

PRESSEMITTEILUNG

Banken und Sparkassen lassen Chancen im Wertpapiergeschäft ungenutzt

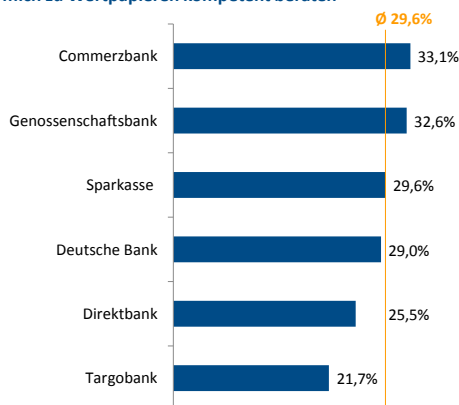
- **Trotz gestiegenen Interesses an Wertpapieren besitzen nur 24 Prozent der befragten Finanzentscheider Aktien oder Anleihen**
- **Bis zu 50 Prozent der Kunden wurden noch nie auf Wertpapiere angesprochen**
- **Nur knapp ein Drittel der Kunden spricht seiner Hausbank die entsprechende Beratungskompetenz zu**

Frankfurt am Main, 15. Mai 2018. Nach einer aktuellen Studie der auf Finanzdienstleister spezialisierten Managementberatung Investors Marketing zeigen Banken und Sparkassen nur wenig Engagement, um ihre Kunden für Wertpapiere zu interessieren. Selbst von den Kunden mit Wertpapieren wurden 25 Prozent noch nie auf Anlagen beispielsweise in Aktien angesprochen, so ein Ergebnis der Studie. „Diese Zurückhaltung ist nur schwer verständlich“, sagt Thomas Wollmann, Vorstand bei Investors Marketing (IM). „Denn so lassen die Institute wertvolle Ertragschancen ungenutzt, und zwar sowohl für das eigene Haus als auch für ihre Kunden.“

Nach den Ergebnissen der aktuellen IM-Privatkundenstudie, für die mehr als 2000 Privatkunden befragt wurden, ist der Wertpapierbesitz bei den Finanzentscheidern von 22 Prozent im Jahr 2016 auf 24 Prozent zu Anfang 2018 angestiegen. 13 Prozent können sich vorstellen, bei zukünftigen Geldanlagen ein höheres Risiko einzugehen, um mehr Rendite zu erzielen und vier Prozent planen, in nächster Zeit in Wertpapiere zu investieren.

Nur jeder Dritte ist überzeugt, dass seine Hausbank ihn zu Wertpapieren kompetent beraten kann

Meine Hausbank kann mich zu Wertpapieren kompetent beraten



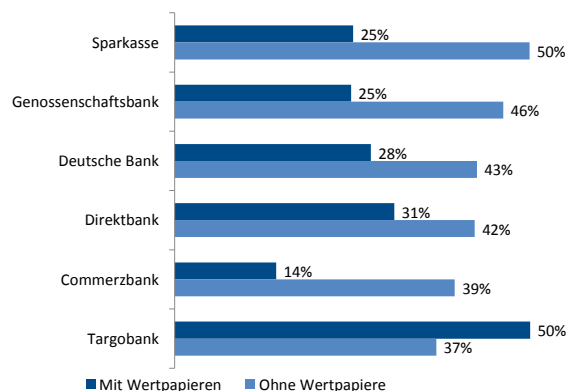
Quelle: IM-Privatkundenstudie 2018, N = 2.014, Befragte mit/ohne Wertpapierbesitz, Top Boxes = stimme (voll und ganz) zu, nach Hauptbankverbindung

Dabei würden sich rund 37 Prozent aller Befragten zuerst an ihre Hausbank wenden, wenn es um Wertpapieranlagen geht. Bei der Einschätzung von deren Kompetenz gibt es allerdings signifikante Unterschiede: Während von den Wertpapierbesitzern 34 Prozent überzeugt sind, ihre Hausbank könne sie zu Wertpapieren kompetent beraten, sind es bei den Befragten ohne Wertpapiere nur 28 Prozent. Dabei wäre Unterstützung dringend erforderlich: Fast jeder Zweite gibt an, dass er sich mit Wertpapieren zu wenig auskennt und keine Zeit hat, sich damit zu beschäftigen.

Die geringe Kompetenzwahrnehmung mag damit zusammenhängen, dass 47 Prozent der Befragten ohne Wertpapiere angeben, sie seien noch nie von ihrer Hausbank auf Wertpapiere angesprochen worden. Die zunehmende Regulatorik, die eine Wertpapierberatung für die breite Masse an Retailkunden kaum mehr profitabel erscheinen lässt, reicht als Erklärung hierfür nicht aus, denn auch 24 Prozent der Kunden mit Wertpapieren geben an, noch nie aktiv auf Anlagen in Aktien und Anleihen angesprochen worden zu sein.

Kunden ohne Wertpapiere werden von ihrer Hausbank nur selten auf Wertpapiere angesprochen

Meine Hausbank hat mich noch nie auf Wertpapiere angesprochen



Quelle: IM-Privatkundenstudie 2018, N = 2.014, Top Boxes = stimme (voll und ganz) zu, nach Hauptbankverbindung

© Investors Marketing AG

3

„Wenn Banken und Sparkassen zukünftig im Wertpapiergeschäft eine Rolle spielen wollen, um die einbrechenden Zinsüberschüsse auszugleichen, müssen sie aktiver auf ihre Kunden zugehen,“ so Thomas Wollmann. „Die fehlende Kundenansprache ist ein ernstes Risiko, gerade für Regionalinstitute. Wenn die Kunden den Wert der Beratung nicht erleben, profitieren davon Direktbanken und Robo Advisor, die mit einfachen Lösungen ohne persönliche Beratung und günstigen Preisen locken.“

Für die „IM-Privatkundenstudie 2018“ wurden mehr als 2000 Finanzentscheider in privaten Haushalten in Deutschland befragt. Die Studie erscheint im Juni 2018.

Über Investors Marketing Management Consultants

Investors Marketing ist die erste und einzige Managementberatung für Finanzdienstleister mit einem zu 100 Prozent kundenzentrierten Beratungsansatz. Wachstums- und Ertragsstrategien, aber auch Kosten- und Effizienzstrategien entwickelt Investors Marketing immer aus Sicht der relevanten Zielgruppe – des Kunden. Der besondere Beratungsansatz und die ausschließliche Fokussierung auf

den Finanzdienstleistungsmarkt haben Investors Marketing zur ersten Wahl in mehr als 500 erfolgreich umgesetzten Projekten gemacht. Zu den Klienten zählen national und international führende Banken, Sparkassen, Versicherungen, Fondsgesellschaften, Bausparkassen und FinTechs.

Für weitere Informationen sowie Rückfragen wenden Sie sich bitte an

Investors Marketing AG
Management Consultants
Thomas Luber
An der Welle 3
60322 Frankfurt am Main
Telefon: +49 (0)69-963158-0
Mobil: 0171/8311216
E-Mail: tl-beratung@t-online.de