

STUDIENINFORMATION: TRENDMONITOR KUNDENBINDUNG 2020

Wie lassen sich Kunden
in Corona-Zeiten binden?

eine Trendstudie von
NORDLIGHT research

3 Forschungs-
berichte aus den
Bereichen:

Versicherung



Telekom-
munikation



Energie



MOVING
CONSUMER
MARKETS

Trendmonitor Deutschland – Kundenbindung in Krisenzeiten ▶ Ihr Nutzen

› Der Trendmonitor Deutschland – Kundenbindung in Krisenzeiten bietet Antworten auf die folgenden Fragen:

Gefährdete Verträge

- › In welchen Bereichen sind Vertragsänderungen und –kündigungen geplant?
- › Auf welche Gründe lassen sich geplante Änderungen/Kündigungen zurückführen?

Bindungsmaßnahmen

- › Welche Anreize zur Kundenbindung sind für den Kunden am attraktivsten?
- › Gibt es Maßnahmen, die bestimmte Zielgruppen besonders ansprechen?
- › Welche Kombination von Maßnahmen wäre am effektivsten?

Einfluss von Covid-19

- › Wie wird die momentane Situation bewertet (Stichworte Optimismus-Pessimismus, Sparverhalten, finanzielle Ausstattung, Arbeitsplatzsicherheit)?
- › In welchen Lebensbereichen sind Einsparungen geplant? Sind Versicherungsverträge davon betroffen?
- › Wie sieht das Kauf- und Konsumverhalten allgemein aus?

Die Studie zeigt auf...

1 ...wo Kündigungsgefahr droht.

2 ...wie sich Kunden bestmöglich binden lassen.

3 ...welchen Einfluss die Corona-Pandemie hat.

KUNDENBINDUNG IN KRISENZEITEN

Welche Verträge sind gefährdet?

Welche Kundenbindungsmaßnahmen sind attraktiv?

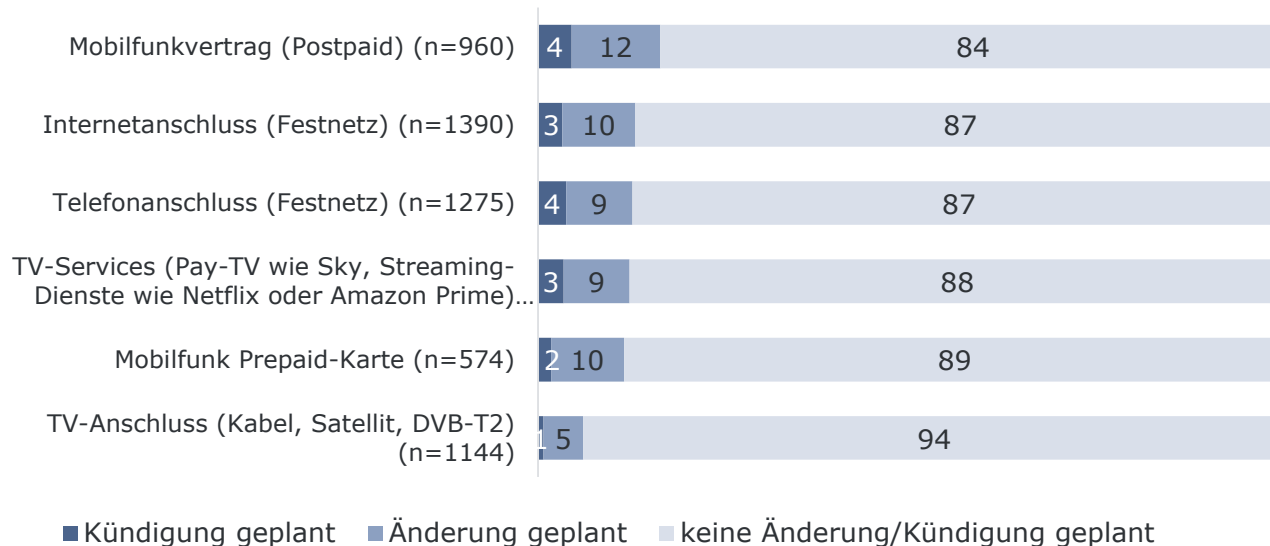
- 1) Management Summary
- 2) Geplante Vertragsänderungen und -kündigungen
- 3) Bindungsmaßnahmen
- 4) Einfluss der Corona-Pandemie
- 5) Anhang

Verzeichnis mit
nachfolgendem
Auszug aus dem
Bericht

Bezüglich des Mobilfunkvertrags (Postpaid) planen 16 Prozent eine Kündigung oder Änderung.

Änderung oder Kündigung geplant?

Sie haben angegeben, dass Sie die unten genannten Produkte bereits besitzen. Planen Sie momentan laufende Verträge zu kündigen oder zu ändern?



