
BEFRAGTE IN ZWEI WELLEN



Gesundheitsverhalten

Gesundheitsbewusstsein, Vorsorge & Eigenverantwortung, Gesundheitliche Befindlichkeit, Umgang mit Befindlichkeitsstörungen & Erkrankungen, Informationsverhalten (Informationskanäle, Mediennutzung...)

Gesundheitsrelevante Beziehungssysteme

Arzt-Patienten-Verhältnis, (Neue) Rolle des Apothekers, Rolle des privaten Umfelds, Stellenwert der Medien, Spielraum für die Pharmaindustrie

Selbstmedikation & OTC

Motive & Barrieren der Selbstmedikation, Bedeutung von Marke & Preis beim OTC-Kauf, Umgang mit nicht erstattungsfähigen verordnungsfreien Präparaten (OTX), Einkaufsstättennutzung & Ausgabevolumen OTC, Einnahmehäufigkeit nach Indikation & umsatzstärksten Präparaten

Highlight-Themen 2005

Reaktionen auf Gesundheitsreform – Gesundheitskommunikation – OTC im Mass Market

Herausgeber: psychonomics AG & Acxiom

Erscheinungsdatum: Juli und November 2005

Umfang: ca. 400 Seiten

Preis: € 4.900 (Jahresreport), € 2.900 (Halbjahresreport) zzgl. 7% MwSt.

Ansprechpartnerin: Anja Schweitzer <anja.schweitzer@psychonomics.de>

MAKLER- ABSATZBAROMETER



BUNDESWEITE BEFRAGUNG ZU ABSATZTRENDS IM VERSICHERUNGSMARKT AUS MAKLERSICHT

Studieninhalte

- Vierteljährliche Erhebung von Absatzbeurteilungen und -erwartungen aus Sicht von Finanz- und Versicherungsmaklern sowie Mehrfachagenten
- Darstellung der Entwicklung im Privat- und Firmenkundengeschäft in Zeitreihen
- Differenzierung nach Sparten und einzelnen Produkten
- Aktuelle Vertiefungsbausteine in jeder Befragungswelle (z. B. „Makler-Mediennutzung“, „Makler-Extranet“ etc.)
- Schaltung exklusiver Zusatzfragen möglich

Herausgeber: psychonomics AG

Erscheinungsdatum: Januar, April, Juli und Oktober 2005

Umfang: je ca. 60 Seiten

Preis: € 1.900 (Quartalsreport), € 6.900 (Jahresabo) zzgl. 7% MwSt.

Ansprechpartner: Thomas Donath <thomas.donath@psychonomics.de>

ERFOLGSFAKTOREN IM AUSSCHLISSLICHKEITS- VERTRIEB 2005



ZUFRIEDENHEIT, MOTIVATION UND BINDUNG IM ASSEKURANZ-AUSSCHLISSLICHKEITSVERTRIEB

Studieninhalte

- Befragung von 1.500 Vertretern der 30 größten Versicherer
- Wie zufrieden sind Ausschließlichkeitsvertreter mit ihrer Gesellschaft und wie stark sind sie gebunden?
- Wo liegen – im Vergleich zur Konkurrenz – die Stärken und Schwächen einzelner Versicherer?
- Welche Versicherer können – pro Leistungsart – ihre Vertreter besonders überzeugen?
- Welches sind die wichtigsten Faktoren, um die Bindung, Überzeugung und Motivation der Vertreter zu fördern?
- Lassen sich nach der Form ihrer Marktbearbeitung bestimmte „Typen“ von Vertretern erkennen, und wie verteilen sich diese über die verschiedenen Versicherer?
- Highlight-Themen 2005: Incentivierung, IT-Unterstützung und Cross-Selling

Herausgeber: COMEMA AG & psychonomics AG

Mitherausgeber: IBM Business Consulting Services

Erscheinungsdatum: Dezember 2005

Umfang: ca. 190 Seiten

Preis: € 1.990 zzgl. 7% MwSt.

Ansprechpartner: Dr. Oliver Gaedecke <oliver.gaedecke@psychonomics.de>



VERSICHERER AUS PROFISICHT – DAS CHARTA-QUALITÄTS BAROMETER 2005

BEFRAGUNG VON VERSICHERUNGSMAKLERN
ZUR LEISTUNGS- UND SERVICEQUALITÄT DER VERSICHERER

Studieninhalte

- Beurteilung von Versicherern: Image/Ruf, Gesamteindruck, Courtageabwicklung, Extranet/Maklerportale, Maklerbetreuung, Policierung und Bestandsbearbeitung, Produkte und Prämien, Schadenregulierung/Leistungsabwicklung, Softwareangebote, telefonische Erreichbarkeit
- Auswertung nach den Sparten Schaden, Leben, Kranken und Rechtsschutz
- Im Fokus: Produkte und Prämien
- Goodwill-Index für Empfehlungs- und Abratungsbereitschaft
- Analyse zur Makler-Typologie

Herausgeber: CHARTA Börse für Versicherungen AG & psychonomics AG

Erscheinungsdatum: August 2005

Umfang: ca. 280 Seiten

Preis: € 1.920 zzgl. 7% MwSt.

