

BBD0 Consulting Studie

**Welches Vertrauen genießen
Finanzdienstleister „ein Jahr nach Lehman“?**

- Zusammenfassung der Studienergebnisse -

München, 1. Februar 2010

- Ende 2008, also kurz nach der Pleite der Investmentbank Lehman Brothers, hatten wir über 1.000 Personen in einer repräsentativen Studie gefragt, wie sich die anschließende Finanzkrise auf die Vertrauenswürdigkeit unterschiedlicher Finanzdienstleister ausgewirkt
- **Die wesentlichen Ergebnisse waren damals:**
 1. Ein **deutlicher Vertrauensverlust** der Finanzdienstleister **auf breiter Front**
 2. **Sparkassen und Genossenschaftsbanken** als einzige Gewinner und **Vertrauens-Champions**
 3. Deutliche Verluste bei Finanzdienstleistern mit **großer Kapitalmarktnähe**
 4. Eine überraschend stabile Vertrauensposition der **Universal-/Großbanken**
 5. Eine überraschend schlechte Vertrauensposition der **unabhängigen Finanzdienstleister** (z.B. MLP, AWD)
- Ende 2009, also ein Jahr nach der letzten Befragung, haben wir, wieder in einer repräsentativen Studie, erneut nach der Vertrauensschätzung gegenüber Finanzdienstleistern gefragt
- Der vorliegende Berichtsband fasst die wesentlichen Ergebnisse dieser Studie zusammen und zieht den Vergleich zu den Vorjahres-Ergebnissen

Der Inhalt dieses Berichtsbandes:

1. Erkenntnisinteressen und Studiendesign

2. Wesentliche Ergebnisse und Interpretationen

3. Sonderauswertung: Zahlungsbereitschaft für Finanzberatung

Wir haben, wie vor einem Jahr, das Kundenvertrauen gegenüber Finanzdienstleistern auf drei Ebenen untersucht.

– Ebenen –

– Zugrundeliegende Fragestellungen –

Anbietergruppen

- Wie ist die **Vertrauensposition** unterschiedlicher Anbietergruppen von Finanzdienstleistungen **aktuell**?
- Wie hat sich diese Vertrauensposition im Vergleich zum Vorjahr **verändert**?

Anonymisiert,
nur für den
internen
Ge-
brauch

Unternehmen

- Wie ist die **Vertrauensposition** unterschiedlicher **Unternehmensmarken** im Finanzdienstleistungsbereich **aktuell**?
- Wie hat sich deren Vertrauensposition im Vergleich zum Vorjahr **verändert**?

Leistungen

- Welchen Anbietergruppen vertrauen Kunden bei unterschiedlichen **Finanzbedarfen** wie stark?
- Welche **Produktpräferenzen** gibt es für unterschiedliche Finanzbedarfe?
- Wie viel ist Kunden **Beratung wert**?

Über 700 Personen ab 16 Jahren (repräsentative Stichprobe) wurden per Online-Fragebogen zu ihrem Vertrauen gegenüber Finanzdienstleistern auf drei Ebenen befragt:

– Ebenen –

– Befragung –

Anbietergruppen

- Universal-/Großbanken
- Direktbanken/-versicherer
- Versicherungen
- Genossenschaftsbanken
- Bausparkassen
- Sparkassen
- Unabhängige Finanzdienstleister
- Fondsgesellschaften
- Investmentbanken
- Privatbanken

Anonymisiert,
nur für den
internen
Ge-
brauch

Unternehmen

Vertrauenseinschätzung zu insgesamt **40 Unternehmen** aus den zehn Anbietergruppen

Leistungen

- **Relevant Set** und **erste Wahl** von Anbietergruppen und Produkten für **7 unterschiedliche Finanzbedarfe**
- **Zahlungsbereitschaft** für gebührenpflichtige Finanzberatung

Der Inhalt dieses Berichtsbandes:

1. Erkenntnisinteressen und Studiendesign
2. **Wesentliche Ergebnisse und Interpretationen**


- auf Ebene der Anbietergruppen

- auf Ebene der Unternehmensmarken (nur für den internen Gebrauch)
- auf Ebene der Leistungen

3. Sonderauswertung: Zahlungsbereitschaft für Finanzberatung

Das Gesamtbild: Kundenvertrauen stagniert auf Vorjahresniveau, mit Nivellierung hin zur Mitte (d.h. Ausschläge nach oben und unten werden kleiner).

Q 6: Bitte geben Sie auf einer Skala von 0 bis 10 an, inwieweit Sie den folgenden Akteuren aus dem Finanz-/Versicherungsdienstleistungsbereich derzeit vertrauen.

