

# KUNDENMONITOR VERMÖGENSVERWALTUNG

Analyse vermögender Privatkunden in Deutschland: Bedürfnisse,  
Einstellungen, Zufriedenheit

**LESEPROBE, ORIGINALSTUDIE MIT 140 SEITEN INCL. 75 ABBILDUNGEN**

MAI 2010

MYPRIVATEBANKING REPORT

# INHALT

<b>1.0</b>	<b>ZUSAMMENFASSUNG</b>	<b>4</b>
<b>2.0</b>	<b>METHODE</b>	<b>6</b>
<b>3.0</b>	<b>ANALYSE VERMÖGENDER PRIVATKUNDEN</b>	<b>8</b>
3.1	ZUSAMMENSETZUNG DER STICHPROBE	8
3.2	ANLAGEVERHALTEN, WICHTIGSTE BANK UND DAUER DER BANKBEZIEHUNG	11
3.3	KUNDENBEDÜRFNISSE UND WICHTIGKEIT VON ANBIETERMERKMALEN	14
3.4	ZUFRIEDENHEIT MIT BANKEN, GEBÜHREN UND LEISTUNGEN	16
<b>4.0</b>	<b>ERGEBNISSE FÜR EINZELNE BANKEN UND BANKENGRUPPEN</b>	<b>23</b>
4.1	ÜBERSICHT BANKEN UND BANKENGRUPPEN	23
4.2	KUNDENZUFRIEDENHEIT IM VERGLEICH	23
4.3	DEUTSCHE BANK – GLEICHMÄSSIGER DURCHSCHNITT	24
4.4	PRIVATBANKEN – STÄRKEN BEI KOMPETENZ UND BERATUNG	25
4.5	COMMERZBANK/DRESDNER BANK – GUTE AUSGANGSPOSITION	26
4.6	SPARKASSEN – MÖGLICHKEITEN NICHT AUSGESCHÖPFT	26
4.7	POSTBANK – EIGNUNG ALS VERMÖGENSVERWALTER FRAGLICH	27
4.8	SPARDA BANK – GENOSSENSCHAFTSBANK MIT POTENZIAL	28
4.9	VOLKS- UND RAIFFEISENBANKEN – KRITIK AN KOSTEN UND KOMPETENZ	29
4.10	ING-DIBA – DER ONLINE-ANBIETER FÜR DEN SELBSTBESTIMMTEN KUNDEN	29
4.11	BEURTEILUNG KONTROVERSER AUSSAGEN: DIE BANKEN IM VERGLEICH	31
4.12	WECHSELWILLEN UND WECHSELZIELE DER KUNDEN	34
<b>5.0</b>	<b>ERGEBNISSE FÜR SPEZIFISCHE KUNDENGRUPPEN</b>	<b>36</b>
5.1	ZUFRIEDENHEIT UND WECHSELWILLIGEKEIT NACH ALTERSGRUPPEN	36
5.2	ZUFRIEDENHEIT UND WECHSELWILLIGKEIT NACH VERMÖGENSHÖHE	37
<b>6.0</b>	<b>SCHLUSSFOLGERUNGEN UND EMPFEHLUNGEN</b>	<b>39</b>
6.1	ÜBERGREIFENDE SCHLUSSFOLGERUNGEN UND EMPFEHLUNGEN	39
6.2	DEUTSCHE BANK – RESSOURCEN BESSER NUTZEN	41
6.3	PRIVATBANKEN – DIFFERENZIERUNG STÄRKER BETONEN	42
6.4	COMMERZBANK / DRESDNER BANK – POTENTIAL ZÜGIG AUSSCHÖPFEN	43
6.5	SPARKASSEN – POSITIONIERUNG ALS VERMÖGENSVERWALTER STÄRKEN	43
6.6	POSTBANK- STRATEGISCHE AUSRICHTUNG ÜBERPRÜFEN	44
6.7	SPARDA BANK – FOKUSSIERTE ERWEITERUNG DER ANGEBOTE	44

6.8	VOLKS- UND RAIFFEISENBANKEN – KOMPETENZ STEIGERN, KOSTEN SENKEN	45
6.9	ING-DIBA – AUSBAU DES PERSÖNLICHENBERATUNGSANGEBOTES	46
<hr/>		
7.0	ANHANG	47
7.1	FRAGEBOGEN	47
7.2	VERZEICHNIS ALLER GRAFIKEN	62

