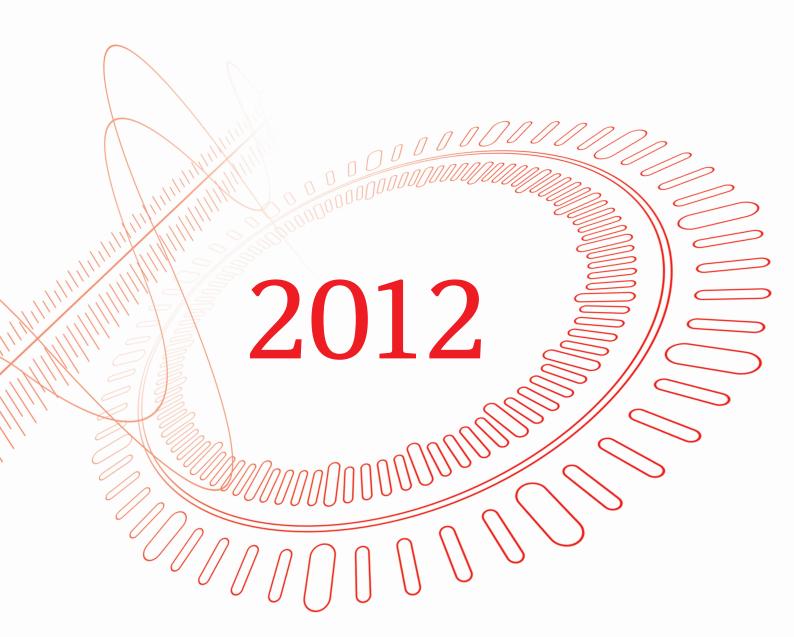
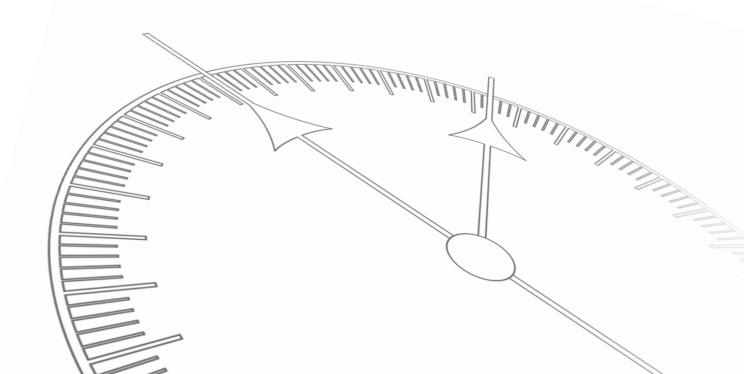


Vermögensbarometer 2012



Die Betreuung der Bürgerinnen und Bürger in Fragen des Sparens und der Vermögensbildung gehört zu den zentralen Aufgaben der Sparkassen. Gemeinsam mit ihren Verbundpartnern in der Sparkassen-Finanzgruppe betreuen sie annähernd 50 Millionen Kunden – eine Partnerschaft, die, wie diese Broschüre aufzeigt, auf gegenseitigem Vertrauen und Respekt beruht.

Das Vermögensbarometer 2012 des Deutschen Sparkassen- und Giroverbands (DSGV) untersucht, wie die Verbraucher in der Bundesrepublik über Geld denken, ihren Konsum gestalten und finanziell vorsorgen. Die statistische Erhebung, die dem diesjährigen Vermögensbarometer zugrunde liegt, hat das Nürnberger Wirtschafts- und Finanzmarktforschungsinstitut icon im Auftrag des DSGV durchgeführt. Bei der repräsentativen Studie wurden im Juli und August 2012 genau 2.000 Teilnehmer im Alter ab 14 Jahren in ganz Deutschland telefonisch zu ihrem Umgang mit Geld befragt.



