

Häufig gestellte Fragen (FAQ)

Themengebiete

- 1 **Konzept und Vorteile**
- 2 **Anwendungsfelder und -beispiele**
- 3 **Fragenumfang und -typen**
- 4 **Erhebungsmethodik**
- 5 **Timing und Projektplanung**
- 6 **Ergebnislieferung**
- 7 **Preise und Abrechnung**

1 Konzept und Vorteile

1.1 Was sind SMF FiveFacts?

SMF FiveFacts sind präzise Antworten auf bis zu fünf Fragen, die wir für Sie in unseren regelmäßigen Mehrthemenbefragungen (Omnibusbefragungen) institutioneller Investoren platzieren. Sie erhalten übersichtlich aufbereitete Ergebnisse mit exklusivem Nutzungsrecht für den internen und externen Gebrauch.

1.2 Was ist eine Mehrthemenbefragung?

Bei einer Mehrthemenbefragung (Omnibusbefragung) werden einzelne Fragen bzw. kurze Fragebögen mehrerer Auftraggeber von uns zu einer Umfrage gebündelt. Für Sie bietet sich damit eine zeit- und kosteneffiziente Methode, eigene Fragen exklusiv zu erheben.

1.3 Welche Vorteile bieten SMF FiveFacts?

Institutionelle Investoren sind eine anspruchsvolle Zielgruppe, auf die sich SMF Schleus Marktforschung als Institut für Finanzmarktforschung seit mehr als zehn Jahren spezialisiert hat. Mit SMF FiveFacts gewinnen Sie belastbare Meinungen, Fakten und Trends aus der Welt der institutionellen Anleger – schnell, zuverlässig und kosteneffizient. Der SMF InvestorenPool bietet Zugang zu weltweit mehr als 5.800 institutionellen Experten und Entscheidern von Versicherern, Banken, Pensionskassen, Corporates, Stiftungen und Kirchen. Sie profitieren u. a. von umfangreichen Selektions- und Auswertungsmöglichkeiten, schnellen, übersichtlichen Ergebnissen sowie Exklusivrechten zur Ergebnisnutzung.

2 Anwendungsfelder und -beispiele

2.1 Wofür können SMF FiveFacts genutzt werden?

SMF FiveFacts sind die ideale Lösung, wenn Sie belastbare Informationen, Bewertungen und Meinungen von institutionellen Experten und Entscheidern benötigen – sei es für Analysen zu Markt- und Investmenttrends, zur Entwicklung neuer Produkte, zur Optimierung von Marketing und Vertrieb oder als Basis für Ihre PR-/Pressearbeit im Sinne eines Thought Leadership-Ansatzes, um sich als Kompetenzträger und Partner institutioneller Investoren öffentlichkeitswirksam zu positionieren.

2.2 Was können mögliche Themen und Fragen sein?

Grundsätzlich können alle Fragestellungen berücksichtigt werden, die Ihrem Erkenntnisinteresse entsprechen und von institutionellen Investoren beantwortet werden können. Neben Ihrem Fragentext können auf Wunsch auch Grafiken oder Videos in die Befragung eingebunden werden. Gerne beraten Sie unsere Experten bei der Auswahl und Formulierung der passenden Fragen.

2.3 Was sind typische Themenfelder und Fragen?

Typische Themenfelder und Fragen sind zum Beispiel:

- Einschätzungen zu Markt-/Investmentthemen
- Fragen zur aktuellen/künftigen Asset Allocation
- Testen des Erfolgs von Werbemaßnahmen
- Beurteilung von Produkt- und Leistungsmerkmalen
- Analyse von Preisbereitschaften und -modellen
- Identifizierung von Informations-/Vertriebskanälen
- Analyse von Informations-/Beratungsbedarfen

Häufig gestellte Fragen (FAQ)

3 Fragenumfang und -typen

3.1 Wie viele Fragen können gestellt werden?

Sie können bis zu fünf Fragen in unseren regelmäßigen Mehrthemenbefragungen platzieren. Möglich ist die Einbindung von offenen, geschlossenen und sog. Matrix-Fragen. Der Anteil der jeweiligen Fragetypen ist von Ihnen frei wählbar. Im besonders günstigen FiveFacts-Paketpreis sind eine offene sowie zwei geschlossene und zwei Matrix-Fragen enthalten.

