

# PRESSEINFORMATION

**DZ BANK AG**  
Deutsche Zentral-  
Genossenschaftsbank

14. Juli 2011

Pressestelle

## Web 2.0 ist für die Privatanleger kein Thema

Privatanleger haben wenig Vertrauen in Finanzinformationen aus den sozialen Netzwerken / Bankberater und Tageszeitung weiterhin wichtigste Informationsquellen / Online-Banking wird zunehmen, aber nicht Filiale ablösen / Ergebnisse einer repräsentativen Studie

Die Privatanleger in Deutschland nutzen das Internet zwar sehr intensiv, um sich über die Finanzmärkte und Investmentprodukte zu informieren. Dabei greifen sie aber vor allem auf die klassischen Informationsangebote im Netz zurück. Im Hinblick auf die sozialen Netzwerke des Web 2.0 herrscht hingegen Skepsis. Lediglich 15 Prozent der Privatanleger vertrauen einem Rat zum Thema Geldanlage, den sie über diesen Weg erhalten. Das ermittelte eine repräsentative Umfrage von TNS Infratest im Auftrag der DZ BANK. Sie verdeutlicht zudem: Trotz des Internets und der zunehmenden Nutzung von Online-Banking bleiben die Tageszeitungen und die Anlageberater der Banken mit weitem Abstand die am häufigsten genutzte Informationsquelle der privaten Investoren.

Insgesamt gaben in der Umfrage 72 Prozent der Privatanleger an, sich mit Hilfe von Tageszeitungen über Anlagethemen zu informieren. Das waren zwar etwas weniger als noch vor einem Jahr (April 2010: 75 Prozent). Dennoch sind die Tageszeitungen damit unverändert das führende Informationsmedium für die deutschen Privatanleger. Auf das Know-how der Anlageberater ihrer Bank greifen 71 Prozent der Befragten zurück. Damit hat der persönliche Kontakt zu den Beratern wieder deutlich an Bedeutung gewonnen. Vor zwölf Monaten hatten lediglich 64 Prozent der Befragten erklärt, sie würden ihren Anlageberater zu Rate ziehen.

„Ganz offensichtlich schenken die Anleger ihren Anlageberatern wieder mehr Vertrauen als noch zu Zeiten der Finanzkrise. Dem persönlichen Kontakt zwischen den Beratern und ihren Kunden kommt damit zunehmend wieder die Bedeutung zu, die er über viele Jahre hinweg hatte“, kommentiert Peter Schirmbeck, Leiter Privatkundengeschäft der DZ BANK. „Daran konnte auch die rasante Entwicklung des Web 2.0 nichts ändern.“

### **Jeder zweite Anleger nutzt lieber die Websites von Banken**

Auch das Internet wird für die Privatanleger immer wichtiger. 53 Prozent informieren sich über Onlineangebote von Finanzdienstleistern und Banken. 43 Prozent greifen auf die Websites von Verlagen oder auf andere Nachrichtenseiten zurück. Web 2.0-Dienste wie etwa Facebook oder

# PRESSEINFORMATION

Twitter sind aber für gerade zehn Prozent der Anleger relevant, um sich über Anlagethemen zu informieren.

Dabei zeigen sich die Anleger gegenüber den Web 2.0-Angeboten generell durchaus aufgeschlossen. So bewerten drei Viertel insbesondere den Meinungs-austausch unter Anlegern als großen Vorteil von Social Media-Kanälen. Etwa die Hälfte findet, dass die Informationen durch die Plattformen transparenter werden oder schätzen den Einfluss, den diese verleihen, etwa um Kritik zu verstärken.

## **Bücher und Reisen: ja – Finanzen: nein**

In krassem Widerspruch dazu steht allerdings das Vertrauen, das die Anleger in diese Dienste haben. So sagt jeder Zweite: „Solche Plattformen liefern keine zuverlässigen Informationen für Anleger“. Bei den 18 bis 29-jährigen sind sogar 77 Prozent dieser Meinung. Insgesamt schätzt die Hälfte der Anleger die klassischen Finanzportale sowie die Internetseiten der Finanzdienstleister als hilfreicher ein. Und nur 15 Prozent der Befragten verlassen sich auf eine Finanzempfehlung aus den sozialen Netzwerken. Zum Vergleich: Über 70 Prozent vertrauen einer Web 2.0-Empfehlung, wenn es um ein Buch geht.