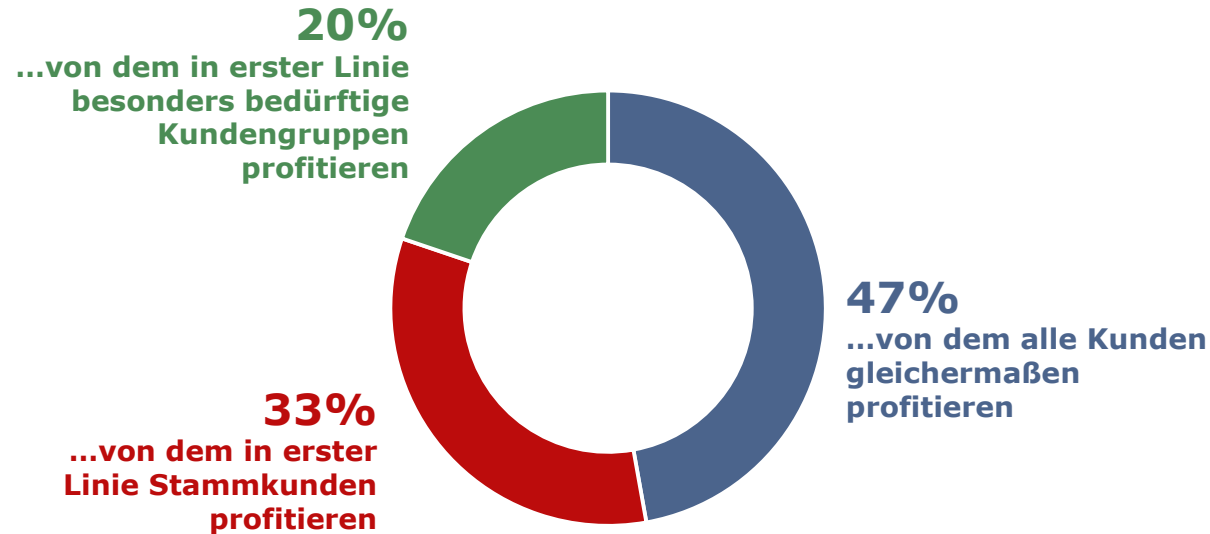
Die wenigsten Änderungen sind beim TV- Anschluss geplant (5 Prozent).

Ergebnisbeispiel
zu TK-Verträgen

Auch wenn Treuevorteile attraktiv sind: Von Kundenvorteilen sollten am besten alle Kunden profitieren.

Kundenvorteile

Ganz allgemein: Welche Art von Kundenvorteilen bevorzugen Sie in Krisenzeiten? Einen Vorteil (z.B. Bonus, Rabatt),... (n=1546)



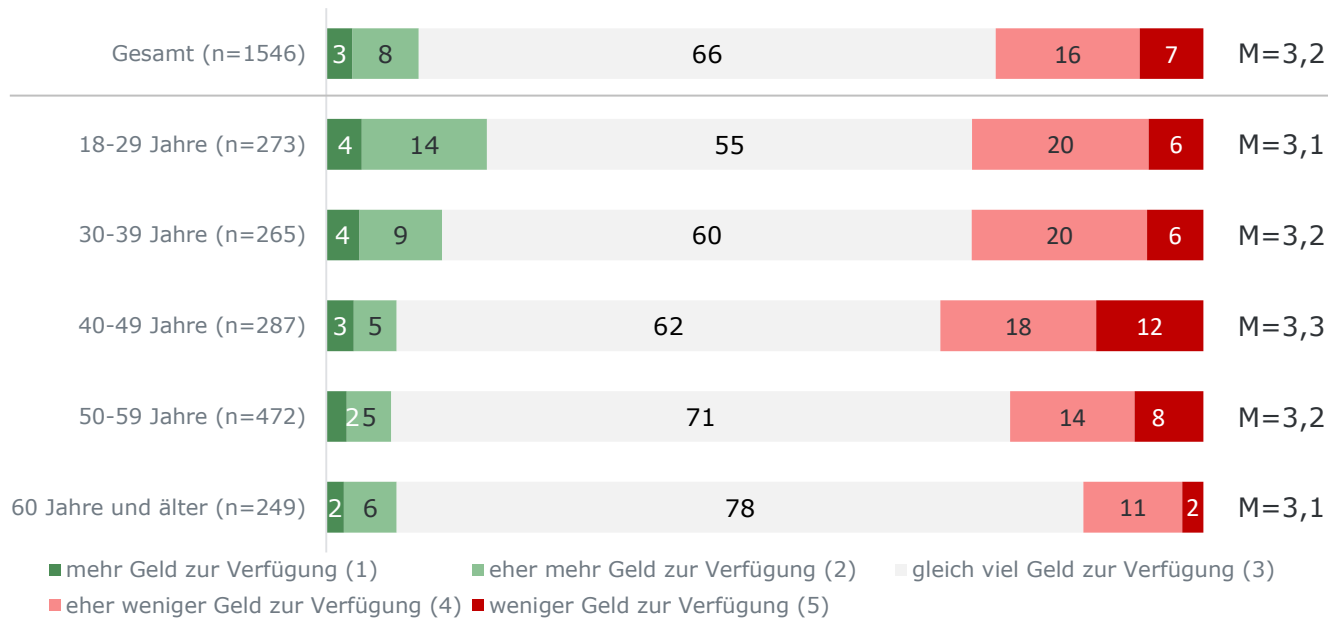
Eine Ausrichtung von Kundenvorteilen an der Bedürftigkeit bestimmter Kundengruppen wird eher abgelehnt.

