



## Presseinformation

### Zurückhaltung unerwünscht: Online-Banking-Kunden erwarten aktive Beratung

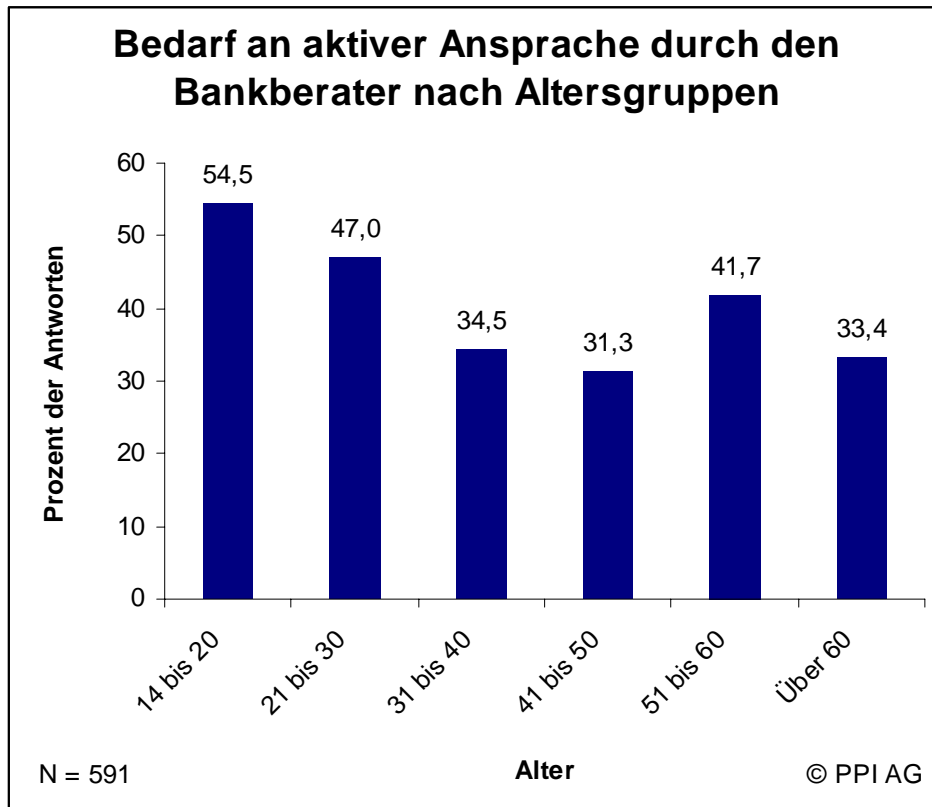
**Durch den Siegeszug des Online-Banking kommen Bankberater immer seltener in persönlichen Kontakt mit ihren Kunden. Mehr als drei Viertel der Kontoinhaber veranlassen alltägliche Geschäfte wie Überweisungen und die Verwaltung von Daueraufträgen heutzutage vom heimischen Rechner aus. Dieses bequeme und für Bank und Kunde kostengünstige Verfahren hat jedoch einen Nachteil: Durch den Wegfall des regelmäßigen Filialbesuches haben Bankberater nur wenige Gelegenheiten, Kontoinhaber auf attraktive Spar- oder Anlagemöglichkeiten aufmerksam zu machen. Dennoch haben Kunden ein Interesse an aktiver, persönlicher Beratung. Mehr als ein Drittel der deutschen Online-Banking-Nutzer möchte aktiv von ihrem Bankberater angesprochen werden. Sie hoffen, auf diese Weise von neuen Produkten und Investitionsmöglichkeiten zu erfahren. Dies ergab die Trendstudie Bankpräferenzen des Beratungs- und Softwarehauses PPI AG 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 eine solche Initiative ihres Beraters als „eher wichtig“. In dieser Altersklasse stehen oft wichtige Entscheidungen für den späteren Ruhestand an. Beispielsweise werden oft lang angesparte Lebensversicherungen ausbezahlt und viele „Best Ager“ reinvestieren zumindest einen Teil dieser Summe.

Neben dem Alter entscheidet zudem das Einkommen über den Beratungsbedarf. In Haushalten mit einem Nettoeinkommen von weniger als 2.000 Euro wünscht rund die Hälfte der Befragten Empfehlungen, wie sie ihre Ersparnisse gewinnbringend anlegen können. Bei Haushalten jenseits dieser Einkommensgrenze ist der Bedarf geringer: Hier empfinden nur ein Drittel der Befragten unaufgeforderte Beratung zu ihrer Finanzplanung als wichtig. Diese finanziell potentere Gruppe ist üblicherweise stärker mit den Möglichkeiten des Finanzmarktes vertraut und kann Anlageentscheidungen ohne Unterstützung der Hausbank treffen.



## PPI AKTIENGESELLSCHAFT



*Bei Schülern und Berufsanfängern gibt es hohen Beratungsbedarf.*

### **PPI Aktiengesellschaft**

Die PPI Aktiengesellschaft ist seit über 20 Jahren an den Standorten Hamburg, Kiel und Frankfurt erfolgreich für die Finanzbranche tätig. 2006 erwirtschaftete das Unternehmen mit seinen 200 Mitarbeitern über 26 Millionen Euro Umsatz in den drei Geschäftsfeldern Consulting, Software Factory und Electronic-Banking-Produkte. Im E-Banking liegt der Schwerpunkt auf sicheren und wirtschaftlichen Standardprodukten für die Kommunikation zwischen Firmenkunden beziehungsweise Privatkunden und ihrer Bank. In der Software-Entwicklung stellt PPI durch professionelle und verlässliche Vorgehensweise eine hohe Qualität der Ergebnisse und absolute Budgettreue sicher. Das Consulting-Angebot erstreckt sich von der strategischen über die bankfachliche bis zur IT-Beratung.

### **Pressekontakt**

Andreas Gutjahr  
Faktenkontor GmbH  
Tel: +49 (0)40 22703-5470  
Fax: +49 (0)40 22703-1470  
E-Mail: andreas.gutjahr@faktenkontor.de