

Auswertung der Studie

**Umfrage Banking Club Online
Prüfsiegel für Finanzprodukte**

exameo GmbH
Frankfurt, Juni 2010



Anlageberater fordern transparente Informationen und Qualitätssiegel für verständliche Finanzprodukte!

- In der Finanzkrise ist viel Vertrauen verloren gegangen. „Wir müssen kundenfreundlicher werden und verständlicher informieren“, haben sich Bankenvertreter vorgenommen. Dies betrifft vor allem das Informationsmaterial zu Finanzprodukten, das Banken ihren Kunden zur Verfügung stellen.
- Auch vielen Beratern fällt es schwer, manche Beschreibungen zu verstehen.
- In einer Studie des Banking Club Online wurden Anlageberater gefragt, wie optimales Informationsmaterial aussehen sollte. Übereinstimmend haben sie entschieden: Am wichtigsten sind kurze Texte und die verständliche Darstellung von Chancen, Risiken und Kosten. Außerdem verlangen sie, auch juristische Sachverhalte verständlich auszudrücken.
- Berater gehen davon aus, dass ein Qualitätssiegel für Verständlichkeit von Informationen Beratern und Anlegern eine wichtige Entscheidungshilfe bieten kann.
- Finanzprodukte mit einem solchen Qualitätssiegel werden sich leichter verkaufen lassen.
- Hier profitieren alle: Anleger und Berater, Banken und Emittenten!

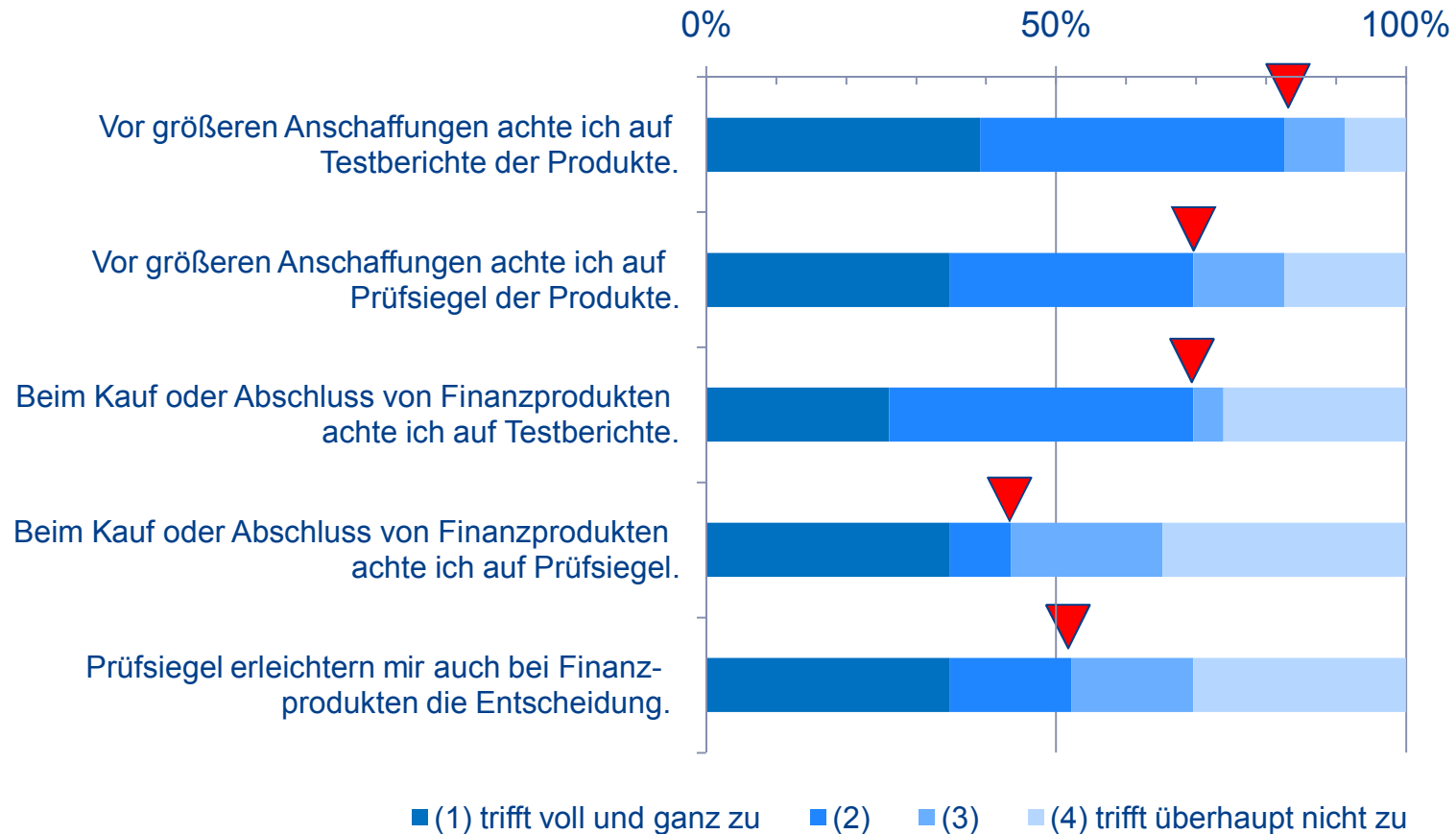
Kernaussagen von Anlageberatern und Führungskräften:

- Im unübersichtlichen Markt für Finanzprodukte ist Orientierung notwendig.
- Berater wie Anleger sind häufig mit den angebotenen Informationen über Finanzprodukte überfordert.
- Die wichtigsten Kriterien für Berater sind:
 - kurze Texte
 - die verständliche und transparente Darstellung von Chancen, Risiken und Kosten
 - eine verständliche Sprache bei juristischen Texten
- 70% der Befragten achten bei Finanzprodukten auf Testberichte und 85% glauben, dass die Bedeutung von Prüfsiegeln in den nächsten Jahren steigen wird.
- Mehr als zwei Drittel der Berater halten Prüfsiegel für ein wichtiges Entscheidungskriterium für Selbstentscheider und Beratungskunden.
- 72% der Berater schätzen, dass sie bei Beratungskunden mit geprüften und besiegelten Informationen höhere Umsätze erzielen können als mit den bisherigen Informationsmaterialien.

Aufbau der Umfrage:

- Umfrage unter den rund 49.000 Mitgliedern des Banking Club Online
- Angesprochen waren Mitglieder, die in der Anlageberatung tätig sind, darunter viele Führungskräfte
- Zeitraum: Mai 2010

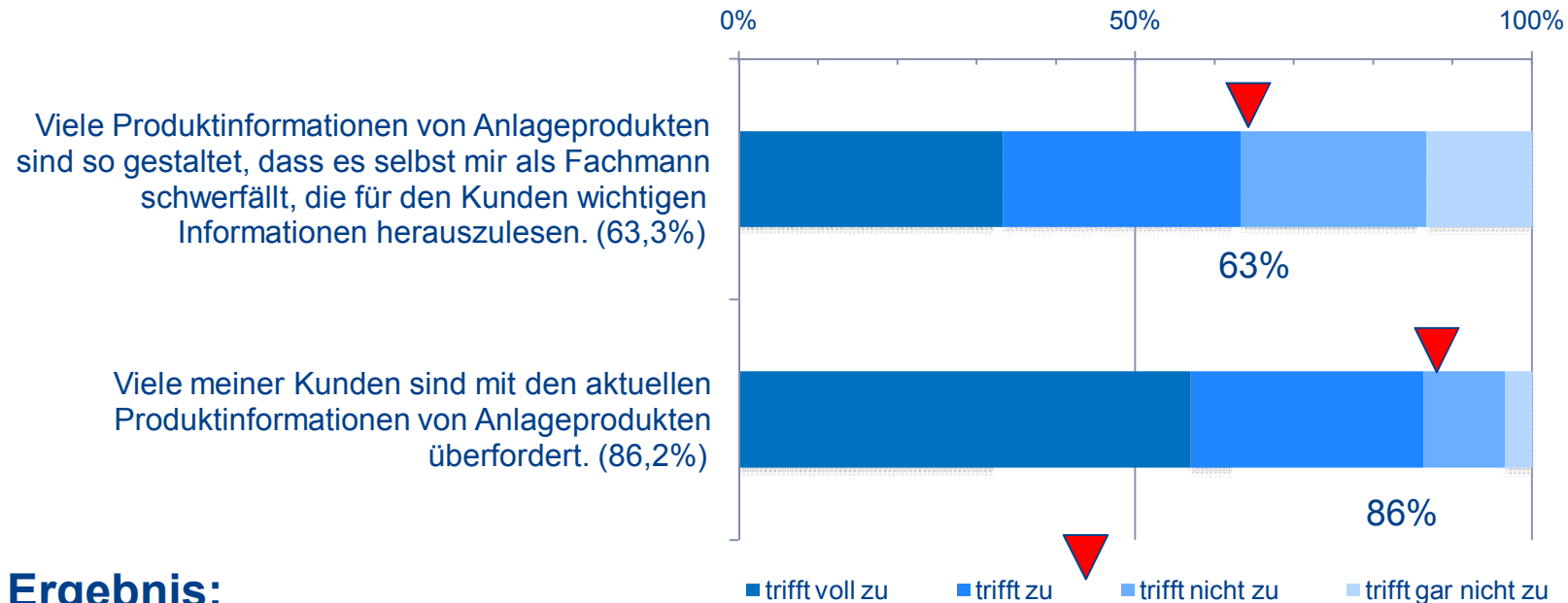
Wie wichtig sind für Sie Testberichte und Prüfsiegel?