Ansprechpartner: Daniel Roeder <daniel.roeder@psychonomics.de>

BAV-REPORT 2005



BRANCHENÜBERGREIFENDE BEFRAGUNGEN VON ARBEITNEHMERN, VERMITTLERN UND UNTERNEHMEN ZUM THEMA BAV

Arbeitnehmerbefragung

- Interesse und Bereitschaft zur betrieblichen Altersversorgung (bAV)
- Abgeschlossene Verträge
- Kriterien der bAV-Auswahl

Maklerbefragung

- Geschäftsentwicklung bei bAV und hinsichtlich der einzelnen Durchführungswege

Unternehmensbefragung

- bAV-Angebot und Interesse der Mitarbeiter
- Erfahrung mit der neuen bAV, positive und negative Entwicklung

Herausgeber: psychonomics AG

Erscheinungsdatum: November 2005

Umfang: ca. 120 Seiten

Preis: € 2.800 zzgl. 7% MwSt.

Ansprechpartner: Christoph Müller <christoph.mueller@psychonomics.de>



„GUTEN MORGEN ZUSAMMEN!“

E-MAIL-KOMMUNIKATION VON
HANDEL UND DIENSTLEISTUNG
AUF DEM PRÜFSTAND

MYSTERY-MAILING-STUDIE ZUR BEURTEILUNG DER QUALITÄT DES
E-MAIL-SERVICES VON 100 NAMHAFTEN UNTERNEHMEN

Studieninhalte

- Bewertung der E-Mail-Kommunikation von 100 Handels- und Dienstleistungsunternehmen
- 10 verschiedene Einzelbranchen: Banken und Sparkassen, Versicherungen, Krankenversicherungen/-kassen, Telekommunikation, Versandapotheken, Consumer Electronics, Drogerien/Parfümerien, Computer/Hardware, Möbel und Textil
- Untersucht werden verschiedene Serviceaspekte der E-Mail-Kommunikation wie Reaktionszeit, Informationsumfang, Freundlichkeit, weitere Kontaktmöglichkeit etc.

Herausgeber: psychonomics AG

Erscheinungsdatum: November 2004

Umfang: ca. 60 Seiten

Preis: € 295 zzgl. 7% MwSt.

Ansprechpartner: Holger Geißler <holger.geissler@psychonomics.de>

DEUTSCHLANDS BESTE ARBEITGEBER

DAS AKTUELLE BUCH
ZUM GREAT PLACE TO WORK® WETTBEWERB
„DEUTSCHLANDS BESTE ARBEITGEBER“



Studie zur Arbeitsplatzkultur auf Basis der Befragung von Mitarbeitern und Personalverantwortlichen. Darstellung des jährlichen Great Place To Work® Wettbewerbs. Portraitierung der 50 besten Arbeitgeber Deutschlands 2005. Karrieretips.

Dimensionen der Bewertung

- Glaubwürdigkeit des Managements
- Respekt gegenüber den Mitarbeitern
- Fairness im Unternehmen
- Identifikation der Mitarbeiter
- Teamorientierung im Unternehmen

Herausgeber: Great Place To Work® Institute Deutschland / psychonomics AG

Autoren: Frank Hauser & Tobias Schmidtner

Verlag: FinanzBuch Verlag

Erscheinungsdatum: Juli 2005

Umfang: 351 Seiten

Preis: € 22

Ansprechpartner: Tobias Schmidtner <tobias.schmidtner@psychonomics.de>



Gebühr
bezahlt
Empfänger

Unternehmen _____

Ansprechpartner _____

Straße / Nr. _____

PLZ / Ort _____

Tel. _____

E-Mail _____

Ort / Datum _____

Unterschrift _____

Antwort

psychonomics AG
Berrenrather Str. 154-156
50937 Köln

STUDIENBESTELLUNG

Hiermit bestelle(n) ich (wir) verbindlich folgende Studien:

Menge	Studientitel	Preis
	Kundenmonitor Assekuranz 2005 (inkl. Highlights)	€ 13.000
	• Allfinanz	€ 2.500
	• Kfz-Markt	€ 2.500
	• Cross-Selling	€ 3.000
	• Altersvorsorge & Lebensversicherung	€ 2.500
	Erfolgstreiber im Kfz-Versicherungsmarkt 2005	
	• Basisreport	€ 490
	• Individualreport	€ 1.490
	Gewerbekundenmonitor Assekuranz 2005	€ 6.900
	Kundenmonitor e-Assekuranz 2005	€ 2.500
	Health Care Monitoring 2005	
	• Jahresreport (inkl. Halbjahresreport)	€ 4.900
	• Halbjahresreport	€ 2.900
	Makler-Absatzbarometer	
	• Jahresabo	€ 6.900
	• als psychonomics-Kunde	€ 5.900
	• Quartalsreport	€ 1.900
	Erfolgsfaktoren im Ausschließlichkeitsvertrieb 2005	€ 1.990
	Versicherer aus Profisicht – CHARTA-Qualitätsbarometer 2005	€ 1.920
	bAV-Report 2005	€ 2.800
	E-Mail-Kommunikation von Unternehmen auf dem Prüfstand	€ 295
	Deutschlands Beste Arbeitgeber (Buch-Edition 2005)	€ 22

Preise zzgl. MwSt.