

Online-Banking

Auch Online-Banking-Kunden erwarten aktive Beratung

Durch den Siegeszug des Online-Banking kommen Bankberater immer seltener in persönlichen Kontakt mit ihren Kunden. Mehr als drei Viertel aller Kontoinhaber veranlassen bereits alltägliche Geschäfte wie Überweisungen und die Verwaltung von Daueraufträgen heutzutage vom heimischen Rechner aus. Dennoch haben diese Kunden Interesse an aktiver, persönlicher Beratung. Mehr als ein Drittel der deutschen Online-Banking-Nutzer möchten aktiv von ihrem Berater angesprochen werden. Sie hoffen, so von neuen Produkten und Investitionsmöglichkeiten zu erfahren. Dies ergab die „Trendstudie Bankpräferenzen“ des Beratungs- und Softwarehauses PPI in Kooperation mit handelsblatt.com, wiwo.de und dem IMWF Institut für Management- und Wirtschaftsforschung.

Den größten Beratungsbedarf haben junge Kunden ohne lange Erfahrung mit Bankprodukten: In der Altersgruppe der 14- bis 20-Jährigen möchte

mehr als die Hälfte der Befragten von ihrem zuständigen Betreuer angesprochen werden. Ähnlich ist die Situation bei den Berufseinsteigern, die zum ersten Mal über regelmäßiges eigenes Einkommen verfügen: Im Alter von 21 bis 30 Jahren wünschen immer noch 48 Prozent – und somit knapp jeder zweite Kunde – aktive Beratung.

In höheren Altersklassen ist die persönliche Finanzplanung meist schon so weit gediehen, dass kein großer Bedarf an Anlageempfehlungen mehr besteht. Lediglich in der Gruppe der 51- bis 60-Jährigen bezeichnen überdurchschnittlich viele Befragte die Initiative ihres Beraters als „eher wichtig“. In dieser Altersklasse stehen oft wichtige Entscheidungen für den späteren Ruhestand an. Beispielsweise werden dann Lebensversicherungen ausbezahlt und viele „Best Ager“ reinvestieren zumindest einen Teil dieser Summe.

Neben dem Alter entscheidet zudem das Einkommen über den Bera-

tungsbedarf. In Haushalten mit einem Nettoeinkommen von weniger als 2.000 Euro wünscht rund die Hälfte der Befragten Empfehlungen, wie sie ihre Ersparnisse Gewinn bringend anlegen können. Bei Haushalten jenseits dieser Einkommensgrenze ist der Bedarf geringer: Hier empfindet nur ein Drittel der Befragten unaufgeforderte Beratung zu ihrer Finanzplanung als wichtig. Diese finanziell potentere Gruppe ist üblicherweise stärker mit den Möglichkeiten des Finanzmarkts vertraut und kann Anlageentscheidungen ohne Unterstützung der Hausbank treffen.

Weitere Informationen unter: www.ppi.de upz

Buchtipps

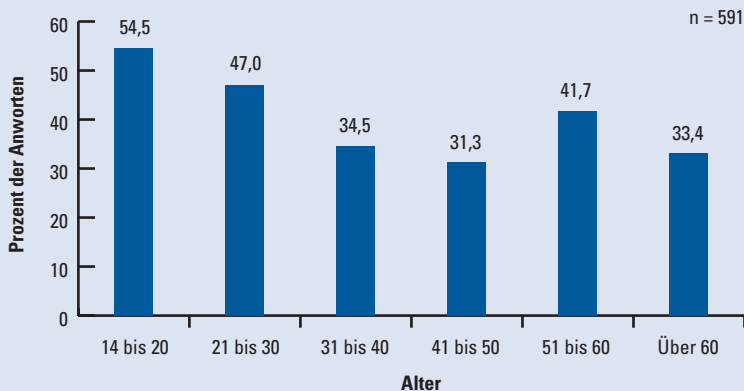
Trends 2008

Nutzen Sie den neuen **Trend-Report 2008** als strategisches Analyse-Tool – erfahren Sie, wo neue Bedürfnisse entstehen und wie sich daraus neue Märkte generieren lassen. **Trend- und Zukunftsforscher Matthias Horx** erläutert die zehn wichtigsten Trends und zeigt auf, wie Veränderungen in Ökonomie, Gesellschaft und Kultur die Nachfrage nach innovativen Produkten beeinflussen.

Der Trend-Report gibt Produktentwicklern Anregung für innovative Entwicklungen und dient Unternehmen und Marketingchefs als Inspiration und Horizontenerweiterung.

Trend-Report 2008
Matthias Horx
112 Seiten
ISBN: 978-3-938284-36-0
125,- Euro

Bedarf an aktiver Ansprache durch den Bankberater nach Altersgruppen



Quelle: PPI