Ergebnisbeispiel

23% der Konsumenten mussten in der Corona-Zeit finanzielle Abstriche hinnehmen.

Finanzielle Situation

Haben Sie zurzeit mehr oder weniger Geld zur Verfügung als vor der Corona-Pandemie?
(n=1546)



Am stärksten betroffen ist die Gruppe der 40 bis 49-Jährigen. Diese Gruppe hat gleichzeitig den größten Kinderanteil im Haushalt (=finanzielle Verantwortung für andere).

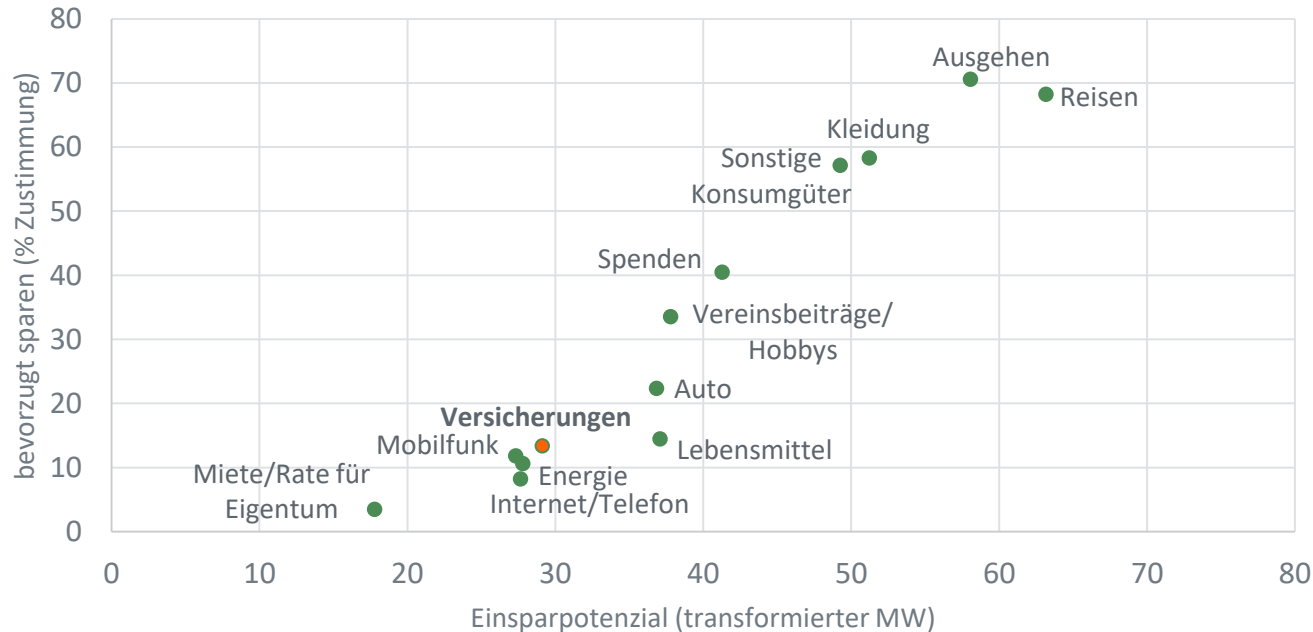
Ergebnisbeispiel

Bei Versicherungen sind die Verbraucher kaum geneigt zu sparen.

Einsparbereitschaft und -potenziale

- 1) Angenommen, Sie wären coronabedingt zu finanziellen Einsparungen gezwungen, in welchen (Lebens-) Bereichen würden Sie bevorzugt sparen?
- 2) Und wieviel könnten Sie in diesen (Lebens-) Bereichen jeweils sparen? (n=1537 bis 1549)

Einsparungen werden bevorzugt in den Bereichen Ausgehen, Reisen, Kleidung und sonstige Konsumgüter vorgenommen.