Ergebnis:

- Testberichte sind für 83% der Befragten wichtig, wenn größere Anschaffungen getätigt werden sollen.
- 70% der Befragten achten darüber hinaus auf Prüfsiegel.
- 70% der Befragten achtet auch beim Abschluss von Finanzprodukten auf Testberichte.
- Knapp die Hälfte der Befragten achtet auch heute schon auf Prüfsiegel bei Finanzprodukten.
- 52% der Befragten glauben, dass ihnen Prüfsiegel auch bei Finanzprodukten die Entscheidung erleichtern werden.

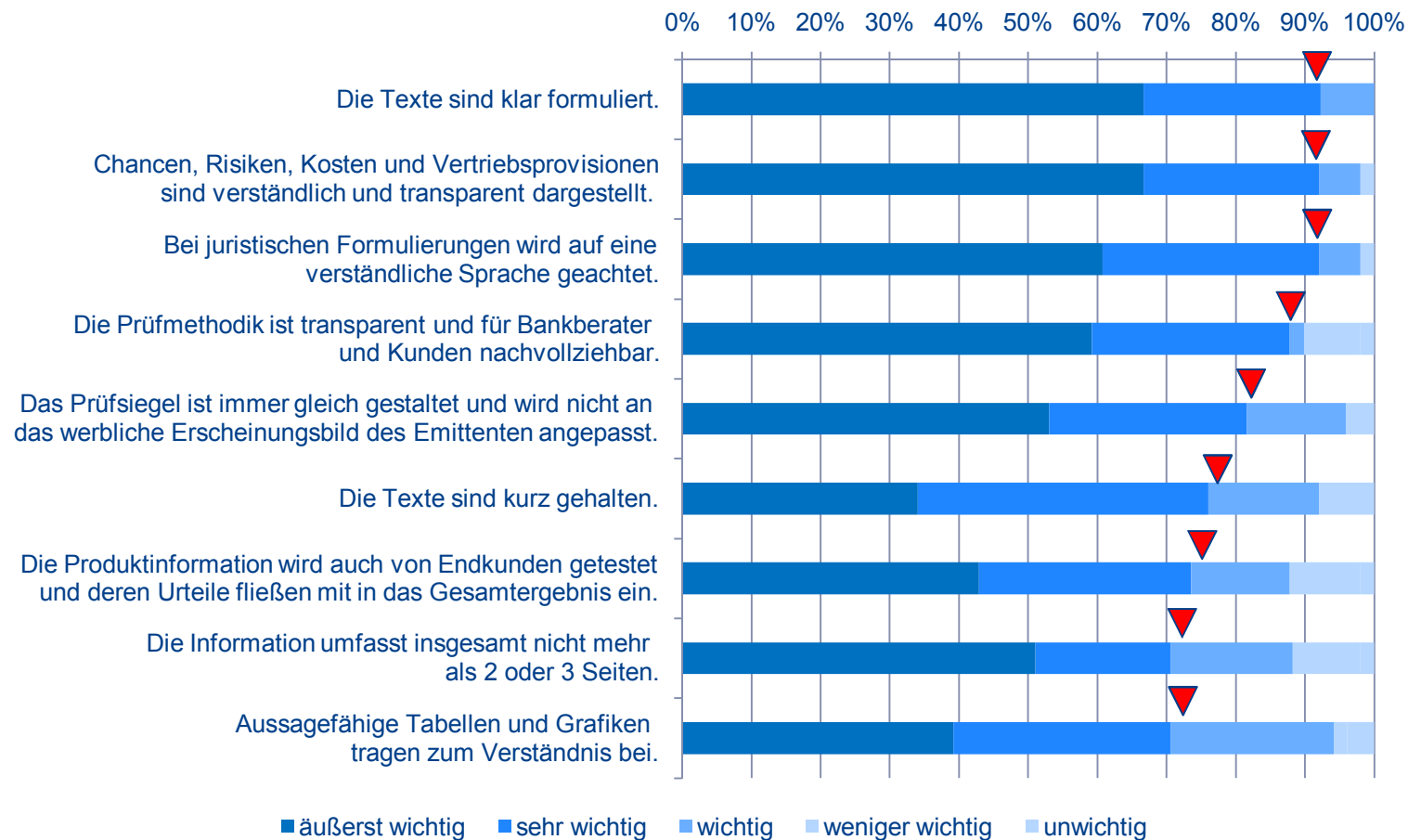
Wie kommen Berater und Kunden heute mit den angebotenen Produktinformationen von Anlageprodukten zurecht?