# 1.0 ZUSAMMENFASSUNG

---

«Der Monitor Vermögensverwaltung von MyPrivateBanking Research stellt die umfassendste Analyse von Kundenbedürfnissen und Kundenzufriedenheit für den deutschen Vermögensverwaltungsmarkt dar. Die Einstellungen der Kunden werden in umfassender Breite und Tiefe analysiert. Für die acht grössten Banken und Bankengruppen der vermögenden Privatkunden werden Zufriedenheitsprofile, Wechselbereitschaft der Kunden und andere wesentliche Daten im Detail dargestellt >>

Die vermögenden Privatkunden in Deutschland sind mit ihren Banken und Vermögensverwaltern insgesamt zufrieden und bewerten deren Angebote und Leistungen mit durchschnittlich 4,1 Punkten (bei maximal 5 Punkten). Gleichzeitig besteht aber bei fast der Hälfte der Kunden (43%) die Bereitschaft einen Wechsel der Bank in den nächsten sechs Monaten in Betracht zu ziehen.

In Bezug auf die Vergangenheit können die deutschen Banken und Vermögensverwalter somit ein gutes Zeugnis ihrer Kunden präsentieren. Die Finanzkrise hat bei der Kundenzufriedenheit keine grösseren negativen Auswirkungen gehabt. Für die Zukunft müssen die Banken sich jedoch wappnen. Denn ein grosser Teil ihrer Kunden ist, trotz aktueller Zufriedenheit mit seiner Bank, durchaus kritisch und auch zu einem Wechsel bereit, sollten sich bei einem Wettbewerber bessere Konditionen finden.

Knapp 49% der befragten Kunden stimmen der Aussage zu „*Meine Bank hat einen Interessenkonflikt bei der Beratung, da sie bei manchen Produkten höhere Provisionen bekommt.*“. Eine mittelfristige Bedrohung der Marktstellung eines Teils der Banken ergibt sich auch daraus, dass v.a. die vermögenden und die jüngeren Kunden eine geringere Loyalität zu ihrer Bank haben. Unter den Kunden mit einem investierbaren Vermögen über 500 Tausend Euro zeigen 47% eine mögliche Wechselbereitschaft und bei den Kunden bis 35 Jahren liegt dieser Anteil sogar bei 57%.

Von höchster Wichtigkeit für die vermögenden Privatkunden sind die finanzielle Stabilität ihrer Bank, der Anlageerfolg, die Fachkompetenz ihres Beraters und niedrige Kosten der Konto- und Depotführung. Von untergeordneter Bedeutung ist dagegen das Angebot von Zusatzleistungen, wie z.B. Kulturveranstaltungen, Kompetenz in Sachversicherungen und die internationale Präsenz.

Bei der Bewertung der einzelnen Banken und Bankengruppen konnten sich die kleinen und mittleren Privatbanken als Gruppe<sup>1</sup> durchsetzen. Die Kunden dieser Gruppe vergaben im Durchschnitt einen Punktwert von 4,7 bei maximal 5 Punkten. Direkt danach folgt die Direktbank ING-Diba mit 4,6 Punkten. Die Grossbanken Deutsche Bank, Commerzbank/Dresdner Bank, die

---

<sup>1</sup> Die Gruppe umfasst Kunden von HSBC Trinkhaus & Burkhardt; Sal. Oppenheim; Delbrück, Bethmann, Maffei; Metzler; M.M. Warburg; BHF Bank; Berenberg Bank.

Sparda Bank und die Volksbanken konnten sich im Mittelfeld bei der Kundenzufriedenheit positionieren.

Das Schlusslicht bei den vermögenden Kunden bilden die Postbank mit 3,6 Punkten und die Sparkassen mit 3,9 Punkten.

Dieses Ergebnis zeigt, dass Banken, die sich im Markt klar positionieren mit der höchsten Zufriedenheit ihrer Kunden rechnen können. Während die Privatbanken den Kunden einen umfassenden Service mit kompetenten Beratern anbieten, positioniert sich die ING-Diba auch im Markt der vermögenden Kunden als Kostenführer. Bei den schwächsten Banken zeigt sich, dass die Kunden keine klare Differenzierung beim Service, bei den Kosten oder bei den Produktkompetenzen erkennen können.

MyPrivateBanking Research empfiehlt allen Banken und Vermögensverwaltern eine Überprüfung ihrer strategischen Positionierung. Insbesondere der Generation der jüngeren Kunden aber auch den besonders vermögenden Privatkunden müssen überzeugende Gründe geboten werden, damit sie zukünftig ihrer Bank gegenüber loyal bleiben. Kundenbindung heisst hier die wichtigen Kundenbedürfnisse alle gut zu erfüllen, darüber hinaus, sich aber mit herausragender Exzellenz bei einigen Leistungsmerkmalen vom Wettbewerb zu differenzieren.