Ergebnisbeispiel

Falls es hart auf hart kommt, wird eher bei Versicherungen gespart als bei anderen laufenden Verträgen.

Erste Kündigung

Wenn Sie nun noch einmal an laufende Verträge, sei es aus dem Versicherungs- und Bankenbereich, der Telekommunikation oder auch Energie denken: Wo würden Sie als erstes ansetzen, um Kosten zu sparen? Bitte vervollständigen Sie hierzu folgenden Satz!
Wenn es hart auf hart kommt, kündige ich als erstes ... (n=1406)



Aber auch der Mobilfunkvertrag ist eine häufige Nennung.
Zusätzlich werden außerdem Streamingdienste wie Netflix sowie das Fitnessstudio genannt.

Ergebnisbeispiel

Darstellung der häufigsten offenen Nennungen

Bindungsmaßnahmen im Test - Versicherungen

- **Sofortiger Wechsel in günstigeren Tarif möglich** (evtl. mit etwas weniger Leistung)
- **Stundung von Beiträgen** (Dein Vertrag läuft weiter, du zahlst vorübergehend nichts, später dann entsprechend mehr.)
- **Vertragspause** (wenn du keine Leistungen nutzt, musst du vorübergehend nichts bezahlen)
- **Einmalbonus** (Du bekommst einmalig einen Kundenbonus ausbezahlt.)
- **Preisgarantie** (Du bekommst eine Garantie, dass der Preis deines Tarifs in absehbarer Zeit nicht steigen wird.)
- **kurzfristiger Rabatt** (Du zahlst kurzzeitig weniger als bisher oder in einzelnen Monaten evtl. auch gar nichts.)
- **Rabatt bei Tarifkombination** (Du bekommst einen Rabatt, wenn du ein weiteres Produkt beim Anbieter abschließt, d.h. der bisherige Tarif wird dadurch günstiger.)
- **Treuevorteil** (Dein Tarif wird mit Laufzeit immer etwas günstiger.)
- **Familien- und Freunderabatt** (Du bekommst dauerhaft einen Rabatt, wenn Familienmitglieder oder Freunde von dir beim Anbieter einen Vertrag abschließen, d.h. der bisherige Tarif wird dadurch günstiger.)
- **Vertrauenstarif** (Du zahlst so viel du kannst, einige zahlen weniger, andere freiwillig mehr.)
- **Kostenlos bei Verdienstausschlag** (Du zahlst vorübergehend nichts, wenn du den Arbeitsplatz verlierst.)
- **Flexible Zahlung** (Du zahlst im Durchschnitt die monatlichen/jährlichen Tarifkosten, bestimmst aber selbst, ob du mal mehr oder mal weniger bezahlst.)
- **Quarantäne-Bonus** (für die Zeit einer vom Gesundheitsamt angeordneten Quarantäne zahlst du nichts)
- **Rabatt bei digitalem Service** (Die Kernleistungen deines Tarifs wie z.B. Versicherungssumme bleiben erhalten, du nutzt aber beispielsweise nur noch eine Mobilfunkapp für die Vertragsverwaltung (statt vorher Berater oder Hotline))
- **Kostenlose Kontoauszugsanalyse** (Der Anbieter prüft auf Wunsch deine regelmäßigen Ausgaben – z.B. für Strom, Internet, Mobilfunk – und zeigt Möglichkeiten zur Einsparung auf.)
- **Digitale Spardose** (Du zahlst jeden Monat etwas mehr als vertraglich vereinbart. Das Geld wird angespart und später mit 1% Zinsen p.A. ausbezahlt. Du kannst es beispielsweise auch verwenden, um deinen Beitrag in Monaten zu bezahlen, in denen das Geld mal knapp ist.)
- **Kündigung jederzeit möglich** (keine Mindestvertragslaufzeit bzw. keine Kündigungsfristen)
- **Aufwertung des aktuellen Tarifs** (z.B. höhere Versicherungssumme, keine Selbstbeteiligung)
- **Bonuspunkte sammeln** wie bei Payback (Du kannst die Bonuspunkte später gegen Prämien eintauschen oder auszahlen lassen)
- **Sozialtarif nach Kundenabstimmung** (Kunden, die bestimmte Kriterien erfüllen, zahlen nur den halben Preis. Alle Kunden des Anbieters können darüber abstimmen, welche Kriterien entscheiden (z.B. Krankheit, Arbeitslosigkeit, Alleinerziehende))

Welches der folgenden Angebote ist am besten und welches am schlechtesten geeignet, um Sie als Kunden zu binden?