3.2 Warum können nur max. fünf Fragen gestellt werden?

Institutionelle Investoren sind eine anspruchsvolle Zielgruppe, deren Bereitschaft zur Teilnahme an den Befragungen wir nicht überstrapazieren möchten. Der Gesamtumfang soll kompakt bleiben, um die Fragen in einer vertretbaren Zeit beantworten zu können. Für größere Befragungsumfänge eignen sich eigenständig konzipierte Studien, zu denen wir Sie gerne beraten.

3.3 Was sind offene Fragen?

Bei offenen Fragen werden keinerlei Antwortkategorien vorgegeben. Die Befragten können frei antworten. Dieser Fragentyp eignet sich besonders zur Gewinnung unterschiedlicher Einstellungen, Meinungen/Bewertungen und Vorschläge bzw. bei explorativen Fragestellungen, bei denen nicht bekannt ist, welche Antwortmöglichkeiten es gibt. Offene Frage sind zudem ein gutes Mittel, um Statements zu gewinnen, die als Originaltöne z. B. für die PR-/Pressearbeit genutzt werden können. Des Weiteren können über offene Fragen spontane Assoziationen mit einem bestimmten Thema/Begriff abgefragt werden. Zur Auswertung werden die Antworten auf Basis eines zu entwickelnden Kategoriensystems kodiert, einzelnen Kategorien zugeordnet und ausgezählt. Aufgrund des höheren Auswertungsaufwands sind offene Fragen teurer als geschlossene oder Matrix-Fragen.

Beispiele:

- Was fällt Ihnen spontan ein, wenn Sie an XY denken?
- Was ist der größte Vorteil bei einem XY-Investment?
- Was schlagen Sie zur Lösung von Problem XY vor?

3.4 Was sind geschlossene Fragen?

Bei geschlossenen Fragen werden verschiedene Antwortkategorien bereits vorgegeben. Zu unterscheiden sind u. a. dichotome Fragen mit zwei Antwortmöglichkeiten (z. B. ja/nein) und Fragen, bei denen die Befragten über mehrstufige Likert-Skalen ihre Zustimmung zum Ausdruck bringen können.

Beispiele:

- Würden Sie sich erneut für Produkt XY entscheiden?
 ja nein (dichotome Frage mit zwei Optionen)
- Wie attraktiv ist für Sie ein Investment in XY?
 Bitte bewerten Sie auf eine Skala von 1: ... bis 5: ...!
 1 2 3 4 5
 (Ungerade Likert-Skala mit neutraler Antwortoption)
- Wie wichtig ist der Track Record bei der Auswahl Ihres Asset Managers?
 Bitte bewerten Sie auf eine Skala von 1: ... bis 6: ...!
 1 2 3 4 5 6
 (Gerade Likert-Skala mit dem Zwang, sich für die eine oder andere „Richtung“ zu entscheiden)

3.5 Was sind Matrix-Fragen?

Bei Matrix-Fragen werden den Befragten mehrere Zeilenelemente (z. B. Produktmerkmale, Investmentvorteile, Statements zu Marktentwicklungen) vorgelegt, die stets mit denselben Spaltenoptionen zu bewerten sind (z. B. Zustimmung über eine mehrstufige Likert-Skala). Dieser Typ ist besonders geeignet, wenn – bei gleicher Fragestellung – mehrere Aussagen, Kriterien o. ä. zu einem Thema nach demselben Muster bewertet werden sollen.

Beispiel:

- Wie wichtig sind Ihnen die folgenden Kriterien bei der Auswahl Ihres Asset Managers?
- | Kriterien | - ← Wichtigkeit → + | | | | |
|----------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Größe des Asset Managers | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Reporting-Kompetenz | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Kundenverständnis | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Preis-Leistungs-Verhältnis | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Track Record | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Pro Matrixfrage sind standardmäßig bis zu 6 Zeilen/Items möglich (zusätzliche Zeilen gegen Aufpreis).