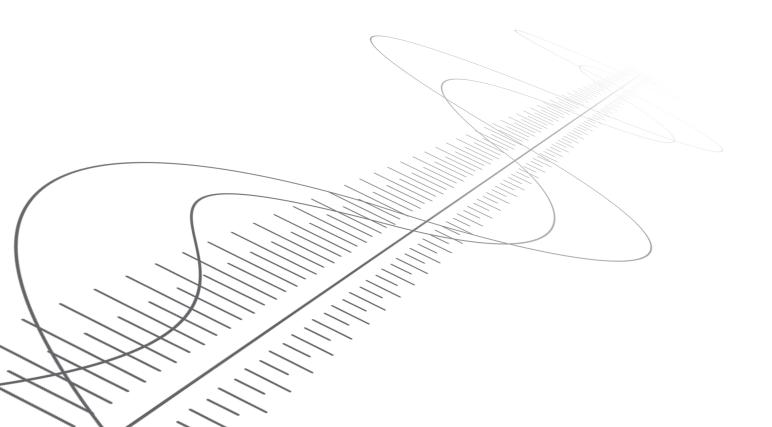
Die wichtigsten Ergebnisse im Überblick

- → Die Verbraucher in Deutschland sind mit ihren finanziellen Verhältnissen heute deutlich zufriedener als in den Vorjahren – trotz der seit Langem schwelenden und öffentlich viel diskutierten Finanzmarktund Schuldenkrise. 57 Prozent aller Bundesbürger beurteilen ihre persönlichen Lebensumstände im Sommer 2012 als "sehr gut" oder "gut". Seit 2005, als der Umfragewert bei 40 Prozent lag, hat sich der Anteil der in Gelddingen zufriedenen Haushalte somit deutlich erhöht. Während etwa ein Drittel der Bevölkerung die aktuelle Lage mit "es geht" beschreibt, fühlen sich lediglich neun Prozent aller Befragten finanziell "(eher) schlecht" aufgestellt. Dies sind nur halb so viele wie in den Vorkrisenjahren 2006 und 2005. Auch die Erwartungen der Verbraucher für die Zeit bis 2014 sind von Zuversicht geprägt. Die große Mehrheit der Deutschen (82 Prozent) geht davon aus, dass sich ihre finanzielle Situation in absehbarer Zeit nicht verändern oder sogar verbessern wird. Nur 16 Prozent, weit weniger als in den Vorjahren, befürchten eine negative Entwicklung. Dem entsprechend zeichnet sich das aktuelle Konsumverhalten der Verbraucher vor allem durch Stetigkeit aus.
- Das in Deutschland seit mehreren Jahren auffällige Interesse an Wohnimmobilien ist weiterhin zu beobachten. 45 Prozent der Verbraucher halten ein Eigenheim für diejenige Sparform, die sich am besten für die Vermögensplanung/den Vermögensaufbau eignet. Während Lebens- und Rentenversicherungen noch im Vorjahr deutlich an Popularität verloren hatten, erfreuen sie sich nun wieder steigender Beliebtheit. Die Sensibilisierung für das Thema Nachhaltigkeit bei Geld- und Finanzentscheidungen ist unter den Bundesbürgern mittlerweile deutlich ausgeprägt. 35 Prozent aller Befragten wissen heute um die Möglichkeit, die Geldanlage an ethischen oder ökologischen Kriterien auszurichten. Finanziell besser gestellte Haushalte zeigen sich hier stärker sensibilisiert als Geringverdiener.

- → Die Bundesbürger sind in der Mehrzahl der Meinung, dass sie souverän mit Geldentscheidungen umgehen können. 54 Prozent von ihnen glauben, sich in Fragen rund um die privaten Finanzen "gut" oder "sehr gut" auszukennen. Lediglich acht Prozent attestieren sich selbst einen schlechten Wissenstand. Dabei ist der Informationsstand in der Selbsteinschätzung umso besser, je höher das Haushaltseinkommen liegt. Allerdings sind die Verbraucher mit einigen Geldthemen vertrauter als mit anderen. So kennen sie sich mehrheitlich in Fragen des Zahlungsverkehrs, der Absicherung von Risiken und der Altersvorsorge gut aus. Weniger ausgeprägt sind die Kenntnisse, wenn es um Finanzierungen geht. Bei Wertpapieren sind die Wissensdefizite höher. Gut drei Viertel aller Verbraucher, die sich informieren wollen oder in einer Geldangelegenheit Rat suchen, wenden sich zuerst an ihr Kreditinstitut.
- → Die Sparkassen genießen bei den Verbrauchern außerordentlich hohes Ansehen und sind deren wichtigster Partner bei der Vermögensbildung. Drei von fünf Bundesbürgern (60 Prozent) bringen ihnen "hohes" oder "sehr hohes" Vertrauen entgegen – ein Wert, der weit über denen anderer Kreditinstitute in Deutschland liegt. Nicht zuletzt der gemeinnützige Ansatz der Sparkassen dürfte dabei eine Rolle spielen. Fünf von sechs Bürgern (84 Prozent) wollen, dass ihr Finanzpartner nicht nur Gewinne maximiert, sondern "auch auf das Wohlergehen der Menschen und Unternehmen im Geschäftsgebiet achtet". Eine deutliche Mehrheit der Verbraucher (60 Prozent) plädiert zudem dafür, dass ihre Einlagen vom Finanzdienstleister vor allem in der jeweiligen Heimatregion eingesetzt werden und zum Beispiel ortsansässigen Unternehmen, Handwerksbetrieben oder Immobilienkäufern zugute kommen.