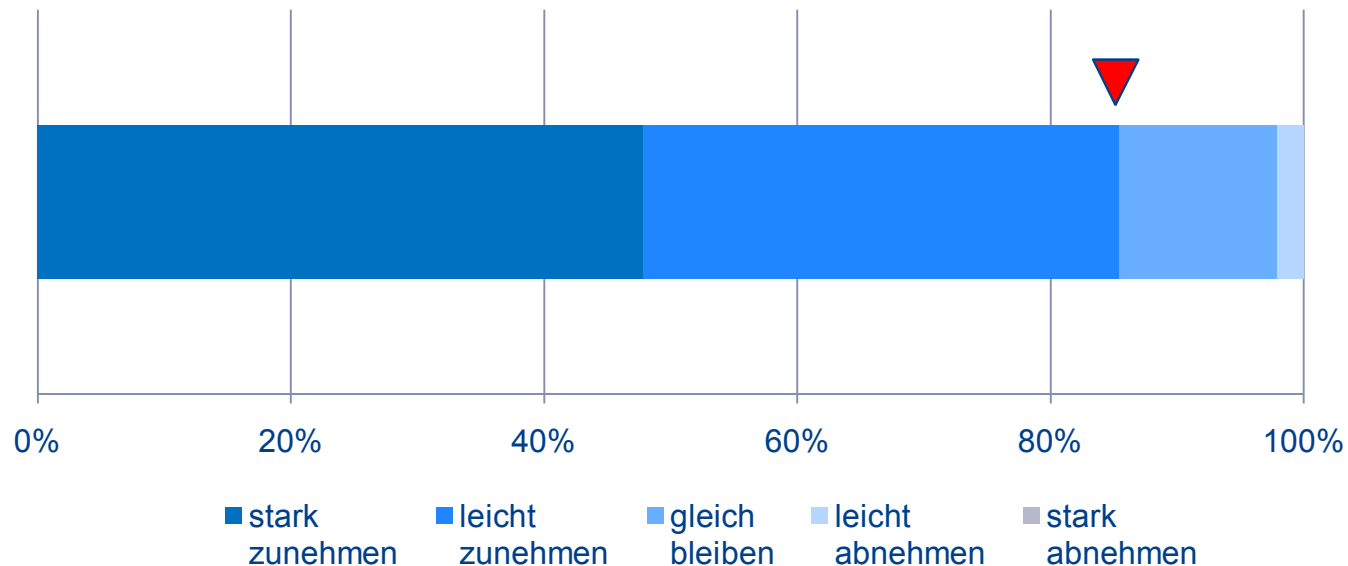
Ergebnis:

- 63% der befragten Finanzberater finden, dass es selbst ihnen als Fachleuten schwerfällt, die für den Kunden wichtigen Informationen aus den Produktinformationen herauszulesen.
- 86% der Anlageberater glauben, dass ihre Kunden mit den aktuellen Produktinformationen überfordert sind.