Häufig gestellte Fragen (FAQ)

4 Erhebungsmethodik

4.1 Wie werden die Befragungen durchgeführt?

Die Befragten werden online befragt. Diese Methode bietet – neben dem Kostenvorteil – die Möglichkeit, bei Bedarf auch Grafiken und Videos in die Erhebung einzubinden und auch komplexere Fragen zu stellen. Zur Sicherstellung der jeweiligen Stichprobengrößen sind ergänzend auch telefonische Befragungen möglich.

4.2 Wie wird die Stichprobe gezogen?

Zunächst besprechen wir mit Ihnen, von wem Ihre exklusiven Fragen beantwortet werden sollen, z. B. von allen institutionellen Investoren in Deutschland oder nur von Teilgruppen, z. B. Versicherern in UK oder Pensionskassen in den Niederlanden. Auf Basis Ihrer Selektion ziehen wir eine Zufallsstichprobe aus dem SMF InvestorenPool.

4.3 Was ist der SMF InvestorenPool?

Der SMF InvestorenPool ist eine Datenbank bzw. ein Panel zur Befragung institutioneller Investoren und bietet Zugang zu weltweit mehr als 5.800 Experten und Entscheidern von Versicherern, Kreditinstituten/Banken, Pensionskassen, Kapitalverwaltungsgesellschaften, Corporates, Family Offices, Stiftungen und Kirchen. Detaildaten – z. B. zur Höhe der verwalteten Assets oder zur Funktion und Expertise der Befragten – erlauben die Befragung speziell selektierbarer Zielgruppen, die sonst nur schwer und kostenintensiv erreichbar sind.

4.4 Wie groß ist das Sample?

Die Größe der Stichprobe richtet sich nach Ihren Selektionskriterien. Bei einer Befragung aller institutionellen Investoren in Deutschland hat das Sample eine Größe von 250. Die Mindestgröße für das Sample bei Teilbelegungen, z. B. nur Family Offices in Deutschland oder nur Versicherer in den Nordics, beträgt 30. Gemäß Ihrer Kriterien zählen wir die über den SMF InvestorenPool erreichbaren Experten und Entscheider aus und ermitteln die jeweilige Samplegröße.

4.5 Wie werden die Samplegrößen sichergestellt?

Als auf Finanzmarktforschung spezialisiertes Institut verfügen wir über langjährige Erfahrungen mit Befragungen institutioneller Investoren und den zu erwartenden Responsequoten bei einzelnen Anlegergruppen. Um diese zu erreichen, setzen wir auf eine Reihe unterschiedlicher Maßnahmen, z. B.:

- Kontinuierliche Pflege/Aktualisierung der qualifizierten Kontaktdaten im SMF InvestorenPool,
- Steuerung bzw. Begrenzung der Befragungshäufigkeit von Experten/Entscheidern des SMF InvestorenPools,
- Beratung zur Auswahl/Optimierung der Fragen unter Berücksichtigung des Backgrounds des Befragten,
- Einsatz von Incentives, d. h. monetären oder nicht-monetären Anreizen zu Teilnahme an der Befragung.

4.6 Bleiben die Auftraggeber bei der Erhebung anonym?

Ja, die Auftraggeber bleiben i. d. R. anonym – sowohl untereinander als auch ggü. den Befragten. Ausnahmen gibt es nur, wenn Sie eine Nennung explizit wünschen und/oder im Kontext Ihrer exklusiven Fragen eine Nennung sinnvoll oder notwendig erscheint, z. B. wenn Sie Informationen zu Ihrem Unternehmensimage gewinnen möchten oder Merkmale/Leistungen eines bekannten Produktes Ihres Hauses bewertet werden sollen.

4.7 Bleiben die Befragten bei der Erhebung anonym?

Ja, die Befragten bleiben für die Auftraggeber anonym, d. h. es werden keine personenbezogenen Daten, wie Name, Unternehmen etc., an die Auftraggeber weitergeleitet. Dies betrifft nicht nur die Zuordnung einzelner Antworten zu den Befragten, sondern auch Informationen über deren Teilnahme. Hier folgen wir konsequent den standes- und datenschutzrechtlichen Vorgaben zur Speicherung und Übermittlung personenbezogener Daten. Als Mitglied im Berufsverband Deutscher Markt- und Sozialforscher (BVM) e. V. sind wir den geltenden Datenschutzbestimmungen und Qualitätsstandards in besonderer Weise verpflichtet. Die Einhaltung dieser Vorgaben ist zudem Grundlage für das Vertrauen und die Teilnahmebereitschaft der Befragten.