Rang	Anbietergruppe	Vertrauen ¹	Veränderung ²	Rang	Anbietergruppe	Vertrauen ¹	Veränderung ²
1	Sparkassen	6,5	 -0.5	5	Universal-/Großbanken	5,0	 -0.7
2	Genossenschaftsbanken	6,0	 -0.3	7	Privatbanken	4,3	 +1.2
3	Bausparkassen	5,9	 +0.5	8	Unabhängige Finanzdienstleister	3,9	 +1.2
4	Versicherungen	5,2	 +0.3	9	Fondsgesellschaften	3,8	 ± 0
5	Direktbanken/-versicherer	5,0	 -0.1	10	Investmentbanken	3,4	 +1.3

BBDO CONSULTING

¹ 0 = vertraue ich überhaupt nicht, 10 = vertraue ich voll und ganz (Mittelwerte Anbietergruppe)

² Gegenüber Vorjahres-Studie

Die drei *Vertrauens-Champions*: Bodenständigkeit und Transparenz steigt!

– Ergebnis –

Sparkassen und **Genossenschaftsbanken** bleiben, trotz kleiner Vertrauensverluste, die Vertrauens-Champions. Dazu kommen die **Bausparkassen**, die sich gegenüber Vorjahr noch mal verbessern konnten und damit in diese Spitzengruppe aufschließen.

– Daten & Fakten –

Rang	Anbietergruppen	Vertrauen ¹	Veränderung ²
1	Sparkassen	6,5	↓ -0.5
2	Genossenschaftsbanken	6,0	↓ -0.3
3	Bausparkassen	5,9	↑ +0.5
4	Versicherungen	5,2	↑ +0.3
5	Direktbanken/ -versicherer	5,0	→ -0.1
5	Universal/ Großbanken	5,0	↓ -0.7
7	Privatbanken	4,3	↑ +1.2
8	Unabhängige Finanzdienstleister	3,9	↑ +1.2
9	Fondsgesellschaften	3,8	→ +0
10	Investmentbanken	3,4	↑ +1.3

– Unsere Interpretation –

Auch ein Jahr nach Lehman scheinen Bodenständigkeit und wahrgenommene Transparenz des Geschäftes die wesentlichen Vertrauensstreiber zu bleiben. Alle drei Vertrauens-Champions profitieren von ihrem eher konservativen Image und der damit verbundenen Verlässlichkeit.

**B
B
D
O** CONSULTING

¹ 0 = vertraue ich überhaupt nicht, 10 = vertraue ich voll und ganz (Mittelwerte Anbietergruppe)

² Gegenüber Vorjahres-Studie

Die heimlichen Gewinner: Versicherungen auf Platz 4.

– Ergebnis –

– Daten & Fakten –

– Unsere Interpretation –

Versicherungen verbessern ihre Vertrauensposition zwar nur leicht, profitieren aber von der Nivellierung hin zur Mitte und landen so auf Platz 4.

Rang	Anbietergruppen	Vertrauen ¹	Veränderung ²
1	Sparkassen	6,5	-0,5
2	Genossenschaftsbanken	6,0	-0,3
3	Bausparkassen	5,9	+0,5
4	Versicherungen	5,2	+0,3
5	Direktbanken/-versicherer	5,0	-0,1
5	Universal-/Großbanken	5,0	-0,7
7	Privatbanken	4,3	+1,2
8	Unabhängige Finanzdienstleister	3,9	+1,2
9	Fondsgesellschaften	3,8	± 0
10	Investmentbanken	3,4	+1,3

Auch Versicherungen profitieren sicherlich vom Vertrauensvorschuss der Kunden für Bodenständigkeit und eher konservatives Geschäftsgebaren, haben aber gegenüber den 3 Vertrauens-Champions den Nachteil des Grundmisstrauens gegenüber dem klassischen Versicherungs-Vertreter.

**B
B
D
O** CONSULTING

¹ 0 = vertraue ich überhaupt nicht, 10 = vertraue ich voll und ganz (Mittelwerte Anbietergruppe)

² Gegenüber Vorjahres-Studie

Die größte Überraschung: Direktbanken/-versicherer gleich auf mit den traditionellen Universal-/Großbanken.

– Ergebnis –

– Daten & Fakten –

– Unsere Interpretation –

Direktbanken/ -versicherer können ihr gutes Vorjahresergebnis behaupten und damit sogar ihre traditionellen Wettbewerber der **Universal-/ Großbanken** einholen, weil diese im Vorjahresvergleich deutlich verlieren.