Ganz im Gegensatz zum allgemeinen Trend haben die Social-Community-Plattformen bei den Anlegern innerhalb der vergangenen 12 Monate sogar an Renommee eingebüßt. Damals waren noch 19 Prozent der Anleger der Meinung, dass sie einem Finanzprodukt-Ratschlag aus dem Web 2.0 Vertrauen schenken würden.

Zwiespältig bewerten die Anleger die weitere Entwicklung. Zwar sind drei Viertel überzeugt, dass die Nutzung von sozialen Netzwerken beim Thema Geldanlage zunehmen wird. Doch bei aller Euphorie über die Möglichkeiten des Web 2.0 sind nur vier Prozent der Anleger selbst aktiv und stellen eigene Beiträge oder Bewertungen ins Internet. Ihr Anteil dürfte auch künftig kaum zulegen. Nur drei Prozent der Befragten können sich vorstellen, Mitglied einer Community zu werden. Bei den 18 bis 29-jährigen sind es mit fünf Prozent nicht wesentlich mehr.

## **Jeder zweite Anleger nutzt Online-Banking – hohe Anforderungen an Web 1.0**

Dass klassische Bankdienste des „alten“ Web 1.0 Steigerungspotenzial haben, davon sind 72 Prozent der Befragten überzeugt. Die Bankfilialen werden deshalb aber nicht überflüssig. Selbst unter denjenigen, die von einer zunehmenden Nutzung des Online-Banking ausgehen, glauben 80 Prozent nicht, dass dieses den Service vor Ort ablösen wird. Derzeit erledigen 55 Prozent der Anleger ihre Bankgeschäfte auch am Computer. Die wichtigste Anforderung der Befragten an die Internetpräsenz einer Bank ist der schnelle Zugang zu Informationen. Gleich dahinter rangiert die Kontaktmöglichkeit zu einem persönlichen Bankberater. Das ist 72 Prozent der Anleger wichtig. Detaillierte Produktinformationen wünschen sich zwei Drittel der Befragten, 42 Prozent erwarten Tools zur Finanzplanung, jeder Dritte Transaktionsmöglichkeiten und

# PRESSEINFORMATION

Mobile Banking. Mit seinem Bankberater über Web 2.0 kommunizieren zu können, ist jedoch nur für 12 Prozent von Interesse.

„Die Bankkunden ziehen nicht mit wehenden Fahnen ins Web 2.0, sondern erwarten hochwertige Dienste ihrer Bank im Web 1.0“, fasst Schirmbeck das Ergebnis der Studie zusammen. Dabei sind keine wesentlichen Unterschiede zwischen älteren und jüngeren Altersklassen zu erkennen. Die Trennlinie wird zwischen den Beratungskunden und den selbstentscheidenden Anlegern gezogen. Insbesondere Selbstentscheider müssen die Möglichkeit erhalten, unter ähnlich professionellen Bedingungen zu agieren wie institutionelle Kunden.“

Die Daten wurden in der Zeit vom 24. bis zum 31. Mai 2011 im Rahmen einer telefonischen Umfrage von TNS Infratest erhoben. Die Stichprobe von 1072 ist repräsentativ für anlage-affine Personen in der deutschen Bevölkerung ab 18 Jahren.

Ansprechpartner: Silvia Conesa, Pressesprecherin

Tel.: +49 69 7447-90568  
[silvia.conesa@dzbank.de](mailto:silvia.conesa@dzbank.de)

## Welche Informationsquellen nutzen Sie, um sich über das Thema Geldanlage zu informieren? (Angaben in %)



# PRESSEINFORMATION

## Wie beurteilen Sie Social-Community-Plattformen und wie nutzen Sie diese? (Angaben in %)



## Bei welchen Themen vertrauen Sie auf einen Rat aus einem sozialen Netzwerk bzw. einem Diskussionsforum in Internet? (Angaben in %)

