

TNS Infratest Trendletter

Ein Informationsdienst zum Meinungsbild in Deutschland

Die Bedeutung von Preis und Qualität bei Finanzdienstleistungen

Juli 2007

Ansprechpartner:

Andreas Pohle
TNS Infratest
Landsberger Straße 338
80687 München
t 089 5600-1917
e andreas.pohle@tns-infratest.com

Martin Kögel
TNS Infratest
Landsberger Straße 338
80687 München
t 089 5600-1406
e martin.koegel@tns-infratest.com

Qualitätsbewusstsein bei Bankdienstleistungen weiterhin auf hohem Niveau

Im Bankbereich bleibt das Qualitätsbewusstsein der Kunden hoch. Beim Abschluss von Finanzprodukten ist sechs von zehn Deutschen (60 Prozent) die Leistung bzw. Qualität wichtiger als der Preis. Im Zeitvergleich hat das Setzen auf Qualität sogar noch an Bedeutung gewonnen, ebenso aber die Bevorzugung eines ausgewogenen Preis-Leistungsverhältnisses: Betonte 2004 etwa jeder zehnte Bundesbürger, dass Preis und Leistung bei Finanzprodukten stimmen müssten, ist es aktuell jeder Sechste (17 Prozent). Eine „Geiz ist geil“-Mentalität spielte aus Kundensicht im Bankenbereich schon immer nur eine untergeordnete Rolle, die reine Preisorientierung hat in den letzten Jahren sogar weiter an Gewicht verloren. Nur 21 Prozent der Bundesbürger geben an, bei Bankgeschäften vorrangig auf den Preis zu achten, 2004 waren es noch 36 Prozent.

Ausgewogenes Preis-Leistungsverhältnis bei KFZ-Versicherungen im Kommen

Bei KFZ-Versicherungen stand die Leistung dagegen noch nie so eindeutig im Vordergrund wie bei den Finanzprodukten. Kaum verändert gegenüber früheren Jahren gewichtet nur weniger als die Hälfte der Bundesbürger (45 Prozent) den Leistungsumfang eindeutig höher als die mit der Versicherung auf sie zukommenden Kosten. Deutlich gewachsen ist dagegen die Bedeutung eines guten Verhältnisses zwischen Preis und Leistung. Jeder Vierte (24 Prozent) gibt an, beim Abschluss einer Versicherung auf beide Aspekte gleichermaßen zu achten, 2004 war es gerade einmal jeder Zehnte (11 Prozent). Im Gegenzug hat das Gewicht der reinen Preisorientierung auf dem Feld der KFZ-Versicherungen deutlich abgenommen. Betonten 2004 noch 37 Prozent der Bundesbürger, der Preis wäre für sie bei KFZ-Versicherungen vorrangig, sind es derzeit nur noch 24 Prozent.