Umgekehrt bedeutet die nachlassende Kundenloyalität aber auch Chancen bei der aggressiven Neukundengewinnung. Erfolgreiche Banken und Vermögensverwalter können zukünftig Kundensegmente bei anderen Banken abwerben, indem sie die diesen gezielt ein massgeschneidertes überlegenes Leistungsprofil anbieten.

## 2.0 METHODE

---

Diese Studie analysiert umfassend wie vermögende Privatkunden von Banken und Vermögensverwaltern in Deutschland ihre Anlageentscheidungen treffen, ihren Vermögensverwalter auswählen und die bestehende Zusammenarbeit bewerten. Der Schwerpunkt der Analyse liegt dabei auf der Untersuchung der Zufriedenheit der Kunden mit den Banken und Vermögensverwaltern und deren Einstellungen zu den angebotenen Leistungen.

Zu diesem Zwecke wurden mittels qualitativer Tiefeninterviews 24 Eigenschaften der Banken herausgearbeitet, die für die Kunden von Relevanz sind. Diese Eigenschaften wurden dann in Hinblick auf Wichtigkeit und Zufriedenheit von 300 vermögenden Privatkunden mittels eines Fragebogens bewertet. Weiterhin wurden im Fragebogen eine Vielzahl von anderen Daten und Informationen erhoben wie z.B. Gebühren/Kosten, Aussagen zum Geschäftsgebaren der Bank und Wechselbereitschaft der Kunden. Die Daten wurden dann sowohl in der Gesamtheit der Stichprobe analysiert als auch für jede einzelne Bank bzw. Bankengruppe (bei ausreichenden Stichprobengrösse) ausgewertet. Damit ergibt sich ein äusserst differenziertes und umfangreiches Bild der Einstellungen der vermögenden Privatkunden in Deutschland zu ihrer Vermögensverwaltung und ihren Banken. Die geplante jährliche Wiederholung dieses Kundenmonitors wird das Bild auch im zeitlichen Längsschnitt weiter differenzieren.

Die vorliegende Studie basiert auf der Befragung von 300 vermögenden Privatkunden von Banken oder Vermögensverwaltern in Deutschland. An die Auswahl der Stichprobe wurden folgende Anforderungen gestellt:

- Erwachsene (> 18 Jahre) mit einem Haushaltseinkommen von mindestens 150.000 Euro brutto pro Jahr und/oder
- einem investierbaren, d.h. liquiden Vermögen von mindestens 250.000 Euro (exklusiv Immobilien oder Rentenanwartschaften).
- Grösse der Nettostichprobe: n=300

Die Befragung wurde online in deutscher Sprache durchgeführt. Bei der Befragung wurde auf das qualitativ hochstehende Panel der Firma dialego zurückgegriffen. Dieses Panel zeichnet sich durch folgende Eigenschaften aus:

- Freiwillige und aktive Anmeldung aller Panelmitglieder
- Double-opt-in Verfahren bei jeder Neuregistrierung (zweifache Bestätigung)
- Transparenz der Rekrutierungsquellen
- Fortlaufende Plausibilitätskontrollen der soziodemographischen Personendaten, um verfälschte Datensätze aufzudecken und auszuschliessen
- Regelmässige Re-Registrierungsprozesse zur Aktualisierung der Personendaten und Ermittlung der aktiven Panelgrösse

- Regelmässige interne Messung der Panelisten-Zufriedenheit anhand eines Panel-Barometers
- Strikte Umsetzung der nationalen Datenschutzbestimmungen
- Überprüfung der Antwortkonsistenz
- Konsistenzprüfungen um Mehrfachregistrierungen zu vermeiden

Die Nutzung der online-Methode für die Befragung bringt für die Studie eine Reihe von Vorteilen. Insbesondere kann bereits während der Feldphase eine sehr genaue Qualitätskontrolle der Stichprobe und Daten durchgeführt werden. So ist es z.B. möglich, direkt die Teilnehmer herauszufiltern, die sich nur durch den Fragebogen klicken ohne die Fragen und Antwortoptionen zu lesen.