Rang	Anbietergruppen	Vertrauen ¹	Veränderung ²
1	Sparkassen	6,5	-0,5
2	Genossenschaftsbanken	6,0	-0,3
3	Bausparkassen	5,9	+0,5
4	Versicherungen	5,2	+0,3
5	Direktbanken/ -versicherer	5,0	+0,1
5	Universal-/ Großbanken	5,0	-0,7
7	Privatbanken	4,3	+1,2
8	Unabhängige Finanzdienstleister	3,9	+1,2
9	Fondsgesellschaften	3,8	± 0
10	Investmentbanken	3,4	+1,3

Während die Universal-/ Großbanken vor einem Jahr noch erstaunlich gut wegkamen, zeigen sich dort jetzt erst deutlich die Folgen der Krise: zum einen die teils massiven Eingriffe des Staates, zum anderen die Wahrnehmung eines zu selbstverständlichen „Back to business as usual“.

¹ 0 = vertraue ich überhaupt nicht, 10 = vertraue ich voll und ganz (Mittelwerte Anbietergruppe)

² Gegenüber Vorjahres-Studie

Boden gutgemacht: Privatbanken und unabhängige Finanzdienstleister.

– Ergebnis –

– Daten & Fakten –

– Unsere Interpretation –

Privatbanken und unabhängige **Finanzdienstleister**, die beide im Vorjahr überraschend schwach abgeschnitten hatten, können beide deutlich zulegen.

Rang	Anbietergruppen	Vertrauen ¹	Veränderung ²
1	Sparkassen	6,5	-0,5
2	Genossenschaftsbanken	6,0	-0,3
3	Bausparkassen	5,9	+0,5
4	Versicherungen	5,2	+0,3
5	Direktbanken/ -versicherer	5,0	-0,1
6	Universal/ Großbanken	5,0	-0,7
7	Privatbanken	4,3	+1,2
8	Unabhängige Finanzdienstleister	3,9	+1,2
9	Fondsgesellschaften	3,8	= 0
10	Investmentbanken	3,4	+1,3

Sowohl Privatbanken als auch unabhängige Finanzdienstleister dürften von einer gestiegenen Glaubwürdigkeit unabhängiger Beratung profitieren haben, leiden aber beide unter dem Vorbehalt eines „Klientelgeschäfts“.

BBDO CONSULTING

¹ 0 = vertraue ich überhaupt nicht, 10 = vertraue ich voll und ganz (Mittelwerte Anbietergruppe)

² Gegenüber Vorjahres-Studie

Die Kapitalmarkt-Nahen: Fondsgesellschaften stagnieren, Investmentbanken schließen auf.

– Ergebnis –

– Daten & Fakten –

– Unsere Interpretation –

Fondsgesellschaften verharren auch ein Jahr nach Lehman auf einem erschreckend schwachen Vertrauensniveau.

Investmentbanken bleiben zwar Schlusslicht, legen aber gegenüber Vorjahr deutlich zu.

Rang	Anbietergruppen	Vertrauen ¹	Veränderung ²
1	Sparkassen	6,5	-0,5
2	Genossenschaftsbanken	6,0	-0,3
3	Bausparkassen	5,9	+0,5
4	Versicherungen	5,2	+0,3
5	Direktbanken/-versicherer	5,0	-0,1
5	Universal-/Großbanken	5,0	-0,7
7	Privatbanken	4,3	+1,2
8	Unabhängige Finanzdienstleister	3,9	+1,2
9	Fondsgesellschaften	3,8	±0
10	Investmentbanken	3,4	+1,3

Wenn Bodenständigkeit und wahrgenommene Transparenz vertrauensfördernd sind, dann scheint umgekehrt zu gelten: je internationaler und kapitalmarktnäher, desto schlechter für das Kundenvertrauen.

BBDO CONSULTING

¹ 0 = vertraue ich überhaupt nicht, 10 = vertraue ich voll und ganz (Mittelwerte Anbietergruppe)

² Gegenüber Vorjahres-Studie

Die Zusammenfassung der wesentlichen Erkenntnisse auf Ebene der Anbietergruppen:

1

Die Vertrauenskrise der Finanzdienstleister ist keinesfalls ausgestanden, vielmehr kommt sie bei einigen Anbietergruppen jetzt erst richtig an!

2

Auch „ein Jahr nach Lehman“ gilt, was zu Beginn der Krise galt: Kunden haben eine ungebrochene Sehnsucht nach mehr Bodenständigkeit und Transparenz.

3

Damit bleibt eine gehörige Grundskepsis gegenüber allem, was als zu nah an den globalen Finanzmärkten wahrgenommen wird.