Wie wichtig wären die folgenden Aspekte für ein Prüfsiegel „Geprüfte Kundeninformation“?



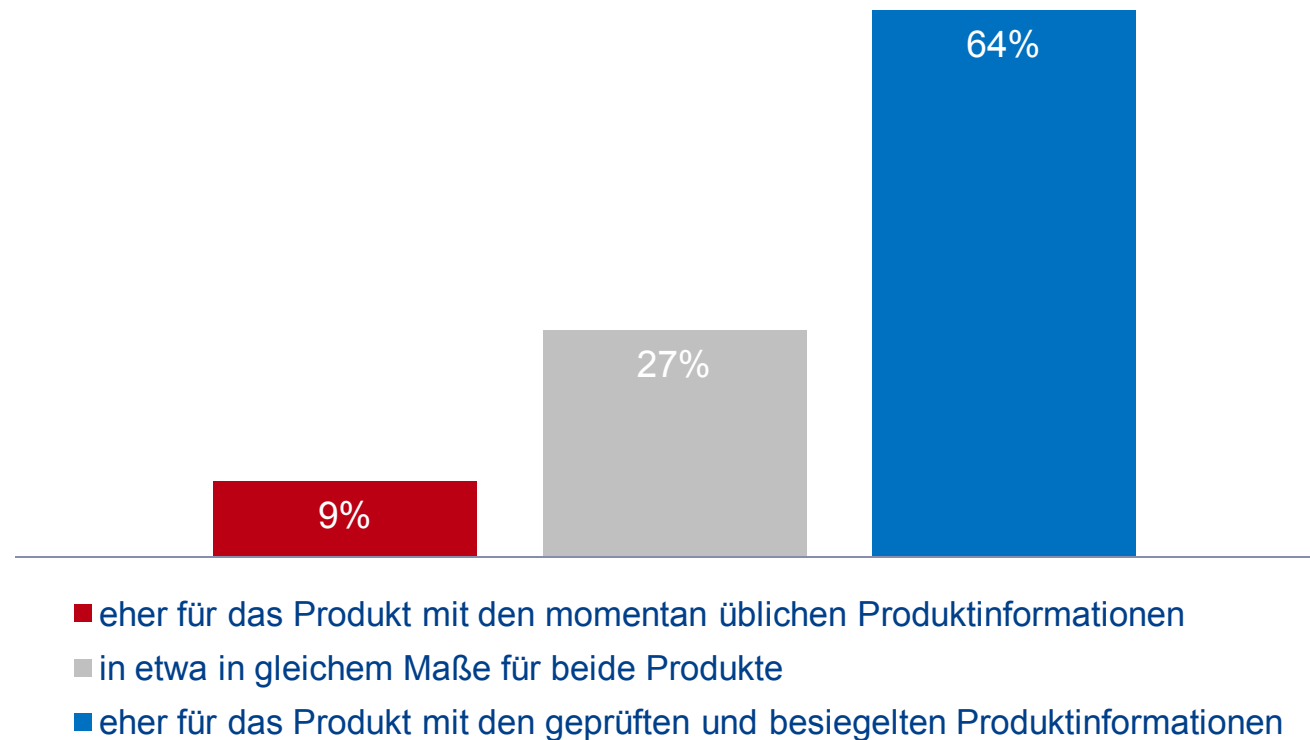
Was glauben Sie persönlich, wie sich die Bedeutung von solchen Prüfsiegeln für die Anleger in den nächsten Jahren entwickeln wird?



Ergebnis:

- 85% der Berater glauben, dass die Bedeutung von Prüfsiegeln in den nächsten Jahren leicht bis stark zunehmen wird.

