

BBDO Consulting

Presseinformation

BBDO Consulting-Studie: Vertrauenskrise der Finanzbranche auch über ein Jahr „nach Lehman“ noch lange nicht ausgestanden

Repräsentative Studie untersucht zum zweiten Mal Auswirkungen der Finanzkrise auf Vertrauenswürdigkeit von Finanzdienstleistern / Kundenvertrauen bleibt auch über ein Jahr „nach Lehman“ auf ähnlich niedrigem Niveau wie bei Beginn der Krise / Sparkassen und Genossenschaftsbanken bleiben trotz leichter Verluste „Vertrauens-Champions“, Bausparkassen schließen in diese Spitzengruppe auf / Verlierer des letzten Jahres verbessern sich alle mit Ausnahme der Fondsgesellschaften / Traditionelle Universalbanken mit größtem Vertrauensverlust gegenüber Vorjahr / Zahlungsbereitschaft für Honorarberatung auf erschreckend niedrigem Niveau / BBDO Consulting-Partner Adel Gelbert: „Die Vertrauenskrise der Branche ist längst nicht ausgestanden, bei manchen Anbietergruppen scheint sie jetzt erst so richtig anzukommen“.

München, 1. Februar 2010 – Auch über ein Jahr nach der Lehman-Pleite leidet die Finanzdienstleistungsbranche immer noch unter einer echten Vertrauenskrise - dies ist das Kernergebnis einer repräsentativen Studie von BBDO Consulting, der auf Marketingstrategien spezialisierten Unternehmensberatung der BBDO Gruppe. Die Marketingexperten hatten schon Ende 2008 mit der gleichen repräsentativen Studie über 1.000 Personen zu ihrer Vertrauenseinschätzung gegenüber unterschiedlichen Finanzdienstleistern befragt und können nun folgende wesentliche Entwicklungen feststellen:

- *Kundenvertrauen stagniert:* Insgesamt bleibt das Kundenvertrauen gegenüber der Branche auf ähnlich niedrigem Niveau wie vor einem Jahr, also wie zu Hochzeiten der Finanzkrise. Dazu BBDO Consulting-Partner Adel Gelbert: „Offensichtlich sind Kunden nicht so schnell bereit, einfach wieder zum „Business as usual“ zurückzukehren, wie sie das zum Teil auf Anbieterseite erleben“.
- *Gewinner verlieren, Verlierer gewinnen:* Die Vertrauens-Champions des letzten Jahres, Sparkassen und Genossenschaftsbanken, sind auch dieses Jahr wieder vorne, müssen aber leichte Verluste hinnehmen, sodass jetzt auch die Bausparkassen Einzug in diese Spitzengruppe halten. Umgekehrt können die großen Verlierer des letzten Jahres - Investmentbanken, Unabhängige Finanzdienstleister wie MLP oder AWD sowie Privatbanken - zum Teil deutlich zulegen. Ausnahme: Fondsgesellschaften verharrten auf dem niedrigen Niveau des letzten Jahres.

BBDO Consulting

Presseinformation

- *Bodenständigkeit und Transparenz hilft, Internationalität und Kapitalmarktnähe nicht:* Wie vor einem Jahr belohnen Kunden auch diesmal wieder das, was für sie ein im besten Sinne des Wortes konservatives Geschäft ausmacht: Bodenständigkeit und Transparenz. Umgekehrt scheint das Misstrauen gegenüber Geschäften mit großer Nähe zu den internationalen Kapitalmärkten immer noch tief zu sitzen, trotz der positiven Entwicklungen vieler Aktienmärkte 2009.
- *Vertrauen alleine reicht nicht, ausschlaggebend ist die Präferenzposition:* Die Ergebnisse zeigen, dass eine gute Vertrauensposition sich nicht automatisch in eine starke Präferenzposition übersetzt. Zwei Beispiele aus der Gruppe der „Vertrauens-Champions“: während die Sparkassen ihre Vertrauensführerschaft auch in starke Präferenzpositionen bei allen abgefragten Bedarfen der persönlichen Finanzplanung ummünzen können (z. B. Altersvorsorge, Geldanlage, Kredit), gelingt dies den Genossenschaftsbanken nicht.
- *Zahlungsbereitschaft für Honorarberatung erschreckend niedrig:* zwar gibt es mittlerweile eine breite *generelle* Zahlungsbereitschaft für gebührenpflichtige Finanzberatung, allerdings bewegen sich die Beträge, die Kunden dafür nach eigener Aussage tatsächlich zu zahlen bereit sind, größtenteils bei Werten deutlich unter 50€. Dazu BBDO Consulting-Partner Adel Gelbert: „Es ist schon erstaunlich, dass Kunden einerseits einen erhöhten Bedarf nach objektiver und qualifizierter Finanzberatung äußern, andererseits aber weit weniger dafür zahlen möchten als für jede Handwerkerstunde“.