(1 von 25)

 am besten		 am schlechtesten
<input type="radio"/>	Sozialtarif nach Kundenabstimmung (Kunden, die bestimmte Kriterien erfüllen, zahlen nur den halben Preis. Alle Kunden des Anbieters können darüber abstimmen, welche Kriterien entscheiden (z.B. Krankheit, Arbeitslosigkeit, Alleinerziehende))	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	Digitale Spardose (Du zahlst jeden Monat etwas mehr als vertraglich vereinbart. Das Geld wird angespart und später mit 1% Zinsen p.A. ausbezahlt. Du kannst es beispielsweise auch verwenden, um deinen Beitrag in Monaten zu bezahlen, in denen das Geld mal knapp ist.)	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	kurzfristiger Rabatt (Du zahlst kurzzeitig weniger als bisher oder in einzelnen Monaten evtl. auch gar nichts.)	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	Bonuspunkte sammeln wie bei Payback (Du kannst die Bonuspunkte später gegen Prämien eintauschen oder auszahlen lassen.)	<input type="radio"/>

WEITER

Screenshot einer MaxDiff-Auswahlaufgabe.


Diese Art der Abfrage erfolgte 25x mit jeweils anderer Merkmalskombination.

Bindungsmaßnahmen im Test - Telekommunikation

- **Sofortiger Wechsel in günstigeren Tarif möglich** (evtl. mit etwas weniger Leistung)
- **Stundung von Beiträgen** (Dein Vertrag läuft weiter, du zahlst vorübergehend nichts, später dann entsprechend mehr.)
- **Vertragspause** (wenn du keine Leistungen nutzt, musst du vorübergehend nichts bezahlen)
- **Einmalbonus** (Du bekommst einmalig einen Kundenbonus ausbezahlt.)
- **Preisgarantie** (Du bekommst eine Garantie, dass der Preis deines Tarifs in absehbarer Zeit nicht steigen wird.)
- **kurzfristiger Rabatt** (Du zahlst kurzzeitig weniger als bisher oder in einzelnen Monaten evtl. auch gar nichts.)
- **Rabatt bei Tarifkombination** (Du bekommst einen Rabatt, wenn du ein weiteres Produkt beim Anbieter abschließt, d.h. der bisherige Tarif wird dadurch günstiger.)
- **Treuevorteil** (Dein Tarif wird mit Laufzeit immer etwas günstiger.)
- **Familien- und Freunderabatt** (Du bekommst dauerhaft einen Rabatt, wenn Familienmitglieder oder Freunde von dir beim Anbieter einen Vertrag abschließen, d.h. der bisherige Tarif wird dadurch günstiger.)
- **Vertrauenstarif** (Du zahlst so viel du kannst, einige zahlen weniger, andere freiwillig mehr.)
- **Kostenlos bei Verdienstausschlag** (Du zahlst vorübergehend nichts, wenn du den Arbeitsplatz verlierst.)
- **Flexible Zahlung** (Du zahlst im Durchschnitt die monatlichen/jährlichen Tarifkosten, bestimmst aber selbst, ob du mal mehr oder mal weniger bezahlst.)
- **Quarantäne-Bonus** (für die Zeit einer vom Gesundheitsamt angeordneten Quarantäne zahlst du nichts)
- **Ausgabenlimit festlegen können** (wird dir der Tarif zu teuer, kannst du ein Ausgabenlimit festlegen; der Tarif bzw. die Leistungen werden dann so angepasst, dass du das Limit nicht überschreiten kannst, z.B. durch Drosselung der Downloadgeschwindigkeit)
- **Kostenlose Kontoauszugsanalyse** (Der Anbieter prüft auf Wunsch deine regelmäßigen Ausgaben – z.B. für Strom, Internet, Mobilfunk – und zeigt Möglichkeiten zur Einsparung auf.)
- **Digitale Spardose** (Du zahlst jeden Monat etwas mehr als vertraglich vereinbart. Das Geld wird angespart und später mit 1% Zinsen p.A. ausbezahlt. Du kannst es beispielsweise auch verwenden, um deinen Beitrag in Monaten zu bezahlen, in denen das Geld mal knapp ist.)
- **Kündigung jederzeit möglich** (keine Mindestvertragslaufzeit bzw. keine Kündigungsfristen)
- **Aufwertung des aktuellen Tarifs** (z.B. mehr GB, höhere Downloadgeschwindigkeit)
- **Zusatzleistungen** (z.B. kostenlose 2. SIM-Karte, vergünstigte Hardware)
- **Sozialtarif nach Kundenabstimmung** (Kunden, die bestimmte Kriterien erfüllen, zahlen nur den halben Preis. Alle Kunden des Anbieters können darüber abstimmen, welche Kriterien entscheiden (z.B. Krankheit, Arbeitslosigkeit, Alleinerziehende))

Welches der folgenden Angebote ist am **besten** und welches am **schlechtesten** geeignet, um Sie als Kunden zu binden?

