

Kantar Soft Facts Mobile

Hintergrund und Zielsetzung

In Deutschland verlagert sich die Internetnutzung zunehmend auf mobile Geräte, **digitale Anwendungen** wie Mobile-Payment **gewinnen immer mehr an Beliebtheit**.

Besonders ausgeprägt ist die **Mobile Device-Nutzung bei der jungen Zielgruppe**, die innovationsbereit und deutlich offener für eine Ansprache via Handy oder Tablet ist.

Die Studie „Soft Facts Mobile“ gibt einen spannenden Einblick, inwieweit der **Einsatz digitaler Technologien** und **eine neue, digitale Art der Interaktion mit der Bank** aus dem Blickwinkel unterschiedlicher Ziel- und Altersgruppen bewertet wird.

KANTAR

Soft Facts
Mobile

2. Welle 2024



Inhalte

- Präferenz für **Mobile Device von zuhause**
- Bedenkenlose **Finanzabwicklung via Mobile Device** von **unterwegs**
- **Mobil-optimierte Website** als Muss für Finanzdienstleister
- Bevorzugte Nutzung von **Finanzservices via App**
- **Erwartung mobiler Verfügbarkeit** von **Online-Anwendungen**
- Attraktivität intelligenter **Haussteuerung per mobiler Endgeräte (Smart Home)**
- **Abschluss** von Girokonto, Kredit **via App**
- Attraktivität von **Mobile Payment**

Warum Kantar

- Fast **50 Jahre Erfahrung** in der Finanzmarktforschung
- Anbieter der **Finanzmarkt-Datenservice (FMDS)**-Mehrbezieherstudie, gilt als „Standard“ in der Finanzbranche („Statist. Handbuch“; 28.800 Interviews p.a.)
- Hochrechenbare und **repräsentative** Ergebnisse
- Sehr hohe **Datenqualität** durch persönlich-mündliche Befragung

Studiensteckbrief



Grundgesamtheit

Deutschsprachige Onliner ab 14 Jahren;
n= 2.400 Befragte



Erhebungsmethode

Computergestützte Befragung (CAWI) im Rahmen einer bevölkerungsrepräsentativen Studie (FMDS)



Erhebungszeitraum

Februar 2024



Ergebnisse

ca. 15-seitiger Ergebnisreport (.pptx)



Kosten

Auf Anfrage

Haben wir Ihr Interesse geweckt?

Dann freuen wir uns auf Ihre Kontaktaufnahme unter

<https://www.kantar.com/de/contact/insights-de-industry-finance>