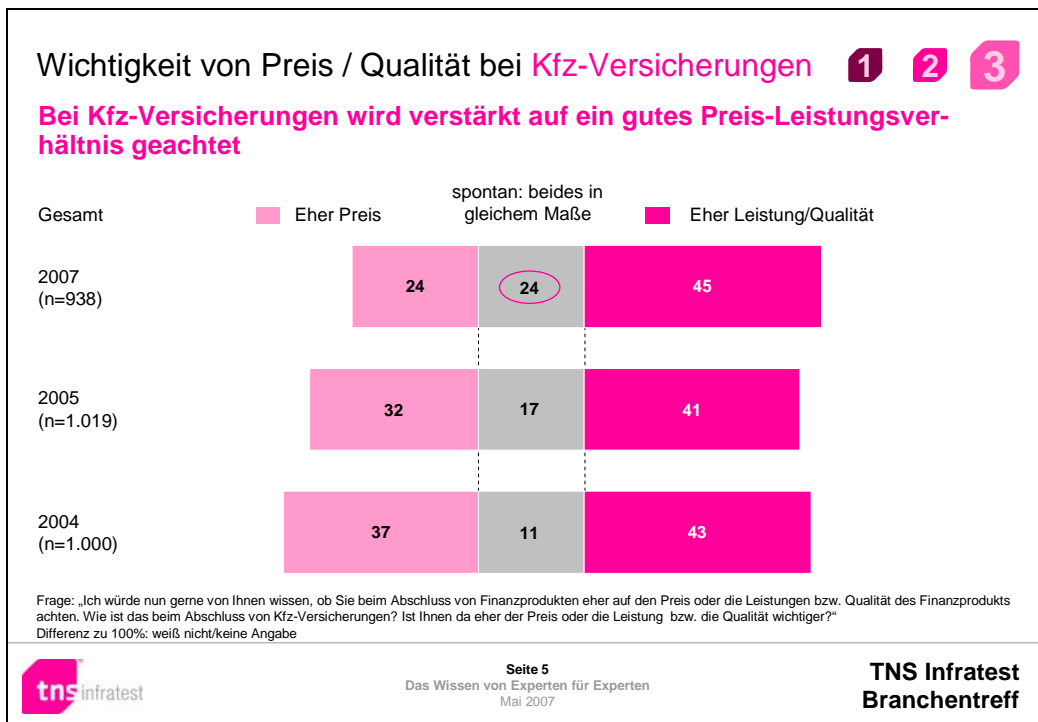
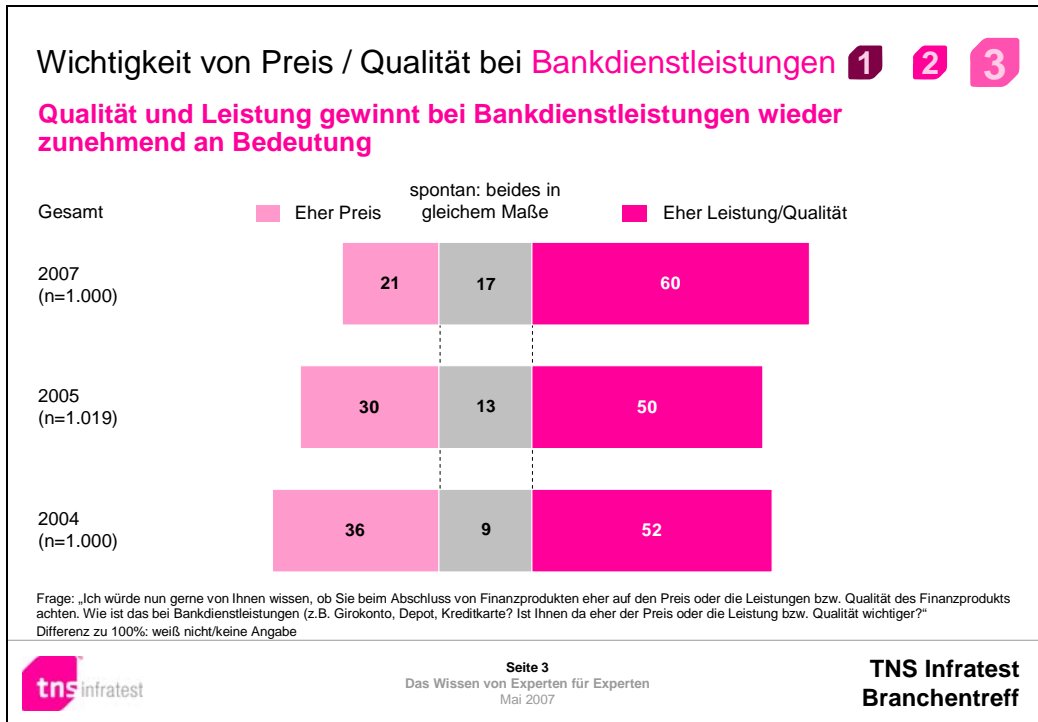
Filialnähe entscheidender Faktor für Wahl des Geldinstituts

Bei der Wahl eines Geldinstituts ist die Filialnähe für Bankkunden ein entscheidendes Argument. Neun von zehn Bundesbürgern (88 Prozent) vertreten die Ansicht, ein Geldinstitut käme für sie nur in Frage, wenn sie auch die Möglichkeit hätten, sich in einer Filiale in ihrer Nähe beraten zu lassen. Die Reputation des Geldinstituts bezeichnen sechs von Bundesbürgern (58 Prozent) als relevant für ihre Entscheidung. Vier von zehn (41 Prozent) legen allerdings keinen Wert auf einen großen Namen und sind damit prinzipiell aufgeschlossen auch gegenüber anderen Instituten. Was neuen Marktteilnehmern den Eintritt am hiesigen Kundenmarkt erschwert, ist eine nur mäßige Wechselbereitschaft der Deutschen. Gut jeder Zweite (54 Prozent) scheut bei guten Angeboten, den Aufwand, Finanzprodukte bei einer Bank abzuschließen, bei der er nicht Kunde ist. Immerhin vier von zehn (43 Prozent), darunter überdurchschnittliche viele Besserverdiener, aber sitzen nicht in der Bequemlichkeitsfalle. Sie würden in diesem Fall den Aufwand durchaus in Kauf nehmen und zum Abschluss von Finanzprodukten das attraktivere Geldinstitut aufsuchen.

Hintergrundinformationen

Für die repräsentative Untersuchung hat TNS Infratest am 17. und 18. April 1.000 Wahlberechtigte in Deutschland befragt. Die Befragung wurde als computergestützte Telefonerhebung (CATI) angelegt. Die Auswahl der Zielpersonen erfolgte als repräsentative Zufallsauswahl. Bei der Auswahl der Zielhaushalte kam das random-digit-dialing-Verfahren zur Anwendung, bei der Auswahl der Zielpersonen im Haushalt der so genannte Schwedenschlüssel. Diese Vorgehensweise ermöglicht eine Verallgemeinerung der ermittelten Befunde auf die Gesamtheit aller Wahlberechtigten bei einer Fehlermarge von plus/minus 1,4 bis 3,1 Prozentpunkten.