(3 von 25)

 am besten		 am schlechtesten
<input type="radio"/>	kurzfristiger Rabatt (Du zahlst kurzzeitig weniger als bisher oder in einzelnen Monaten evtl. auch gar nichts.)	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	Rabatt bei Tarifkombination (Du bekommst einen Rabatt, wenn du ein weiteres Produkt beim Anbieter abschließt, d.h. der bisherige Tarif wird dadurch günstiger.)	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	Familien- und Freunderabatt (Du bekommst dauerhaft einen Rabatt, wenn Familienmitglieder oder Freunde von dir beim Anbieter einen Vertrag abschließen, d.h. der bisherige Tarif wird dadurch günstiger.)	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	Stundung von Beiträgen (Dein Vertrag läuft weiter, du zahlst vorübergehend nichts, später dann entsprechend mehr.)	<input type="radio"/>

WEITER

Screenshot einer MaxDiff-Auswahlaufgabe.

Diese Art der Abfrage erfolgte 25x mit jeweils anderer Merkmalskombination.

Bindungsmaßnahmen im Test - Energie

- **Sofortiger Wechsel in günstigeren Tarif möglich** (evtl. mit etwas weniger Leistung)
- **Stundung von Beiträgen** (Dein Vertrag läuft weiter, du zahlst vorübergehend nichts, später dann entsprechend mehr.)
- **Einmalbonus** (Du bekommst einmalig einen Kundenbonus ausbezahlt.)
- **Preisgarantie** (Du bekommst eine Garantie, dass der Preis deines Tarifs in absehbarer Zeit nicht steigen wird.)
- **kurzfristiger Rabatt** (Du zahlst kurzzeitig weniger als bisher oder in einzelnen Monaten evtl. auch gar nichts.)
- **Rabatt bei Tarifkombination** (Du bekommst einen Rabatt, wenn du ein weiteres Produkt beim Anbieter abschließt, d.h. der bisherige Tarif wird dadurch günstiger.)
- **Treuevorteil** (Dein Tarif wird mit Laufzeit immer etwas günstiger.)
- **Vertrauenstarif** (Du zahlst so viel du kannst, einige zahlen weniger, andere freiwillig mehr.)
- **Kostenlos bei Verdienstaustausch** (Du zahlst vorübergehend nichts, wenn du den Arbeitsplatz verlierst.)
- **Flexible Zahlung** (Du zahlst im Durchschnitt die monatlichen/jährlichen Tarifkosten, bestimmst aber selbst, ob du mal mehr oder mal weniger bezahlst.)
- **Quarantäne-Bonus** (für die Zeit einer vom Gesundheitsamt angeordneten Quarantäne zahlst du nichts)
- **Rabatt bei digitalem Service** (Die Kernleistungen deines Tarifs bleiben erhalten, du nutzt aber beispielsweise nur noch eine Mobilfunkapp für die Vertragsverwaltung (statt vorher Hotline oder Rechnungen per Post))
- **Kostenlose Kontoauszugsanalyse** (Der Anbieter prüft auf Wunsch deine regelmäßigen Ausgaben – z.B. für Strom, Internet, Mobilfunk – und zeigt Möglichkeiten zur Einsparung auf.)
- **Digitale Spardose** (Du zahlst jeden Monat etwas mehr als vertraglich vereinbart. Das Geld wird angespart und später mit 1% Zinsen p.A. ausbezahlt. Du kannst es beispielsweise auch verwenden, um deinen Beitrag in Monaten zu bezahlen, in denen das Geld mal knapp ist.)
- **Kündigung jederzeit möglich** (keine Mindestvertragslaufzeit bzw. keine Kündigungsfristen)
- **Aufwertung des aktuellen Tarifs** (z.B. Ökostrom, Strom aus der Region)
- **Bonuspunkte sammeln wie bei Payback** (Du kannst die Bonuspunkte später gegen Prämien eintauschen oder auszahlen lassen)
- **Sozialtarif nach Kundenabstimmung** (Kunden, die bestimmte Kriterien erfüllen, zahlen nur den halben Preis. Alle Kunden des Anbieters können darüber abstimmen, welche Kriterien entscheiden (z.B. Krankheit, Arbeitslosigkeit, Alleinerziehende))

Welches der folgenden Angebote ist am besten und welches am schlechtesten geeignet, um Sie als Kunden zu binden?