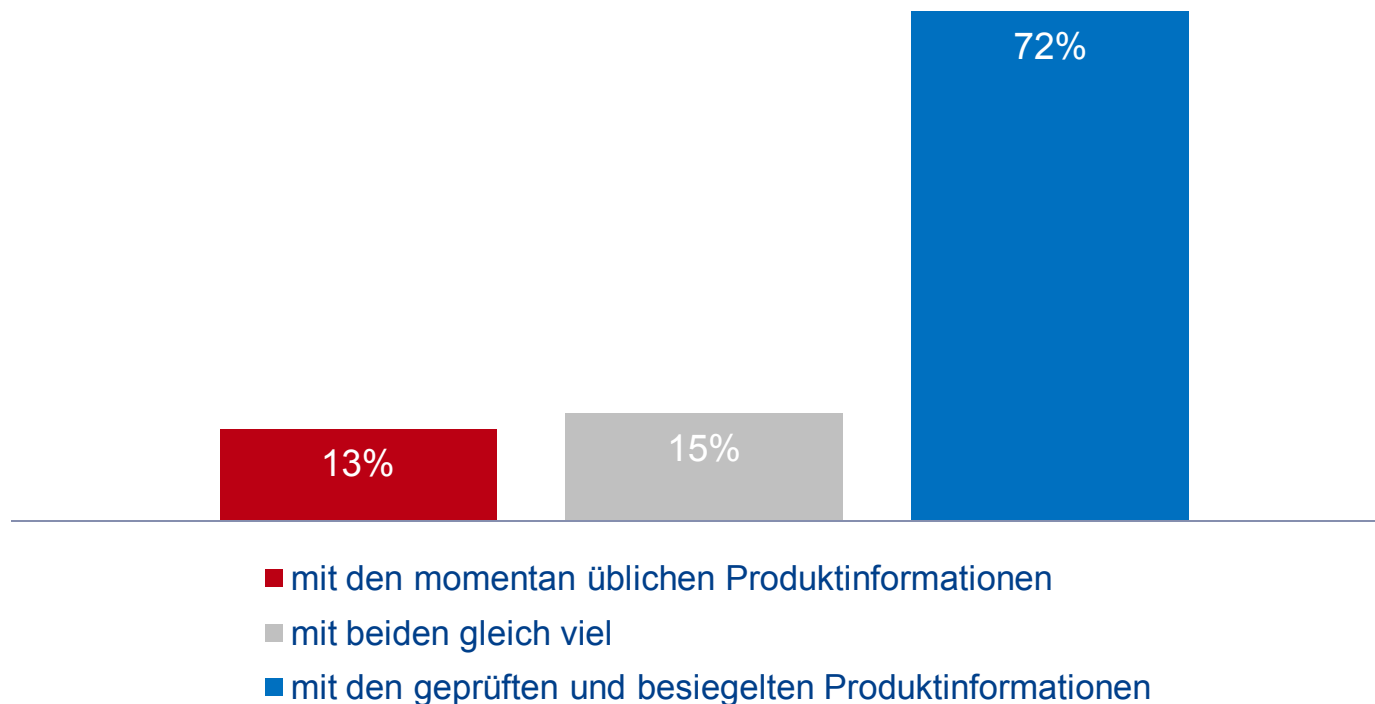
Für welches dieser beiden Anlageprodukte werden sich Ihrer Ansicht nach Kunden entscheiden, die ihre Geldanlage ohne die Unterstützung durch einen Bankberater im Internet tätigen?



Ergebnis:

- 6 von 10 Beratern glauben, dass sich die Selbstentscheider eher für das geprüfte und besiegelte Produkt entscheiden werden.