Die Deutschen und ihr Geld

Im Mittelpunkt des Vermögensbarometers steht der finanzielle Status quo der Verbraucher in Deutschland. Dabei werden die aktuellen Beurteilungen der Lebensverhältnisse und die Erwartungen der Haushalte für die Zukunft sowie deren Spar- und Vorsorgeverhalten ermittelt.



Der finanzielle Status quo der Deutschen

Große Zufriedenheit der Verbraucher trotz Krise

57 Prozent aller Bundesbürger beurteilen ihre persönliche finanzielle Situation im Sommer 2012 als "gut" oder "sehr gut". Dieser Wert setzt den langfristigen Trend fort. Der Anteil der positiv gestimmten Verbraucher ist im Laufe der vergangenen Jahre kontinuierlich angestiegen. So lagen die Vergleichswerte 2010 noch bei 53 Prozent, 2008 bei 46 Prozent und 2005 bei nur 40 Prozent. In den zurückliegenden sieben Jahren hat sich der Anteil der finanziell zufriedenen Haushalte also um 17 Prozentpunkte erhöht – eine insgesamt höchst erfreuliche Entwicklung.

Gut jeder Dritte (34 Prozent) beschreibt seine aktuellen Lebensumstände mit den Worten "es geht". Neun Prozent – dies sind nur noch halb so viele wie in den Jahren 2005 und 2006 – sehen sich finanziell in "(eher) schlechter" Verfassung.

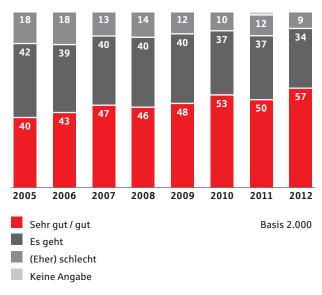
Angesichts der seit 2007 andauernden Finanz- und Schuldenkrise ist dies in der Summe eine bemerkenswerte Entwicklung. Die deutsche Bevölkerung war trotz der mitunter Besorgnis erregenden Nachrichtenlage an den Finanzmärkten beim Thema Geld im Sommer 2012 in der zuversichtlichsten Stimmung seit Jahren.

Kluft zwischen West und Ost

Die beiden Landeshälften Deutschlands schneiden im Hinblick auf den finanziellen Status quo weiterhin recht unterschiedlich ab. In den westlichen Bundesländern umschreiben ungefähr drei von fünf Befragten (59 Prozent) ihre persönlichen Lebensumstände mit den Worten "sehr gut" oder "gut"; in den östlichen Ländern gilt dies nicht einmal für jeden Zweiten (45 Prozent). Erfreulicherweise haben sich die Umfrageergebnisse zuletzt jedoch in Ost und West verbessert.

Gegenwärtige finanzielle Situation

Wie beurteilen Sie Ihre eigene gegenwärtige finanzielle Situation? (Bevölkerung in %)



Quelle: icon Wirtschafts- und Finanzmarktforschung / August 2012

Männer sind deutlich zufriedener als Frauen

Innerhalb eines Jahres hat sich der Anteil der Männer, die sich finanziell "gut" oder "sehr gut" versorgt sehen, von 51 auf aktuell 61 Prozent erhöht – ein ausgesprochen starker Anstieg um zehn Prozentpunkte. Auch der Vergleichswert der Frauen konnte zulegen, allerdings nur um relativ überschaubare drei Prozentpunkte von 49 auf 52 Prozent.