Der Inhalt dieses Berichtsbandes:

1. Erkenntnisinteressen und Studiendesign
2. **Wesentliche Ergebnisse und Interpretationen**
 - auf Ebene der Anbietergruppen
 - auf Ebene der Unternehmensmarken (nur für den internen Gebrauch)
 - auf Ebene der Leistungen
3. Sonderauswertung: Zahlungsbereitschaft für Finanzberatung

Die Ergebnisse auf Ebene Unternehmensmarken:

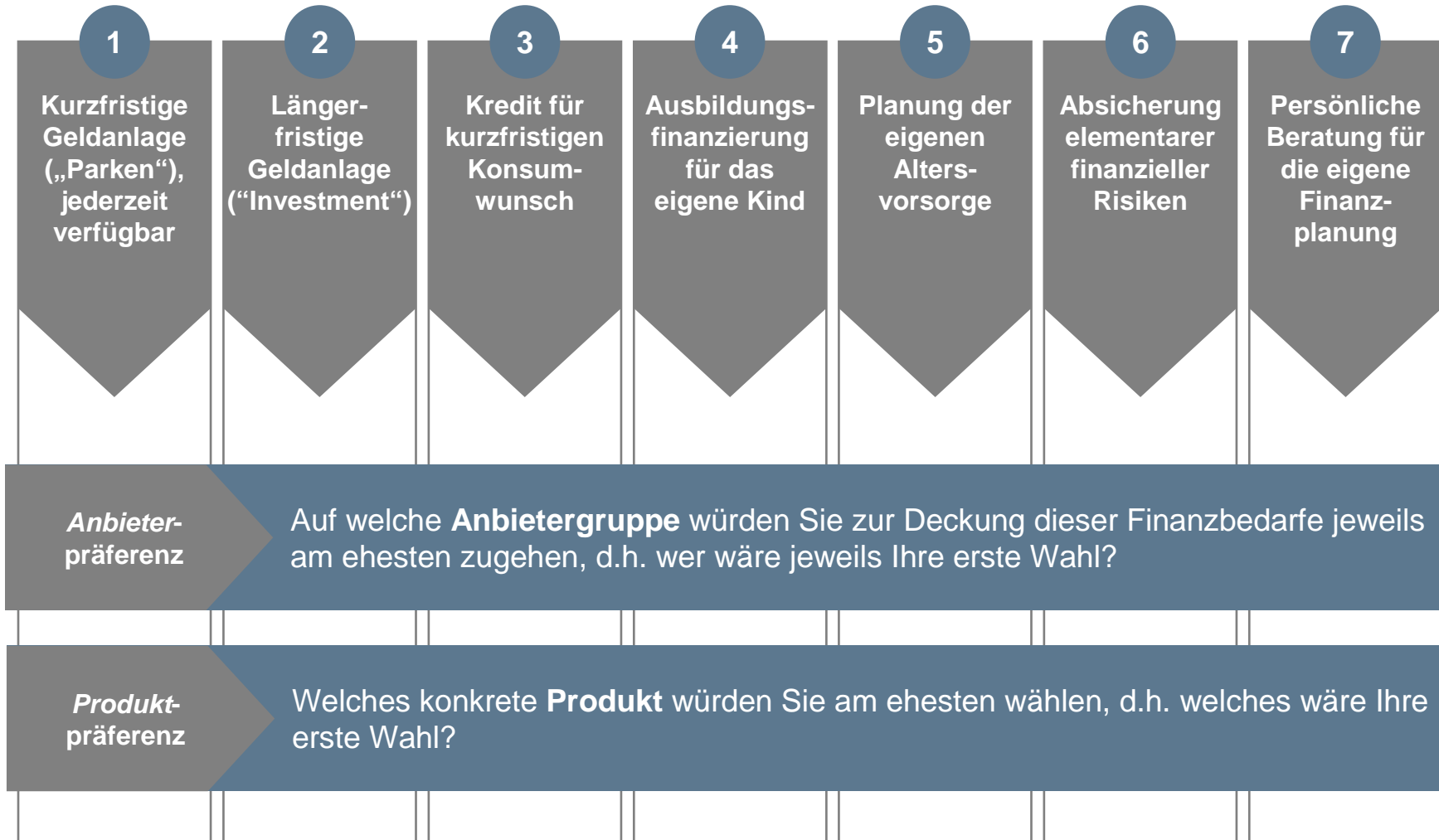
**Die Vorstellung und Diskussion der
Ergebnisse auf Ebene des
Einzelunternehmens behalten wir uns aus
Vertraulichkeitsgründen für den
persönlichen Dialog vor**

Der Inhalt dieses Berichtsbandes:

1. Erkenntnisinteressen und Studiendesign
2. **Wesentliche Ergebnisse und Interpretationen**
 - auf Ebene der Anbietergruppen
 - auf Ebene der Unternehmensmarken (anonymisiert)
 - **auf Ebene der Leistungen**
3. Sonderauswertung: Zahlungsbereitschaft für Finanzberatung

Für sieben unterschiedliche Bedarfe der persönlichen Finanzplanung wurden jeweils die Präferenzen bezüglich *Anbietergruppe* sowie *Produkt* erfragt.