BBDO Consulting

Presseinformation

Fazit

- Finanzdienstleister haben beim Thema Kundenvertrauen auch über ein Jahr nach Beginn der Krise noch erheblich an Boden gutzumachen.
- Verlässlichkeit und Transparenz bleiben die wesentlichen Vertrauensstreiber, Internationalität und Kapitalmarktnähe das Gegenteil.
- Um Kundenvertrauen in Geschäftspotenzial zu übersetzen, braucht es eine Profilierung des Leistungsangebotes unterhalb der Marke, nur so wird aus Vertrauenswürdigkeit Relevanz.
- Der Weg vom Provisions- zum Honorarmodell ist noch ein langer aufgrund der (noch) zu geringen Zahlungsbereitschaft für Finanzberatung.

Studiendesign

Über 700 Personen (repräsentativer Bevölkerungsquerschnitt über 16 Jahre) wurden, wie letztes Jahr, per Online-Fragebogen zu ihrer Vertrauenseinschätzung gegenüber Finanzdienstleistern befragt, unterteilt in drei Ebenen:

1. Ebene der *Anbietergruppen*: Vertrauenseinschätzung gegenüber 10 unterschiedlichen Anbietergruppen der Finanzbranche: Universal-/Großbanken, Versicherungen, Direktbanken/-versicherer, Genossenschaftsbanken, Bausparkassen, Sparkassen, unabhängige Finanzdienstleister, Fondsgesellschaften, Investmentbanken und Privatbanken.
2. Ebene der *Unternehmensmarken*: Vertrauenseinschätzung zu einzelnen Anbietermarken aus den 10 Anbietergruppen (diese Ergebnisse werden aus Vertraulichkeitsgründen nicht veröffentlicht).
3. Ebene der *Leistungen*: Für 7 unterschiedliche Bedarfe der persönlichen Finanzplanung wurden die Kundenpräferenzen bezüglich Anbietergruppen („Wer wäre für Sie zu diesem Thema erste Wahl?“) sowie bezüglich Produkten („Welches Produkt wäre für Sie hierzu erste Wahl?“) abgefragt. Zusätzlich wurde die Zahlungsbereitschaft für Honorarberatung mittels der Price Sensitivity Meter-Methode von Van Westendorp abgefragt.

BBDO Consulting

Presseinformation

BBDO Consulting

BBDO Consulting ist die internationale Managementberatung der BBDO mit Fokus auf marktorientierter Unternehmensführung. Gemeinsam mit ihren Kunden entwickelt und implementiert BBDO Consulting Strategien zur Marktbearbeitung und übersetzt sie in konkrete, handlungsleitende Grundsätze und Systeme. Internationale Bluechip-Kunden und Marktführer vertrauen seit der Gründung 2000 der einmaligen Expertise in den Bereichen strategisches Marken- und Kundenmanagement. BBDO Consulting baut auf das umfassende Know-how der Mitarbeiter aus Beratung und Industrie. Die tiefe lokale Kenntnis der Märkte verbunden mit einer globalen Perspektive ist Teil des Erfolgs an den Standorten Berlin, Düsseldorf, Johannesburg, Madrid, Moskau, München, Shanghai und Tel Aviv. BBDO Consulting ist Teil der BBDO Worldwide, eines der führenden internationalen Agenturnetzwerke mit über 290 Büros in 77 Ländern.

Ansprechpartner bei BBDO Consulting

Adel Gelbert
Partner und Geschäftsführer
BBDO Consulting München

T +49.89.54243-2152
adel.gelbert@bbdo-consulting.com
www.bbdo-consulting.com