Auch im Hinblick auf die Altersstruktur der deutschen Gesellschaft bestehen beträchtliche Unterschiede. Am zufriedensten ist in der Selbstauskunft zurzeit die große Gruppe der unter 40-Jährigen, von denen sich 62 Prozent "gut" oder "sehr gut" versorgt fühlen. Am anderen Ende des Befindlichkeitsspektrums steht die Altersstufe der 50- bis 59-Jährigen – also diejenige Gesellschaftsgruppe, die in absehbarer Zeit das gesetzliche Renteneintrittsalter erreichen wird. Von ihnen geben lediglich 49 Prozent zu Protokoll, finanziell zumindest "gut" versorgt zu sein. Im Vergleich zu den anderen Altersgruppen betrachtet die ältere Generation ihre Finanzreserven weniger optimistisch.

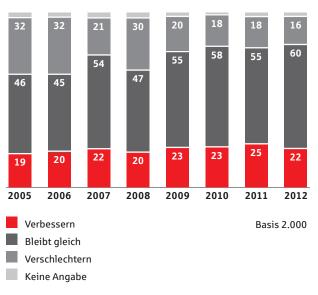
Weiterhin gesunder Optimismus

Die große Mehrheit der Deutschen (82 Prozent) erwartet, dass sich ihre finanzielle Situation in den nächsten zwei Jahren nicht verändern oder sogar verbessern wird. Lediglich jeder Sechste (16 Prozent) geht dagegen von einer Verschlechterung aus – ein im langfristigen Vergleich ausgesprochen niedriger Umfragewert. So lag der Anteil der pessimistisch gestimmten Verbraucher, die in absehbarer Zeit finanzielle Einschnitte erwarten, beispielsweise 2008, 2006 und 2005 bei 30 und mehr Prozent.

Auch an dieser Stelle fallen regionale Sonderentwicklungen auf. Während in den alten Bundesländern ungefähr jeder Vierte (24 Prozent) eine Verbesserung seiner persönlichen Lebensumstände erwartet, ist es in

Erwartung an die zukünftige finanzielle Situation

Wie – glauben Sie – wird sich Ihre finanzielle Situation in den nächsten zwei Jahren verändern? (Bevölkerung in %)



Quelle: icon Wirtschafts- und Finanzmarktforschung / August 2012

den neuen Ländern nur jeder Siebte (14 Prozent). Dem entsprechend geben sich 21 Prozent der ostdeutschen Verbraucher pessimistisch, aber nur 15 Prozent der westdeutschen.

Zuversichtliche Jugend und Familien

Im Hinblick auf die finanziellen Perspektiven und Hoffnungen der Bundesbürger spielt das Alter der Befragten eine wichtige Rolle. Während 46 Prozent aller unter 30-Jährigen eine positive Entwicklung ihrer persönlichen Finanzen bis zum Jahr 2014 erwarten, sind es bei den 30- bis 39-Jährigen nur noch 32 Prozent – ein Wert, der mit zunehmendem Lebensalter kontinuierlich auf fünf Prozent bei den über 60-Jährigen sinkt. Der Anteil der Älteren (60 plus), die mit einer Verschlechterung ihrer individuellen Finanzlage rechnen, liegt mit 26 Prozent besonders hoch.

Wie auch in den Vorjahren geben sich Männer deutlich optimistischer als Frauen (27 zu 17 Prozent). Zugleich spielen Kinder offenbar eine wichtige Rolle, wenn es um die Zukunftsperspektiven der Bürger geht. Leben keine Kinder im Haushalt der Befragten, liegt der Anteil der Optimisten um 20 Prozent. Familien mit Kindern unter 18 Jahren kommen an dieser Stelle hingegen auf einen Vergleichswert von 30 Prozent, Alleinerziehende sogar auf 41 Prozent.

Das Konsumverhalten der Verbraucher

Der Anteil der Haushalte, die ihren Konsum in der Selbsteinschätzung zuletzt eingeschränkt haben, hat sich in den vergangenen sieben Jahren annähernd halbiert. Er liegt aktuell nur noch bei niedrigen 23 Prozent, wobei Frauen sich bei den Ausgaben stärker zurückgehalten haben als Männer (27 zu 19 Prozent). Die große Mehrheit der Verbraucher in Deutschland (69 Prozent) erklärt hingegen, die persönlichen Ausgaben unverändert gelassen zu haben, während immerhin acht Prozent eine Ausweitung ihrer Ausgaben zu Protokoll geben.