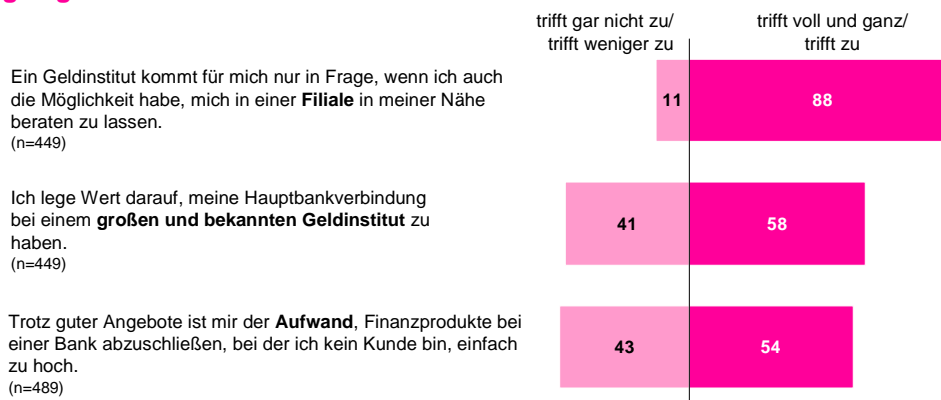
TNS Infratest ist Mitglied der TNS Gruppe (Taylor Nelson Sofres, London) und gehört damit zu einem der führenden Marktforschungs- und Beratungsunternehmen der Welt. Für unsere Auftraggeber aus Automobil und Verkehr, Pharmamarkt, IT/(Tele-) Kommunikation und Neue Medien, Finanzforschung, Konsumgüter, sowie der Medien-, Politik- und Sozialforschung liefert TNS Infratest "Beratung durch Forschung" und damit den innovativen Management Support für Wissensvorsprung und Entscheidungssicherheit. Weitere Informationen unter www.tns-infratest.com



Einstellungen zu Finanzdienstleistungen (I)

1 2 3

Für die überwiegende Mehrheit ist die persönliche Beratung in einer nahe gelegenen Filiale ein zentrales Kriterium für die Wahl der Bank

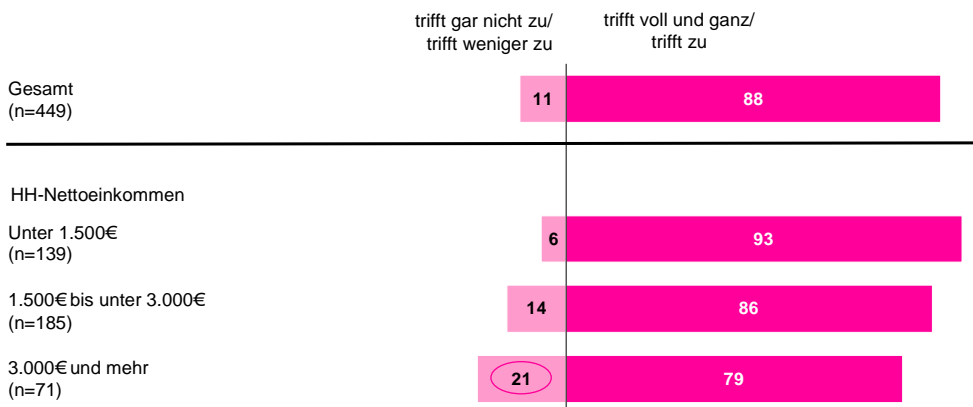


Frage: Es gibt ja unterschiedliche Ansichten zum Thema Finanzdienstleistungen. Ich lese Ihnen hierzu einige Aussagen vor. Sagen Sie mir bitte jeweils, ob diese auf Sie voll und ganz zutreffen, zutreffen, weniger zutreffen oder gar nicht zutreffen.
Differenz zu 100%: weiß nicht/keine Angabe

Einstellungen zu Finanzdienstleistungen (II)

1 2 3

„Ein Geldinstitut kommt für mich nur in Frage, wenn ich auch die Möglichkeit habe, mich in einer Filiale in meiner Nähe beraten zu lassen“



Differenz zu 100%: weiß nicht/keine Angabe

Einstellungen zu Finanzdienstleistungen (III)

1 2 3

„Trotz guter Angebote ist mir der Aufwand, Finanzprodukte bei einer Bank abzuschließen, bei der ich noch kein Kunde bin, einfach zu hoch“

