

Die Deutschen bleiben Börsenmuffel

13.12.2007, 15:03 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *psychonomics AG*

Trotz des enormen Aufschwungs vieler Aktienwerte in den letzten Jahren stehen die Bundesbürger der Börsenwelt weiter passiv und eher kritisch gegenüber. Daran wird sich auch in näherer Zukunft wenig ändern: Lediglich jeweils drei bis vier Prozent der Deutschen planen, im kommenden Jahr Aktien zu kaufen oder in Fonds zu investieren. Derzeit ist nur jeder fünfte Haushalt (21%) im Besitz von Aktien.

Das risiko-averse Finanzverhalten drückt sich auch darin aus, dass sich lediglich 17 Prozent der Bundesbürger regelmäßig und aktiv über das Börsengeschehen informieren. Trotz der anhaltend niedrigen Zinsen bleiben sichere Sparanlagen (Sparbuch, Sparpläne, etc.) mit Abstand das beliebteste Anlageprodukt. Es folgen Kapital-Lebensversicherungen, Bausparverträge und Investmentfonds.

Dies zeigt der aktuelle "Kundenmonitor Banken 2007" des Marktforschungs- und Beratungsinstituts psychonomics AG. 3.000 repräsentativ ausgewählte private Bankkunden zwischen 18 und 69 Jahren wurden zu ihrem Finanzverhalten und ihrer Finanzmentalität befragt.

Die Zurückhaltung der Deutschen vor risiko- wie chancenreicheren Geldanlagen liegt - neben rein psychologischen Ursachen oder grundsätzlichen finanziellen Beschränkungen - auch in ihrer eher mäßigen Finanzkompetenz begründet: Lediglich 40 Prozent der Bundesbürger kennen sich nach eigener Aussage in Geldangelegenheiten wirklich gut aus. Am risikofreudigsten zeigt sich noch der "Unabhängige" Bankkunden-Typ (18% Bevölkerungsanteil), der eine überdurchschnittlich hohe Finanzkompetenz und Renditeorientierung aufweist.

Zufriedenheit der Bankkunden gegenüber 2006 verbessert

Die Gesamtzufriedenheit der Bundesbürger mit den Leistungen ihrer Hauptbank hat sich gegenüber dem Vorjahr erkennbar verbessert (plus acht Prozentpunkte). Gleichwohl besteht weiterhin Optimierungspotenzial: Zwischen den großen Bankinstituten schwankt der Anteil der besonders zufriedenen Kunden zwischen 30 und 55 Prozent. Zudem bewertet jeder siebte Bankkunde (14%) seine Hauptbank nur als mittelmäßig oder schlecht. Kunden mit einem persönlichen Ansprechpartner bei ihrer Hauptbank beurteilen diese besser als Kunden ohne festen Kontakt zu einem Berater.

Im Institutsvergleich zeigen die Kunden der Sparda Bank nach wie vor die größte Gesamtzufriedenheit. Platz zwei belegt die Postbank, die gegenüber 2006 den stärksten Anstieg der Kundenzufriedenheit verzeichnen kann. In punkto Weiterempfehlung durch die eigenen Kunden kann sich die Commerzbank gegenüber 2006 am deutlichsten verbessern und belegt hier Rang drei. Bei der Cross-Bying-Bereitschaft ihrer Kunden hat die Deutsche Bank die Nase vorn. In der Marktreichweite führen die Sparkassen sehr deutlich mit 57 Prozent, gefolgt von den Volks- und Raiffeisenbanken (28%).

"Viele Bankinstitute haben die Pflege der Beziehungen zu den Bestandskunden wieder in den Mittelpunkt ihrer Aktivitäten gerückt. Dies macht sich bezahlt. Gleichzeitig steigen die Ansprüche der Kunden an die Qualität von Bankdienstleistungen", kommentiert Stefan Heinisch, Studienleiter bei der psychonomics AG.

Rund ein Viertel aller Bankkunden (27%) hat keine feste Bindung mehr zur Hausbank. Als Hauptgründe für einen möglichen Institutswechsel werden zu hohe Kontoführungsgebühren (30%), schlechte Servicequalität (25%), ungünstige Zins- oder Kreditkonditionen (24%) und eine mangelnde Beratungsqualität (16%) genannt. Unmittelbare Wechselabsichten hegen derzeit aber nur etwa drei Prozent aller Bankkunden.

Der komplette "Kundenmonitor Banken 2007" - die umfassende Repräsentativstudie zum deutschen Bankenmarkt - ist

über die psychonomics AG beziehbar. Weitere Studieninfo: www.psychonomics.de/kundenmonitor-banken-2007

Ansprechpartner: Stefan Heinisch (Studienleiter) - stefan.heinisch@psychonomics.de - T +49 (0)221 42061-574.

Pressekontakt

Pressebüro
Ansgar Metz
Haselbergstraße 19
50931 Köln
T +49 (0)177 295 3800
E-Mail: ansgar.metz@email.de

Die psychonomics AG ist ein führendes Marktforschungs- und Beratungsinstitut mit Hauptsitz in Köln. Das Leistungsspektrum umfasst die systematische Analyse, Gestaltung und das Controlling erfolgskritischer Beziehungen von Unternehmen zu ihren Kunden, Mitarbeitern und Vertriebs- bzw. Handelspartnern sowie zu Investoren und der Öffentlichkeit.

Zum Kundenkreis von psychonomics zählen viele Marktführer aus den Bereichen Dienstleistung, Handel und Verarbeitendes Gewerbe. Derzeit beschäftigt das 1991 als Spin-Off des Instituts für Wirtschafts- und Sozialpsychologie der Universität zu Köln gegründete Unternehmen an den Standorten Köln, Berlin und Wien ein Team aus rund 120 hoch qualifizierten Analysten und Beratern.

Portrait

Weitere Info: www.psychonomics.de

News-ID: 177513 • Views: 89 (Stand: 20.05.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/177513/Die-Deutschen-bleiben-Boersenmuffel.html>