Da sich inzwischen das Internet auch in Bevölkerungsgruppen mit höherem Alter weitgehend durchgesetzt hat, ist die Repräsentativität gewährleistet. Es muss lediglich davon ausgegangen werden, dass demografische Gruppen mit einem Alter jenseits von 70 Jahren in einer Online-Stichprobe deutlich unterrepräsentiert sind. Für die Zielsetzung unserer Studie ist diese Gruppe jedoch von geringer Bedeutung, da sie auf die zukünftige Entwicklung der Finanzbranche nur noch wenig Einfluss ausüben. Auch die Repräsentativität nach Geschlecht ist in der Stichprobe gut dargestellt: Frauen waren mit 43% an der Gesamtstichprobe beteiligt.

Insgesamt erlaubt das Studiendesign einen repräsentativen und validen Einblick in das Denken und Handeln einer exklusiven Zielgruppe, der sonst nur schwer zu erhalten ist, da sich dieser Personenkreis prinzipiell nur zögerlich dem marktforscherischen Zugriff öffnet.

# 7.0 ANHANG

---

## 2.1 VERZEICHNIS ALLER GRAFIKEN

1. Demografie der Befragten: Geschlecht
2. Demografie der Befragten: Alter
3. Einkommensverteilung
4. Vermögensverteilung
5. Anlageverhalten
6. Wichtigste Bank für den Kunden
7. Dauer der Kundenbeziehung
8. Wichtigkeit von Bankeigenschaften (1)
9. Wichtigkeit von Bankeigenschaften (2)
10. Wichtigkeit von Bankeigenschaften (3)
11. Wichtigkeit von Bankeigenschaften (4)
12. Wichtigkeit von Kommunikation
13. Allgemeine Zufriedenheit
14. Zufriedenheit mit Bankeigenschaften (1)
15. Zufriedenheit mit Bankeigenschaften (2)
16. Zufriedenheit mit Bankeigenschaften (3)
17. Zufriedenheit mit Bankeigenschaften (4)
18. Zufriedenheit mit Kommunikation
19. Gebühren (Art)
20. Gebühren (Höhe)
21. Anteil Fonds und Zertifikate
22. Einschätzung der eigenen Bank
23. Einschätzung der eigenen Bank (2)
24. Wechselbereitschaft
25. Vermögenshöhe nach Bank

26. Bankenvergleich: Allgemeine Zufriedenheit (1)
27. Bankenvergleich: Allgemeine Zufriedenheit (2)
28. Bankenvergleich: Zufriedenheit Kommunikation
29. Bankenvergleich: Reputation
30. Bankenvergleich: Finanzielle Stabilität
31. Bankenvergleich: Niedrige Kosten für Kontoführung
32. Bankenvergleich: Niedrige Kosten für Wertpapierkäufe und –verkäufe
33. Bankenvergleich: Internationale Präsenz
34. Bankenvergleich: Fachkompetenz des Beraters
35. Bankenvergleich: Langjährige Zusammenarbeit mit meinem Berater
36. Bankenvergleich: Ausführliches Erstgespräch
37. Bankenvergleich: Laufend gute Beratung
38. Bankenvergleich: Von der Bank publiziertes allgemeines Infomaterial
39. Bankenvergleich: Kompetenz in Aktien
40. Bankenvergleich: Kompetenz in Anleihen
41. Bankenvergleich: Kompetenz in Fonds
42. Bankenvergleich: Kompetenz in Zertifikaten
43. Bankenvergleich: Kompetenz in Altersversicherungsprodukten
44. Bankenvergleich: Kompetenz in Sachversicherungen
45. Bankenvergleich: Kompetenz in Baufinanzierung
46. Bankenvergleich: Breites Angebot an Finanzprodukten
47. Bankenvergleich: Angebot an Finanzprodukten inkl. Produkte anderer Anbieter
48. Bankenvergleich: Anlageerfolg
49. Bankenvergleich: Niedriges Risiko der Anlagen
50. Bankenvergleich: Angebot von Sonderleistungen
51. Bankenvergleich: Research zu den Finanzmärkten
52. Deutsche Bank: Zufriedenheit
53. Privatbanken: Zufriedenheit
54. Commerzbank/Dresdner Bank: Zufriedenheit
55. Sparkassen: Zufriedenheit