— Übersicht Finanzbedarfe und Fragestellungen —



Kurzfristige Geldanlage: Deutliche Präferenz für Direktbanken/-versicherer und Sparkassen.

– Ergebnis –

Für über die Hälfte aller Befragten waren **Direktbanken/-versicherer** oder **Sparkassen** erste Wahl bei der kurzfristigen Geldanlage

Bausparkassen, deren Kerngeschäft ja eher langfristig angelegt ist, bekommen hier erstaunliche 9 % Präferenz.

– Daten & Fakten –

Rang	Anbietergruppen	Erste Wahl für
1	Direktbanken/-versicherer	30 %
2	Sparkassen	25 %
3	Genossenschaftsbanken	13 %
4	Universal-/Großbanken	12 %
5	Bausparkassen	9 %
6	Privatbanken	4 %
7	Versicherungen	3 %
8	Fondsgesellschaften	2 %
9	Unabhängige Finanzdienstleister	1 %
9	Investmentbanken	1 %

– Unsere Interpretation –

Direktbanken haben auf ihrem Kerngeschäftsfeld der kurzfristigen Geldanlage die Präferenzführerschaft erreicht.

Versicherungen oder **unabhängige Finanzdienstleister**, die zum Teil ebenfalls Tagesgeldangebote als Neukunden-Köder lanciert haben, bleiben hier noch unter der Wahrnehmungsschwelle.

Längerfristige Geldanlage: Sparkassen und Direktbanken wieder Präferenzführer.

– Ergebnis –

Sparkassen und Direktbanken/-versicherer vereinigen über 40 % Präferenz auf sich.

Universal-/Großbanken sind, wie bei der kurzfristigen Geldanlage, auch hier wieder nur Mittelfeld.

Fondsgesellschaften schneiden mit 8 % Präferenz auf diesem für sie wichtigen Feld eher schwach ab.

– Daten & Fakten –

Rang	Anbietergruppen	Erste Wahl für
1	Sparkassen	21 %
2	Direktbanken/-versicherer	20 %
3	Bausparkassen	14 %
4	Universal-/Großbanken	13 %
5	Genossenschaftsbanken	11 %
6	Fondsgesellschaften	8 %
7	Versicherungen	5 %
8	Privatbanken	3 %
8	Investmentbanken	3 %
10	Unabhängige Finanzdienstleister	2 %

– Unsere Interpretation –

Direktbanken/-versicherer stehen offensichtlich mittlerweile für mehr als nur Tagesgeld: mit Sparplänen und Festgeldangeboten bieten sie für viele Kunden ein attraktives Angebot auch zur längerfristigen Geldanlage.

Fondsgesellschaften leiden unter der nach wie vor sehr fragilen Aktienkultur bei Privatkunden.

Ausbildungsfinanzierung der Kinder: am liebsten mit der Sparkasse.

– Ergebnis –

Sparkassen, Versicherungen oder Direktbanken/-versicherer sind für weit über die Hälfte der Befragten erste Wahl für die Ausbildungsfinanzierung ihrer Kinder.

Universal-/Großbanken auch hier wieder nur Mittelfeld.

– Daten & Fakten –

Rang	Anbietergruppen	Erste Wahl für
1	Sparkassen	22 %
2	Versicherungen	19 %
3	Direktbanken/-versicherer	16 %
4	Universal-/Großbanken	12 %
5	Bausparkassen	10 %
5	Genossenschaftsbanken	10 %
7	Fondsgesellschaften	5 %
8	Privatbanken	3 %
9	Unabhängige Finanzdienstleister	2 %
10	Investmentbanken	1 %

– Unsere Interpretation –

Sparkassen münzen ihre Vertrauens- in Präferenz-führerschaft um.

Versicherungen dürften vor allem von ihrem spezifischen Angebot an Ausbildungsversicherungen profitieren.