Häufig gestellte Fragen (FAQ)

5 Timing und Projektplanung

5.1 Wann starten die Mehrthemenbefragungen?

Startdatum ist jeweils der fünfte Werktag im Monat.
Nach Absprache sind zusätzliche Termine möglich.

5.2 Bis wann müssen die Fragen spätestens vorliegen?

Redaktionsschluss ist drei Werktage vor dem Beginn der Erhebung (Startdatum). SMF Schleus Marktforchung behält sich jedoch vor, den Redaktionsschluss und das Startdatum vorzulegen, wenn die maximale Anzahl von Fragen für die Erhebungswelle erreicht wurde.

5.3 Wie lange dauert die Feldzeit?

Der Zeitraum, in dem die Befragten Gelegenheit haben zu antworten, beträgt max. sieben Tage ab Startdatum.

5.4 Wann werden die Ergebnisse geliefert?

Spätestens sieben Tage nach Abschluss der Erhebung/ Feldzeit erhalten Sie alle Ergebnisse zu Ihren Fragen übersichtlich aufbereitet – graphisch und tabellarisch.

6 Ergebnislieferung

6.1 Wie ist der Lieferumfang?

Sie erhalten die Auswertungen zu Ihren exklusiven Fragen sowohl als Tabellenband (Excel-Datei) als auch graphisch aufbereitet im FinanzmarktMonitor®-Layout (PDF-Datei). Optional erstellen wir den Ergebnisbericht auch in Ihrem Corporate Design. Weiterhin erhalten Sie die Exklusivrechte zur Nutzung Ihrer Ergebnisse.

6.2 Wie werden die Ergebnisse geliefert?

Die Ergebnisse erhalten Sie im o. g. Umfang per E-Mail. Optional senden wir Ihnen die Ergebnisse auch als gedruckten/gebundenen Bericht per Post.

6.3 In welcher Sprache werden die Ergebnisse geliefert?

Das Ergebnis-Reporting erfolgt standardmäßig auf Deutsch oder Englisch. Dies bezieht sich auch auf Originaltöne/Antworten der Befragten zu offenen Fragen.

7 Preise und Abrechnung

7.1 Was kostet SMF FiveFacts?

Die Preise sind transparent differenziert nach Fragentyp (offene, geschlossene, Matrix-Frage), geographischer Reichweite (deutschlandweit, europaweit, global) und Stichprobengröße (Voll- oder Teilbelegung). Detaillierte Informationen liefert eine separate Preisübersicht.

7.2 Gibt es Rabatt bei Buchung mehrerer Erhebungswellen?

Bei Buchung von zwei Befragungswellen im Voraus mit mind. drei Fragen pro Befragungswelle erhalten Sie einen Rabatt von 10 Prozent pro Befragungswelle. Bei Buchung von mehr als zwei Befragungswellen im Voraus mit mind. drei Fragen pro Befragungswelle erhalten Sie einen Rabatt von 20 Prozent pro Befragungswelle.

7.3 Wie erfolgt die Abrechnung?

Mit Buchung Ihrer Fragen zum Redaktionsschluss wird eine Anzahlung in Höhe von 50 Prozent des jeweiligen Projektvolumens fällig. Nach Lieferung der Ergebnisse wird die zweite Rate in Höhe von 50 Prozent fällig. Der Ausgleich der Rechnungen erfolgt ohne Abzug innerhalb von zehn Tagen. Für den Fall des Zahlungsverzugs bei der ersten Rate behält sich SMF Schleus Marktforchung vor, die Ergebnisse erst nach Ausgleich des offenen Betrages auszuliefern.

Sie haben weitere Fragen? Gerne sind wir für Sie da:

Tel.: +49 (0) 511 / 534 2000-0

Mail: fivefacts@schleus-mafo.de