56. Postbank: Zufriedenheit
57. Sparda Bank: Zufriedenheit
58. Volks- und Raiffeisenbanken: Zufriedenheit
59. ING-DiBa: Zufriedenheit
60. Sonstige: Zufriedenheit
61. Bankenvergleich: Statements (1)
62. Bankenvergleich: Statements (2)
63. Bankenvergleich: Statements (3)
64. Bankenvergleich: Statements (4)
65. Bankenvergleich: Statements (5)
66. Bankenvergleich: Statements (6)
67. Wechselbereitschaft nach Bank (1)
68. Wechselbereitschaft nach Bank (2)
69. Wechselwilligkeit nach Alter
70. Wechselwilligkeit nach Vermögenshöhe
71. Zufriedenheit nach Geschlecht
72. Zufriedenheit nach Anlageverhalten
73. Zufriedenheit nach Vermögenshöhe
74. Zufriedenheit nach Alter

## 2.2 FRAGEBOGEN

### Screening

S01 Geschlecht

**Bitte geben Sie Ihr Geschlecht an:**

(Einfachauswahl, Pflicht)

- Männlich
- Weiblich

---

S02 Alter

**Welcher Altersgruppe gehören Sie an?**

(Einfachauswahl, Pflicht)

- Bis 25 Jahre
- 26 bis 35 Jahre
- 36 bis 45 Jahre
- 46 bis 55 Jahre
- 56 bis 65 Jahre
- Über 65 Jahre

---

S03 Haushaltsbruttoeinkommen

**Wie hoch war das jährliche Bruttoeinkommen Ihres Haushaltes im letzten Kalenderjahr?**

(Einfachauswahl, Pflicht)

- Bis unter 50 Tausend Euro
- 50 bis unter 100 Tausend Euro
- 100 bis unter 150 Tausend Euro
- 150 bis unter 200 Tausend Euro
- 200 Tausend Euro oder mehr
- Weiß nicht/ keine Angabe

---

#### S04 Investierbares Vermögen

**Wie hoch ist das gesamte investierbare Vermögen (ohne Immobilien) Ihres Haushaltes (z.B. in Form von Bargeld, Konten, Sparbüchern, Aktien und Fonds)?**

(Einfachauswahl, Pflicht)

- Bis unter 100 Tausend Euro
- 100 bis unter 250 Tausend Euro
- 250 bis unter 500 Tausend Euro
- 500 bis unter 1 Million Euro
- 1 Million Euro oder mehr
- Weiß nicht/ keine Angabe

#### **Bildung Group\_kat:**

**1 = Nur Haushaltsbruttoeinkommen 150 Tausend und mehr**

**2 = Nur investierbares Vermögen 250 Tausend und mehr**

**3 = Haushaltsbruttoeinkommen 150 Tausend und mehr UND investierbares Vermögen 250 Tausend und mehr**

**→ Screenout wenn keine Group\_kat**

---

#### S05 Anlageverhalten

**Welche der folgenden Aussagen trifft für Sie am ehesten im Hinblick auf Ihre Vermögensanlage zu?**

(Einfachauswahl, Pflicht)

- Ich treffe alle Anlageentscheidungen selbst. Die Bank führt sie nur aus.
- Ich lasse mich von meiner Bank beraten, treffe aber die Anlageentscheidungen selbst.
- Ich treffe Anlageentscheidungen gemeinsam mit dem Berater meiner Bank
- Ich verlasse mich auf die Anlageentscheidungen, die meine Bank für mich trifft und gebe nur den groben Rahmen vor.
- Weiß nicht/ Ich habe keine Vermögensanlagen → **Screenout**

---

**S06 Bank**

**Bei welcher Bank/ welchem Vermögensverwalter wird der größte Teil Ihres investierbaren Vermögens verwaltet oder angelegt?**

(Einfachauswahl, Pflicht)

- Berenberg Bank
- BHF Bank
- Commerzbank
- Delbrück Bethmann Maffei
- Deutsche Bank
- Dresdner Bank
- Hauck & Aufhäuser
- HSBC Trinkhaus & Burkhardt
- HypoVereinsbank
- M.M. Warburg
- Merck Fink
- Metzler
- MLP
- Postbank
- Sal. Oppenheim
- Sparda Bank
- Sparkasse (ohne Haspa und Frasca)
- Haspa (Hamburger Sparkasse)
- Frasca (Frankfurter Sparkasse)
- Volks- oder Raiffeisenbank
- Andere Bank oder Vermögensverwalter, nämlich: **(offen)**
- Weiß nicht/ keine Angabe → **Screenout**

---

*Hauptbefragung*

**Im Folgenden möchten wir Ihnen nun Fragen zu Ihrer persönlichen Vermögensverwaltung und zu Ihrem Anlageverhalten stellen.**

---

**Q01 Wichtigkeit Bankeigenschaften**

**Wie wichtig sind Ihnen die folgenden Eigenschaften einer Bank/ eines Vermögensverwalters im Hinblick auf die Verwaltung Ihres Vermögens?**

Hierbei bedeutet 1 = „Ist mir ganz und gar nicht wichtig“ und 5 = „Ist mir sehr wichtig“. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Meinung abstufen.