Direktbanken/-versicherer profitieren wieder von der Erweiterung des wahrgenommenen Kompetenzprofils in Richtung längerfristig stabile Geldanlage.

Kurzfristiger Konsumkredit: Nur vier Anbieter kommen wirklich in Frage,

– Ergebnis –

Direktbanken/ -versicherer und Sparkassen dominieren klar mit insgesamt 58 % Präferenz.

Außerdem spielen nur noch **Genossenschaftsbanken** und **Universal-/ Großbanken** mit jeweils 16 % eine nennenswerte Rolle.

– Daten & Fakten –

Rang	Anbietergruppen	Erste Wahl für
1	Direktbanken/ -versicherer	29 %
2	Sparkassen	27 %
3	Genossenschaftsbanken	16 %
3	Universal-/ Großbanken	16 %
5	Privatbanken	5 %
6	Bausparkassen	4 %
7	Versicherungen	2 %
8	Investmentbanken	1 %
9	Fondsgesellschaften	0 %
9	Unabhängige Finanzdienstleister	0 %

– Unsere Interpretation –

Hier definiert offensichtlich das Angebot die Präferenz: Außer den vier Präferenzführern gibt es kein nennenswertes Angebot für kurzfristige Konsumentenkredite.

Altersvorsorge: Versicherungen als traditionelle Platzhirsche.

– Ergebnis –

Bei der Planung der eigenen Altersvorsorge gibt es eine deutliche Präferenz für **Versicherungen**.

Fondsgesellschaften bleiben auf diesem für sie so wichtigen Zukunftsmarkt noch unter „Ferner liefen“.

Unabhängige Finanzdienstleister schneiden erschreckend schwach ab.

– Daten & Fakten –

Rang	Anbietergruppen	Erste Wahl für
1	Versicherungen	28 %
2	Direktbanken/ -versicherer	15 %
3	Sparkassen	14 %
4	Universal-/ Großbanken	9 %
4	Genossenschafts- banken	9 %
6	Bausparkassen	8 %
6	Fondsgesellschaften	8 %
8	Unabhängige Finanzdienstleister	5 %
9	Investmentbanken	2 %
9	Privatbanken	2 %

– Unsere Interpretation –

Die lange deutsche Tradition, dass **Versicherungen** der „natürliche Partner“ für die Planung der eigenen Altersvorsorge sind, lebt zumindest zum Teil fort.

Das Ergebnis der **Fondsgesellschaften** zeigt insbesondere, dass Aktien als Basis der eigenen Altersvorsorge sich noch zu wenig durchgesetzt haben.

Absicherung elementarer Risiken: Versicherungen so gut wie alternativlos.

– Ergebnis –

Für zwei Drittel aller Befragten sind **Versicherungen** erste Wahl zur Absicherung elementarer Risiken.

Über die Hälfte präferiert klassische Versicherungen mit persönlichem Kontakt.

Für 17 % der Befragten sind **Direktversicherer** nicht nur eine Alternative, sondern erste Wahl.

– Daten & Fakten –

Rang	Anbietergruppen	Erste Wahl für
1	Versicherungen	55 %
2	Direktbanken/ -versicherer	17 %
3	Sparkassen	9 %
4	Genossenschafts- banken	6 %
5	Unabhängige Finanzdienstleister	4 %
5	Bausparkassen	4 %
7	Universal-/ Großbanken	3 %
8	Fondsgesellschaften	1 %
8	Privatbanken	1 %
10	Investmentbanken	0 %

– Unsere Interpretation –

Hier genießen **Versicherungen** nach wie vor weitgehend „Heimrecht“.

Vor allem **unabhängige Finanzdienstleister**, in deren Leistungsangebot Versicherungen eine Hauptrolle spielen, schienen hier noch zu wenig profiliert, wohl auch, weil viele Kunden nicht zwischen Produktangebot und Vertriebsweg unterscheiden.

Persönliche Finanzberatung: das Differenzierungsfeld für unabhängige Finanzdienstleister.

– Ergebnis –

Unabhängige Finanzdienstleister können die Spitzenposition einnehmen, noch vor den traditionell beratungsstarken **Sparkassen** und **Versicherungen**.

Mit 9 % schneiden **Universal-/Großbanken** hier erstaunlich schlecht ab.

– Daten & Fakten –

Rang	Anbietergruppen	Erste Wahl für
1	Unabhängige Finanzdienstleister	20 %
2	Sparkassen	19 %
2	Versicherungen	19 %
4	Direktbanken/ -versicherer	12 %
5	Genossenschaftsbanken	10 %
6	Universal-/ Großbanken	9 %
7	Privatbanken	5 %
8	Bausparkassen	4 %
9	Fondsgesellschaften	1 %
9	Investmentbanken	1 %

– Unsere Interpretation –

Universal-/Großbanken haben offensichtlich ihr traditionelles Terrain der persönlichen Finanzberatung preisgeben müssen, trotz „Beraterbank“ etc. Hier gibt es deutlichen Rückeroberungsbedarf!

