



Pressemitteilung

Bargeldtransfer: einfach, schnell und intransparent



Bargeldtransferleistungen sind mit den zehn untersuchten Anbietern in 212 unterschiedliche Länder möglich. Dabei differieren die Kosten enorm. Laut der Studie ‚Marketing-Mix-Analysis Money Transfer 2015‘ fokussieren die Anbieter in der Kommunikation auf Onlineaktivitäten wie zum Beispiel YouTube-Videos oder Suchmaschinenmarketing, vernachlässigen aber gleichzeitig die Printkommunikation.

Esslingen am Neckar, 16. Dezember 2015 – Die zehn untersuchten Transferdienstleister bieten einen Bargeldtransfer in 39 bis 212 mögliche Empfängerländer an. Azimo, Money Gram und Western Union decken dabei die größte Anzahl an Ländern ab mit einer relativ ausgewogenen Verteilung der Kontinente. Western Union punktet mit dem Alleinstellungsmerkmal, fünf Länder als einziger Anbieter zu bedienen.

Kosten entstehen dem Kunden durch Transfergebühren und Wechselkursaufschläge. 36 unterschiedliche Transferszenarien verdeutlichen dabei die Bandbreite der erhobenen Transfergebühren, die wiederum in Abhängigkeit von Zielland, Höhe des Betrags und Art der Ein- und Auszahlung stehen. Für den Transfer eines Betrags von 200 US-Dollar von USA nach China berechnet beispielsweise der teuerste Anbieter zwölf Euro und damit mehr als das Doppelte des günstigsten Anbieters. Im Durchschnitt werden 3,2 Prozent des Transferbetrags verlangt, bei enormer Spannweite der Anbieter. Bei Wechselkursaufschlägen heben sich Western Union und WorldRemit häufig durch beste Kurse ab.

Suchmaschinen sind ein wichtiger Ausgangspunkt zur Suche von Transferanbietern. Acht der zehn Unternehmen schalten hier Anzeigen. Am aktivsten sind dabei Azimo und Western Union. Bei der Suchmaschinenpräsenz liegen hingegen MoneyGram und Western Union vorne und überzeugen gleichzeitig mit besten Listungen. Alle zehn Transferdienstleister sind in Social Media aktiv, mit 35 bis 48 Videos nutzen MoneyGram, Western Union und Xoom die Plattform von YouTube überraschend intensiv. Werbeanzeigen in TV oder Internet werden nur von wenigen Anbietern geschaltet. Auf Kommunikation per Flyer, Kundenmagazin oder Printmedien wird völlig verzichtet.



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Über die Studie:

Die "Marketing-Mix-Analysis Money Transfer 2015" von *research tools* gibt in englischer Sprache auf 353 Seiten Einblick in das Marketingverhalten der zehn berücksichtigten Anbieter von Bargeldtransferdiensten: Azimo, MoneyGram, MoneyPolo, Ria, sendvalu, Skrill, Small World LCC, Western Union, WorldRemit und Xoom. Analysiert wurden die vier Marketing-Ps Product, Price, Place, Promotion. Stärken-Schwächen-Analyse und Marketing-Ranking führen sämtliche Ergebnisse zusammen und eine statistische Marketing-Positionierung visualisiert die Ergebnisse.

Über research tools:

Die Marktforschungsberatungsgesellschaft *research tools* mit Sitz in Esslingen am Neckar bei Stuttgart bietet umsetzungsstarke, marketingorientierte Marktforschung. Ein Fokus liegt auf der Analyse unternehmerischer Marketingmaßnahmen.

Weitere Informationen: www.research-tools.net

Pressekontakt:

Uwe Matzner
research tools
Kesselwasen 10
73728 Esslingen am Neckar
Tel. +49 (0)711 - 55090381
Fax +49 (0)711 - 55090384
uwe.matzner@research-tools.net