(Einfachauswahlmatrix, Pflicht, Randomisierung der Items, Skala nach 5-10 Items erneut einblenden)

	Ist mir ganz und gar nicht wichtig  (1)	(2)	(3)	(4)	Ist mir sehr wichtig  (5)
Gute Reputation	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Finanzielle Stabilität	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Präsenz in Nähe meines Wohnorts	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Niedrige Kosten der Konto- und Depotführung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Niedrige Kosten für Wertpapierkäufe und - verkäufe	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Internationale Präsenz	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fachkompetenz des Beraters	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Langjährige Zusammenarbeit mit meinem Berater	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Ausführliches Erstgespräch zur Ermittlung Ihrer Bedürfnisse	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Laufend gute Beratung zu allen Fragen rund um Ihre Finanzen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Von der Bank publiziertes allgemeines Informationsmaterial	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kompetenz in Aktien	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kompetenz in Anleihen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kompetenz in Fonds	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kompetenz in Zertifikaten (strukturierten Produkten)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kompetenz in Alterssicherungsprodukten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kompetenz in Sachversicherungen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kompetenz in Baufinanzierung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Breites Angebot an Finanzprodukten (inkl. Versicherungen, Baufinanzierung, Kreditkarten, Girokonto, etc.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Angebot an Finanzprodukten schliesst auch Produkte von anderen Banken/Finanzdienstleistern ein	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Anlageerfolg (Rendite)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Niedriges Risiko der Anlagen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Angebot von Sonderleistungen wie z.B. verbilligte/kostenlose Kulturveranstaltungen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Research zu den Finanzmärkten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
-------------------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------

**Q02 Wichtigkeit Kommunikation**

Wie wichtig sind Ihnen die folgenden Möglichkeiten, mit einer Bank/ einem Vermögensverwalter zu kommunizieren?

Hierbei bedeutet 1 = „Ist mir ganz und gar nicht wichtig“ und 5 = „Ist mir sehr wichtig“. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Meinung abstufen.

(Einfachauswahlmatrix, Pflicht, Randomisierung der Items)

	Ist mir ganz und gar nicht wichtig (1)	(2)	(3)	(4)	Ist mir sehr wichtig (5)
Persönliches Gespräch	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Telefon	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Schriftliche Kommunikation	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Internet/E-Mail	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Q03 Dauer Kundenbeziehung**

Sie haben angegeben, dass Sie Kunde bei folgender Bank/ folgendem Vermögensverwalter sind:

Seit wie vielen Jahren sind Sie Kunde Ihrer oben genannten Bank/ Ihres Vermögensverwalters?

(Einfachauswahl, Pflicht)

- 2 Jahre oder kürzer
- Über 2 bis 5 Jahre
- Über 5 bis 10 Jahre
- Über 10 bis 15 Jahre
- Über 15 Jahre

---

**Q04 Allgemeine Zufriedenheit**

Wie zufrieden sind Sie insgesamt mit der Vermögensverwaltung Ihrer genannten Bank/ Ihres Vermögensverwalters?

Hierbei bedeutet 1 = „Überhaupt nicht zufrieden“ und 5 = „Sehr zufrieden“. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Meinung abstimmen.

(Einfachauswahl, Pflicht)

Überhaupt nicht zufrieden (1)	(2)	(3)	(4)	Sehr zufrieden (5)
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

---

**Q05 Zufriedenheit Bankeigenschaften**

Wie zufrieden sind Sie persönlich mit den folgenden Merkmalen Ihrer genannten Bank/ Ihres Vermögensverwalters?

Hierbei bedeutet 1 = „Überhaupt nicht zufrieden“ und 5 = „Sehr zufrieden“. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Meinung abstimmen.