Die Zusammenfassung der wesentlichen Erkenntnisse auf Leistungsebene: *Anbieterpräferenz*

1

Vertrauensführerschaft heißt nicht automatisch Präferenzführerschaft: während die Vertrauens-Champions Sparkassen auch bei allen sieben Finanzbedarfen eine Top 3-Präferenz-Position einnehmen, gilt das z.B. nicht für die Vertrauens-Champions Genossenschaftsbanken.

2

Universal-/Großbanken scheinen ihre traditionelle Stärke des „Kundenbeziehungs-Führers“ deutlich eingebüßt zu haben. Man denkt offensichtlich für unterschiedliche Bedarfe der Finanzplanung nicht mehr automatisch an seine „Hausbank“.

3

Unabhängige Finanzdienstleister und Fondsgesellschaften müssen insbesondere beim Mega-Thema Altersvorsorge noch erhebliche Aufholarbeit leisten.

Top 5-Produkte *kurzfristige Geldanlage*: Tagesgeld klarer Sieger.

– Ergebnis –

Zwei Produktangebote dominieren die Produktpräferenz bei kurzfristiger Geldanlage:

Tagesgeld ist mit 40 % klarer Präferenzführer, gefolgt vom „guten alten“ **Sparbuch** mit 19 %.

– Daten & Fakten –

Rang	Produkt	Erste Wahl für
1	Tagesgeld	40 %
2	Sparbuch	19 %
3	Termin-/Festgeld	8 %
4	Bundesschatzbriefe	5 %
4	Sparvertrag	5 %

– Unsere Interpretation –

Das **Tagesgeld** profitiert offensichtlich von seiner vielfachen intensiven Bewerbung als ausgewiesenes Neukundengewinnungs-Produkt.

Top 5-Produkte längerfristige Geldanlage: Keine nennenswerten Präferenzen.

– Ergebnis –

Für die längerfristige Geldanlage liegen die Produktpräferenzen ziemlich nah beieinander. Auffällig ist lediglich, dass vier der fünf Top 5-Präferenzen stark sicherheitsorientiert sind.

– Daten & Fakten –

Rang	Produkt	Erste Wahl für
1	Termin-/Festgeld	13 %
2	Sparbuch	12 %
3	Tagesgeld	10 %
3	Investment-Fonds	10 %
5	Sparvertrag	9 %

– Unsere Interpretation –

Hier ist der Effekt der Finanzkrise deutlich abzulesen an der offensichtlich starken Sicherheitsorientierung bei längerfristiger Geldanlage, trotz des gegenwärtig sehr niedrigen Zinsniveaus und daher eher mageren Renditen.

Top 5-Produkte *Ausbildungsfinanzierung für Kinder*: Konservative Anlage siegt.

– Ergebnis –

Alle Top 5-Produkte sind sicherheitsorientierte Anlagen mit Langfristcharakter.

– Daten & Fakten –

Rang	Produkt	Erste Wahl für
1	Ausbildungsversicherung	18 %
2	Langfristige Finanzierung	15 %
3	Sparvertrag	11 %
4	Sparbuch	10 %
5	Bausparvertrag	6 %

– Unsere Interpretation –

Bei diesem Thema gilt offensichtlich „Safety First“: Nicht umsonst ist ein Versicherungsprodukt hier Präferenzführer.

Top 5-Produkte *kurzfristiger Konsumwunsch*: Der klassische Konsumentenkredit.

– Ergebnis –

Hier dominieren **Konsumentenkredite** mit einer Laufzeit von maximal 12 Monaten mit 60 % Präferenz.

Der vergleichsweise teure **Dispositions-kredit** kommt auch immerhin noch auf 21% Präferenz.

– Daten & Fakten –

Rang	Produkt	Erste Wahl für
1	Kurzfristiger Konsumentenkredit (<6 Monate)	32 %
2	Mittelfristiger Konsumentenkredit (6-12 Monate)	28 %
3	Dispositionskredit	21 %
4	Langfristige Finanzierung (>12 Monate)	17 %
5	Andere Ratenfinanzierung	1 %

– Unsere Interpretation –

Hier definiert wieder das Angebot die Präferenz: zur Erfüllung kurzfristiger Konsumwünsche ist der **Konsumentenkredit** das natürliche Produktangebot.