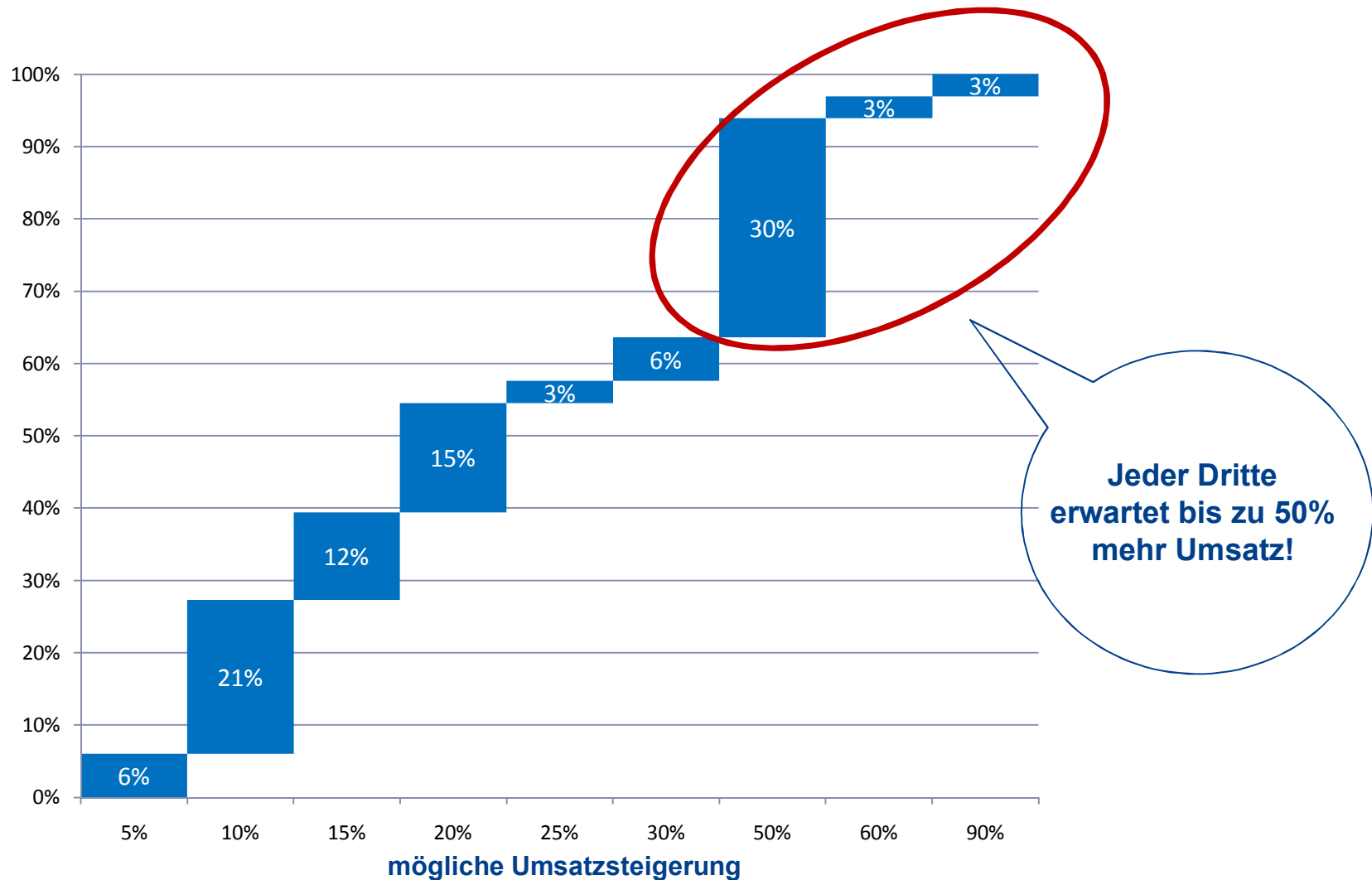
Und bei einem Kunden, der Ihre Beratung in Anspruch nimmt: Mit welchen dieser beiden Anlageprodukte können Sie bei einem solchen Kunden voraussichtlich die höheren Umsätze erzielen?