(Einfachauswahlmatrix, Pflicht, Randomisierung der Items)

	Überhaupt nicht zufrieden (1)	(2)	(3)	(4)	Sehr zufrieden (5)
Gute Reputation	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Finanzielle Stabilität	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Präsenz in Nähe meines Wohnorts	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Niedrige Kosten der Konto- und Depotführung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Niedrige Kosten für	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Wertpapierkäufe und -verkäufe					
Internationale Präsenz	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fachkompetenz des Beraters	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Langjährige Zusammenarbeit mit meinem Berater	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ausführliches Erstgespräch zur Ermittlung Ihrer Bedürfnisse	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Laufend gute Beratung zu allen Fragen rund um Ihre Finanzen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Von der Bank publiziertes allgemeines Informationsmaterial	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kompetenz in Aktien	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kompetenz in Anleihen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kompetenz in Fonds	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kompetenz in Zertifikaten (strukturierten Produkten)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kompetenz in Alterssicherungsprodukten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kompetenz in Sachversicherungen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kompetenz in Baufinanzierung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Breites Angebot an Finanzprodukten (inkl. Versicherungen, Baufinanzierung, Kreditkarten, Girokonto, etc.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Angebot an Finanzprodukten schliesst auch Produkte von anderen Banken/Finanzdienstleistern	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

ein					
Anlageerfolg (Rendite)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Niedriges Risiko der Anlagen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Angebot von Sonderleistungen wie z.B. verbilligte/kostenlose Kulturveranstaltungen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Research zu den Finanzmärkten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Q06 Zufriedenheit Kommunikation**

Wie zufrieden sind Sie mit den folgenden Möglichkeiten der Kommunikation mit Ihrer genannten Bank/ Ihrem Vermögensverwalter?

Hierbei bedeutet 1 = „Überhaupt nicht zufrieden“ und 5 = „Sehr zufrieden“. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Meinung abstufen.

(Einfachauswahlmatrix, Pflicht, Randomisierung der Items)

	Überhaupt nicht zufrieden (1)	(2)	(3)	(4)	Sehr zufrieden (5)
Persönliches Gespräch	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Telefon	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Schriftliche Kommunikation	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Internet/E-Mail	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Q07 Gebührenart**

Welche Form der Gebühren bezahlen Sie bei Ihrer oben genannten Bank/ Ihrem Vermögensverwalter?

(Mehrfachauswahl, Pflicht, Plausibilität auf „Weiß nicht“)

**Mehrere Antworten möglich.**

- Depot-/Verwaltungs- oder Grundgebühr als Prozentanteil des verwalteten Vermögens
- Transaktionsgebühren für den Handel mit Wertpapieren
- Erfolgsabhängiges Honorar
- Beratungsgebühren pro Zeiteinheit der Beratung durch meinen Kundenbetreuer
- Weiß nicht

---

**Q08 Gebührenhöhe**

**Wenn Sie Ihre gesamten Gebühren pro Jahr bei der genannten Bank/Vermögensverwalter aufaddieren, wie hoch sind diese als Prozentanteil Ihres dort verwalteten Vermögens?**

(Einfachauswahl, Pflicht)

**Wenn Sie es nicht genau wissen, dann schätzen Sie bitte.**

- Weniger als 0,5%
- 0,5% - 0,99%
- 1% -1,49%
- 1,5% -1,99%
- 2% oder mehr
- Weiß nicht

---

**Q09 Anteil Fonds/Zertifikate**

**Bitte geben Sie an, wie hoch ungefähr der Anteil von Fonds und Zertifikaten in Ihrem Portfolio bei der genannten Bank/Vermögensverwalter ist? Bitte zählen Sie Indexfonds/ETFs oder Geldmarktfonds nicht mit!**

(Einfachauswahl, Pflicht)

- Bis zu 20%
- Mehr als 20%-40%
- Mehr als 40%-60%
- Mehr als 60%-80%
- Mehr als 80%-100%
- Weiß nicht
- Ich besitze keine Fonds und Zertifikate

---

**Q10 Kick back**

**Hat Ihre genannte Bank/Vermögensverwalter Sie darauf hingewiesen, dass die Bank beim Kauf von Fonds oder anderen Finanzprodukten für Ihr Portfolio eine Kommission der Produkthanbieter erhält (so genannter „Kick-Back“)?**

(Einfachauswahl, Pflicht)

- Ja
- Nein
- Weiß nicht

---

**Filter: Falls 1 in Q10**

**Q11 Höhe Kick back**

**Wurde Ihnen die genaue Höhe dieser „Kick-Backs“ offengelegt?**

(Einfachauswahl, Pflicht)

- Ja
- Nein
- Weiß nicht

**Q12 Statementbatterie****Wie bewerten Sie die folgenden Aussagen zur Finanzberatung durch Ihre Bank/  
Ihren Vermögensverwalter?**

Hierbei bedeutet 1 = „Stimme ganz und gar nicht zu“ und 5 = „Stimme voll und ganz zu“. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Meinung abstufen.