Die Präferenz für den teuren **Dispositions-kredit** dürfte sich vor allem durch dessen Komfortvorteil (keine Anträge etc.) erklären.

Top 5-Produkte Altersvorsorge: Am liebsten Riestern.

– Ergebnis –

Die **private Rentenversicherung** (u.a. Riesterrente) ist mit 27 % der klare Präferenzführer zur Planung der eigenen Altersvorsorge.

Investment-Fonds schneiden mit 7 % auf diesem für sie so wichtigen Feld eher schwach ab.

– Daten & Fakten –

Rang	Produkt	Erste Wahl für
1	Private Rentenversicherung (inkl. Riesterrente)	27 %
2	Immobilien	11 %
3	Kapital-Lebensversicherung	8 %
4	Investment-Fonds	7 %
5	Risiko-Lebensversicherung	6 %

– Unsere Interpretation –

Die **private Rentenversicherung** profitiert am stärksten von den Kampagnen der letzten Jahre zur Sensibilisierung für die private Altersvorsorge.

Der Wert der **Investment-Fonds** spiegelt einmal mehr die tief sitzende Kapitalmarkt-Skepsis wieder.

Top 5-Produkte *Absicherung elementarer finanzieller Risiken*: Private Haftpflicht ganz oben auf der Liste.

– Ergebnis –

Mit 27 % ist die **private Haftpflichtversicherung** die wichtigste Absicherung gegen elementare finanzielle Risiken.

Die **private Rentenversicherung** zur Absicherung gegen Altersarmut ist immerhin in den Top 5 vertreten.

– Daten & Fakten –

Rang	Produkt	Erste Wahl für
1	Private Haftpflichtversicherung	27 %
2	Risiko-Lebensversicherung	11 %
3	Berufsunfähigkeitsversicherung	8 %
4	Private Rentenversicherung	7 %
5	Private Krankenversicherung	6 %

– Unsere Interpretation –

Die **private Haftpflichtversicherung** ist für Privatpersonen sicherlich eine der wenigen „Muss-Versicherungen“ und landet folgerichtig hier auf dem ersten Platz.

Der Einzug der **privaten Rentenversicherung** in die Top 5 ist ein Indiz für die zunehmende Angst vor Altersarmut.

Die Zusammenfassung der wesentlichen Erkenntnisse auf Leistungsebene: *Produktpräferenz*

1

Bei allen Themen mit längerfristigem Horizont zeigt sich wieder die ausgeprägte Sicherheitsorientierung und die Skepsis gegenüber den Kapitalmärkten.

2

Die Diskussionen und Kampagnen zur Notwendigkeit privater Altersvorsorge haben offensichtlich gefruchtet und finden ihren Niederschlag in einem deutlich gestiegenen Problembewusstsein.

3

Außer beim Thema Absicherung gegen elementare finanzielle Risiken (die naturgemäß stark mit Versicherungen gekoppelt sind) sind die geäußerten Produktpräferenzen eher Anbietergruppenübergreifend.

Der Inhalt dieses Berichtsbandes:

1. Erkenntnisinteressen und Studiendesign
2. Wesentliche Ergebnisse und Interpretationen
3. **Sonderauswertung: Zahlungsbereitschaft für Finanzberatung**

Die Zusammenfassung der wesentlichen Erkenntnisse zur Zahlungsbereitschaft für gebührenpflichtige Finanzberatung:

1

Es gibt eine breite generelle Zahlungsbereitschaft für gebührenpflichtige Finanzberatung.

2

Die Zahlungsbereitschaft bewegt sich jedoch auf erschreckend niedrigen Preisniveaus.

3

Für Finanzdienstleister, die sich vom Provisions- zum Gebührenmodell entwickeln möchten, scheint dies noch ein langer Weg zu sein, solange die Zahlungsbereitschaft deutlich unter einer üblichen „Handwerkerstunde“ liegt.

Ansprechpartner.



Adel Gelbert
Partner und Geschäftsführer

BBDO Consulting GmbH
Theresienhöhe 12
80339 München

Fon +49 (0) 89 542 43 2152
Fax +49 (0) 89 542 43 2259
Mobil +49 (0) 175 1850927

adel.gelbert@bbdo-consulting.com



Claudia Masuch
Manager

BBDO Consulting GmbH
Königsallee 92
40212 Düsseldorf

Fon +49 (0) 211.13 79 8834
Fax +49 (0) 211.13 79 8742
Mobil +49 (0) 175 4329618

claudia.masuch@bbdo-consulting.de