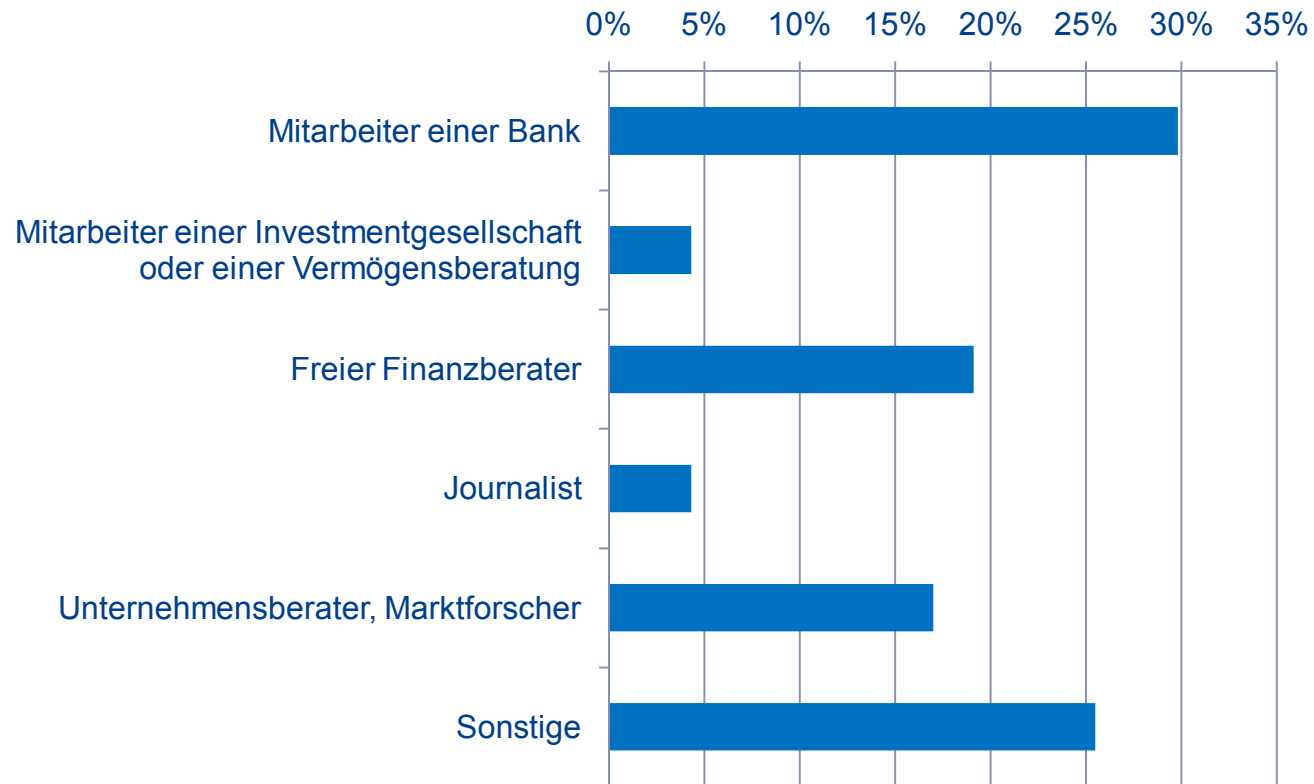
Ergebnis:

- Bei Beratungskunden liegt der Anteil sogar noch höher: 72%!

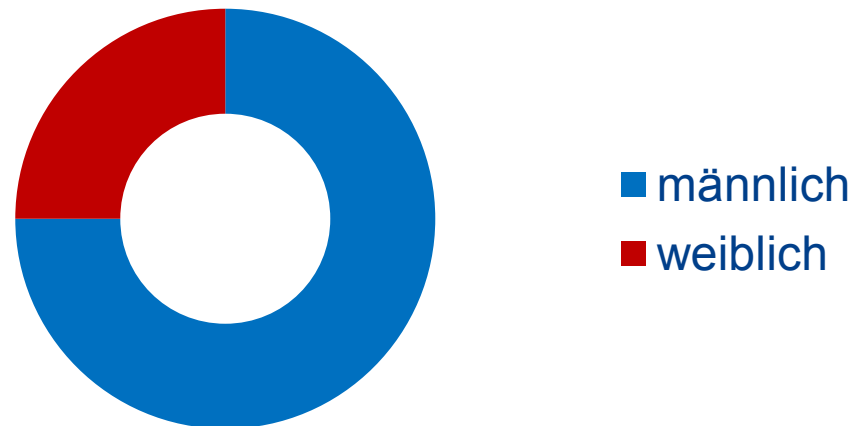
Wie viel höher könnte der Umsatz bei Beratungskunden mit einem Anlageprodukt mit geprüfter Kundenkommunikation sein?



Welcher Berufsgruppe gehören Sie an?



Ihr Geschlecht?



exameo GmbH – Europäisches Institut für verständliche Information

Geschäftsführung:	Kurt Bürkin Gabi Trillhaas
Adresse:	Savignystraße 34 D-60325 Frankfurt am Main
Telefon	+49 69 2444 85550
Telefax	+49 69 2444 85555
Internet	www.exameo.de
E-Mail	info@exameo.de

© Copyright 2010 by exameo GmbH / Frankfurt am Main

Das vorliegende Werk ist urheberrechtlich geschützt. Kein Teil davon darf ohne schriftliche Einwilligung der exameo GmbH in irgendeiner Form (Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren), auch nicht zum Zwecke der Unterrichtsgestaltung, reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden. Zitate und Nachdrucke, auch auszugsweise, sind nur mit ausdrücklicher Genehmigung und Quellenhinweisen gestattet.