(Einfachauswahlmatrix, Pflicht, Randomisierung der Items)

	Stimme ganz und gar nicht zu (1)	(2)	(3)	(4)	Stimme voll und ganz zu (5)
Meine Bank/mein Vermögensverwalter berät mich neutral und objektiv	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Meine Bank/mein Vermögensverwalter rät mir vor allem zu Finanzprodukten, an denen sie selbst gut verdienen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Meine Bank/mein Vermögensverwalter rät mir auch zu Finanzprodukten von Wettbewerbern wenn diese für mich optimaler sind	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Meine Bank/mein Vermögensverwalter hat einen Interessenkonflikt bei der Beratung, da sie für manche Produkte höhere Provisionen bekommen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Provisionen die meine Bank/mein Vermögensverwalter beim Verkauf mancher Produkte bekommen, haben keinen Einfluss auf die Qualität ihrer	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Beratung					
Als kritischer Kunde durchschaue ich es wenn meine Bank/mein Vermögensverwalter mir unvoreilhaftige Produkte anbietet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

---

### Q13 Bekanntheit Honorarberatung

Ist Ihnen der Begriff „Honorarberatung“ in Bezug auf Finanzanlagen bekannt?

(Einfachauswahl, Pflicht)

- Ja
- Nein

---

### Q14 Inanspruchnahme Honorarberatung

Können Sie sich vorstellen für die Beratung durch Ihre Bank/ Ihren Vermögensverwalter zu bezahlen (Honorarberatung), wenn sichergestellt ist, dass die Bank dafür alle Provisionen an Sie weitergibt und Sie so ohne Interessenkonflikt berät?

(Einfachauswahl, Pflicht)

- Ja
- Vielleicht
- Nein

---

**Filter: Falls Q14 < 3**

### Q15 Honorarhöhe

Wie viel wären Sie bereit Ihrer Bank/ Ihrem Vermögensverwalter pro Jahr für Beratung zu bezahlen, wenn dafür alle Produktprovisionen an Sie weiter gegeben und Sie so ohne Interessenkonflikt beraten werden?

(Einfachauswahl, Pflicht)

- Bis unter 200 Euro
- 200 bis unter 500 Euro

- 500 bis unter 2.000 Euro
- 2.000 bis unter 5.000 Euro
- 5.000 bis unter 10.000 Euro
- 10.000 Euro und mehr

**Q16 Erfahrung Honorarberatung**

**Haben Sie schon Erfahrung mit Honorarberatung im Bereich Finanzanlagen gemacht?**

(Einfachauswahl, Pflicht)

- Ja
- Nein

**Filter: Falls Q16 = 1**

**Q17 Zufriedenheit Honorarberatung**

**Wie zufrieden waren Sie mit der Honorarberatung auf einer Skala von 1 bis 5?**

Hierbei bedeutet 1 = „Überhaupt nicht zufrieden“ und 5 = „Sehr zufrieden“. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Meinung abstufen.

(Einfachauswahl, Pflicht)

Überhaupt nicht zufrieden  (1)	(2)	(3)	(4)	Sehr zufrieden  (5)
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Q18 Wechsel**

**Planen Sie in den nächsten sechs Monaten Ihre Bank/ Ihren Vermögensverwalter zu wechseln?**

(Einfachauswahl, Pflicht)

- Ja
- Vielleicht
- Nein

---

**Filter: Falls Q18 < 3**

### Q19 Zukünftige Bank

**Zu welcher Bank/ welchem Vermögensverwalter planen Sie zu wechseln bzw. welche Bank/ welche Vermögensverwaltung würden Sie für einen Wechsel in Betracht ziehen?**

(Mehrfachauswahl, Pflicht)

Mehrere Antworten möglich.

- Berenberg Bank
- BHF Bank
- Commerzbank
- Delbrück Bethmann Maffei
- Deutsche Bank
- Dresdner Bank
- Hauck & Aufhäuser
- HSBC Trinkhaus & Burkhardt
- HypoVereinsbank
- M.M. Warburg
- Merck Fink
- Metzler
- MLP
- Postbank
- Sal. Oppenheim
- Sparda Bank
- Sparkasse (ohne Haspa und Fraspa)
- Haspa (Hamburger Sparkasse)
- Fraspa (Frankfurter Sparkasse)
- Volks- oder Raiffeisenbank
- Andere Bank oder Vermögensverwalter, nämlich: **(offen)**
- Weiß nicht

*Ende Befragung*