(1 von 25)

 am besten		 am schlechtesten
<input type="radio"/>	Sozialtarif nach Kundenabstimmung (Kunden, die bestimmte Kriterien erfüllen, zahlen nur den halben Preis. Alle Kunden des Anbieters können darüber abstimmen, welche Kriterien entscheiden (z.B. Krankheit, Arbeitslosigkeit, Alleinerziehende))	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	Digitale Spardose (Du zahlst jeden Monat etwas mehr als vertraglich vereinbart. Das Geld wird angespart und später mit 1% Zinsen p.A. ausbezahlt. Du kannst es beispielsweise auch verwenden, um deinen Beitrag in Monaten zu bezahlen, in denen das Geld mal knapp ist.)	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	kurzfristiger Rabatt (Du zahlst kurzzeitig weniger als bisher oder in einzelnen Monaten evtl. auch gar nichts.)	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	Bonuspunkte sammeln wie bei Payback (Du kannst die Bonuspunkte später gegen Prämien eintauschen oder auszahlen lassen.)	<input type="radio"/>

WEITER

Screenshot einer MaxDiff-Auswahlaufgabe.

Diese Art der Abfrage erfolgte 25x mit jeweils anderer Merkmalskombination.

Hintergrund: Eckdaten der Erhebung

Befragungsweg

online-basierte Umfrage im Panel, mobilfähige Befragung

Instrument

Trendmonitor Deutschland – Kundenbindung in Krisenzeiten

Fallzahl

n=1.549 Befragte nach Qualitätsprüfung der Interviews

Zeitraum der Durchführung

September 2020

Befragungsdauer

rund 15 Minuten (Gesamtinstrument)

Repräsentativität

deutschsprachige Verbraucher mit Internetzugang im Alter von 18-70 Jahren

Soziodemographie



Geschlecht	männlich	51
	weiblich	49



Alter	18-29 Jahre	18
	30-39 Jahre	17
	40-49 Jahre	19
	50-59 Jahre	31
	60 Jahre und älter	16



Familienstand	ledig	41
	verheiratet	42
	verwitwet	4
	geschieden	14



Personen im HH	1 Person (nur ich)	29
	2 Personen	38
	3 Personen	16
	4 Personen	12
	5 und mehr Personen	5



Berufstätigkeit	ja, in Vollzeit	52
	ja, in Teilzeit	18
	nein, nicht berufstätig	31



HHNE (€)	bis unter 1.000 €	10
	1.000 bis unter 2.000 €	23
	2.000 bis unter 3.000 €	27
	3.000 bis unter 4.000 €	20
	4.000 bis unter 5.000 €	13
	5.000 € und mehr	7

Über NORDLIGHT research und Trendmonitor Deutschland



NORDLIGHT Research ist ein 2007 gegründetes Institut für individuelle, qualitativ hochwertige Marktforschung. Die Gründer untersuchen seit 2001 Märkte und bewerten Produkte auf Basis von Verbraucher- und Geschäftsfeedback.

Das Leistungsspektrum umfasst den gesamten Marktforschungsprozess - von der Bedarfsanalyse und Forschungskonzeption über die Datenerhebung und -auswertung bis hin zu Berichten und Managementpräsentationen mit Handlungsempfehlungen.

NORDLIGHT research hat seinen Sitz in Hilden, in der Nähe von Düsseldorf.

Weitere Informationen und Referenzen finden Sie hier:
www.nordlight-research.com

Trendmonitor Deutschland wurde branchenübergreifend Ende 2017 gestartet und wird von der NORDLIGHT Research GmbH herausgegeben. Den Trendmonitor Finanzdienstleistungen gibt es bereits seit 2007.



Trendmonitor Deutschland ist ein marktforschungsbasierter Informationsdienst über Trends und Entwicklungen in den deutschen Verbrauchermärkten.

Das Interesse der Bundesbürger an Produkten und Dienstleistungen in zahlreichen Trendbereichen des modernen Alltags wird regelmäßig überprüft. *Trendmonitor Deutschland* erscheint mehrmals jährlich in regelmäßigen Abständen.

Der *Trendmonitor Deutschland* untersucht in seinem Tracking-Modul regelmäßig zahlreiche Produkte und Dienstleistungen in den folgenden Trendfeldern: Smart Home, Smart Mobility / E-Mobility, Haushaltsrobotik, Virtual Reality / Augmented Reality (VR / AR), Digital Lifestyle, Shopping, Kommunikation, Entertainment & Gaming, Geld, Banken & Versicherungen, Lebensmittel, Gesundheit & Wellness, Reisen und Mode & Beauty.

Auf der individuellen Produktebene werden Produktbekanntheit, Produktinteresse, Kaufbereitschaft und Nutzerzahlen analysiert.

Darüber hinaus wird das allgemeine Konsumentenverhalten in Bezug auf Trends sowie Trendtreiber, Trendhürden und relevante Trendstärken im Zeitablauf untersucht.

Trendmonitor Deutschland berichtet ausführlich über ausgewählte Schwerpunktthemen. Die Ergebnisse werden nach zahlreichen soziodemographischen und psychographischen Konsummerkmalen unterschieden.

Erfahren Sie mehr: www.trendmonitor-deutschland.de

Haftungsausschluss und Copyright-Hinweis

Copyright 2020, NORDLIGHT research GmbH
nachfolgend abgekürzt als „NLR“

Berichte von NLR werden an Kunden lizenziert durch NLR.

NLR behält sich alle Rechte vor.

Alle Informationen in diesem Bericht sind gesetzlich geschützt, einschließlich, aber nicht beschränkt auf das Urheberrecht. Diese Lizenz erlaubt es Mitarbeitern des Käufers dieses Berichts, den Bericht in Teilen oder im Ganzen in Dokumenten oder Präsentationen zu verwenden, die in Bezug auf andere Mitarbeiter des Käufers begrenzt sind. Ansonsten darf keine der in diesem Bericht enthaltenen Informationen ohne vorherige schriftliche Zustimmung von NLR kopiert oder anderweitig vervielfältigt, neu verpackt, übertragen, verbreitet, weiterverteilt oder weiterverkauft werden.

Alle hierin enthaltenen Informationen werden von NLR aus Quellen und Forschungen, die von ihm für genau und zuverlässig gehalten werden, eingeholt. Aufgrund der Möglichkeit menschlicher oder nicht-menschlicher Fehler sowie anderer Faktoren, wie z.B., aber nicht beschränkt auf statistische und messtechnische Abweichungen aufgrund von Operationalisierungen, werden alle hierin enthaltenen Informationen ohne jegliche ausdrückliche oder stillschweigende Gewährleistung zur Verfügung gestellt.

Soweit gesetzlich zulässig, übernimmt NLR unter keinen Umständen eine Haftung gegenüber einer natürlichen oder juristischen Person für (1) Verluste oder Schäden, die ganz oder teilweise durch tatsächliche oder vermeintliche Fehler, Auslassungen, falsche Angaben oder falsche Darstellungen (fahrlässig oder anderweitig) oder andere Umstände oder Eventualitäten innerhalb oder außerhalb der Kontrolle von NLR oder eines seiner geschäftsführenden Gesellschafter und Mitarbeiter im Zusammenhang mit der Beschaffung, Sammlung, Zusammenstellung, Analyse, Interpretation, Kommunikation, Veröffentlichung oder Lieferung solcher Informationen entstehen oder damit zusammenhängen, oder (2) jegliche Verluste oder Schäden, einschließlich, aber nicht beschränkt auf direkte, indirekte, spezielle, Folge-, Ausgleichs- oder zufällige Verluste oder Schäden (einschließlich, aber nicht beschränkt auf entgangene Gewinne), selbst wenn NLR im Voraus auf die Möglichkeit solcher Schäden hingewiesen wird, die sich aus oder in Bezug auf die Verwendung, den Missbrauch oder die Unfähigkeit zur Nutzung oder das Vertrauen auf solche Informationen ergeben.

NLR ÜBERNIMMT KEINE AUSDRÜCKLICHE ODER STILLSCHWIEGENDE GARANTIE FÜR DIE RICHTIGKEIT, AKTUALITÄT, VOLLSTÄNDIGKEIT, ANGEMESSENHEIT, ZUFRIEDENSTELLENDEN QUALITÄT ODER EIGNUNG FÜR EINEN BESTIMMTEN ZWECK DER BERICHTE IN IRGEND EINER FORM ODER WEISE.

Trendmonitor Kundenbindung 2020

► Bestellung

Bestellung via Fax, Scan oder postalisch an

NORDLIGHT research GmbH
Elb 21
40721 Hilden
F+49 2103 258 19-99

Hiermit bestelle ich ein Exemplar der Studie
„Trendmonitor Kundenbindung 2020“
(pro Thema ca. 25 Ergebnisseiten)

- Thema **Versicherungen** zum Preis von
498 Euro zzgl. Ust.
- Thema **Telekommunikation** zum Preis von
498 Euro zzgl. Ust.
- Thema **Energie** zum Preis von
498 Euro zzgl. Ust.

Ort, Datum, Unterschrift

Empfänger und Rechnungsadresse

Frau Herr

Name

Vorname

Firma

Abteilung

Straße

PLZ und Ort

Telefon

E-Mail-
Adresse

Die Bestellung ist für den Besteller bindend. Die Rechnungsstellung erfolgt mit dem Versand der Auftragsbestätigung durch NORDLIGHT research. Die Lieferung der Ergebnisse erfolgt als pdf-Datei (Präsentation) und ggf. als xls-Dokument (Tabellenband) innerhalb von 7 Tagen.

* Die Rechnungsstellung erfolgt nach Bestelleingang mit Zahlungsziel 30 Tage ohne Skonto. Sollte die Studie durch unser Verschulden nicht zugestellt werden, wird die Bestellung annulliert und der gesamte Preis erstattet.