Besonders markant ist die größere Konsumfreude bei den 14- bis 29-Jährigen, von denen 16 Prozent mehr Geld ausgegeben haben als zuvor. Fast jeder dritte Befragte in der Altersgruppe der 50- bis 59-Jährigen (31 Prozent) hat sich bei den persönlichen Ausgaben andererseits eingeschränkt.

Konsumabsichten der Haushalte

Acht Prozent aller Befragten wollen ihre persönlichen Ausgaben in Zukunft tendenziell ausweiten – ein Wert, der sich nur marginal von denen der Vorjahre unterscheidet. Erfreulich ist indes, dass 71 Prozent der Bundesbürger an ihrem Konsumverhalten nichts ändern wollen (plus sechs Prozentpunkte zum Vorjahr). Aktuell beabsichtigen nur noch 20 Prozent, sich bei den Konsumausgaben einzuschränken – das bei dieser Frage niedrigste Ergebnis seit Langem. Zum Vergleich: Im Vorjahr lag der Umfragewert derjenigen, die weniger konsumieren wollen, noch bei 24 Prozent, 2008 bei 38 Prozent, 2006 sogar bei 48 Prozent. Der Trend legt nahe, dass mit der gestiegenen Beschäftigung über die vergangenen Jahre auch die Kauflust zugenommen hat.

Bei den unter 30-Jährigen liegt der Anteil derjenigen, die künftig mehr Geld ausgeben wollen, mit 19 Prozent sehr hoch. Ein weiteres Mal sticht die Gruppe der in den 1950er-Jahren Geborenen hier durch recht enttäuschende Werte hervor. So erklären 27 Prozent aller 50- bis 59-Jährigen, künftig weniger konsumieren zu wollen – ein Wert, der weit über denen aller anderen Altersgruppen liegt.

Wie schon im Vorjahr zeigen Männer in der Selbstauskunft erheblich größere Konsumabsichten als Frauen (elf zu fünf Prozent).

Vermögensbildung und Altersvorsorge

Weiterhin großes Interesse an Immobilien

Ein Großteil der Verbraucher in Deutschland hält das Eigenheim zurzeit für diejenige Sparform, die sich am besten für die Vermögensplanung/den Vermögensaufbau eignet. Als idealen Baustein der finanziellen Absicherung favorisieren 45 Prozent aller Befragten eine selbst genutzte Immobilie. Dies sind noch einmal etwas mehr als im Vorjahr.

Allerdings deuten die Ergebnisse auch darauf hin, dass sich das zuletzt stark gestiegene Interesse an selbst genutztem Wohneigentum in der Zukunft etwas abschwächen könnte. Während vor einem Jahr 36 Prozent aller Befragten zwischen 20 und 50 Jahren – dies ist die am Immobilienmarkt zahlenmäßig entscheidende Gruppe – erklärten, den Erwerb eines Hauses oder einer Wohnung zu planen, sind es aktuell nur noch 30 Prozent.

Zwei Klassiker der Altersvorsorge in Deutschland, die Lebens- und Rentenversicherung, schneiden 2012 wieder besser ab als im recht ernüchternden Vorjahr. 35 Prozent der Haushalte finden die Lebensversicherung als Sparprodukt zurzeit optimal (plus sieben Prozentpunkte zum Vorjahr), 28 Prozent die Rentenversicherung (plus drei Punkte). Bausparverträge sind mit ebenfalls 28 Prozent ähnlich beliebt. Deutlich weniger Fürsprecher als vor einem Jahr verzeichnet die Riester-Rente mit aktuell 13 Prozent (minus fünf Prozentpunkte).

In der großen Gruppe der börsengehandelten Wertpapiere fallen in der aktuellen Umfrage vor allem Anleihen auf. Hielten vor einem Jahr noch zehn Prozent aller Befragten festverzinsliche Wertpapiere für ideale Instrumente des Vermögensaufbaus, sind es heute nur noch sieben Prozent. Der Rückgang ist mit dem aktuell außerordentlich niedrigen Zins- und Renditeniveau

indes leicht einzuordnen und zu erklären. Traditionelle "Geldparkplätze" wie Sparbuch (27 Prozent), Festgeld (17 Prozent) und Termingeld (sieben Prozent) spielen allerdings trotz des für Sparer unbefriedigenden Zinsumfelds weiterhin eine wichtige Rolle.

Vier von fünf Verbrauchern sorgen finanziell vor

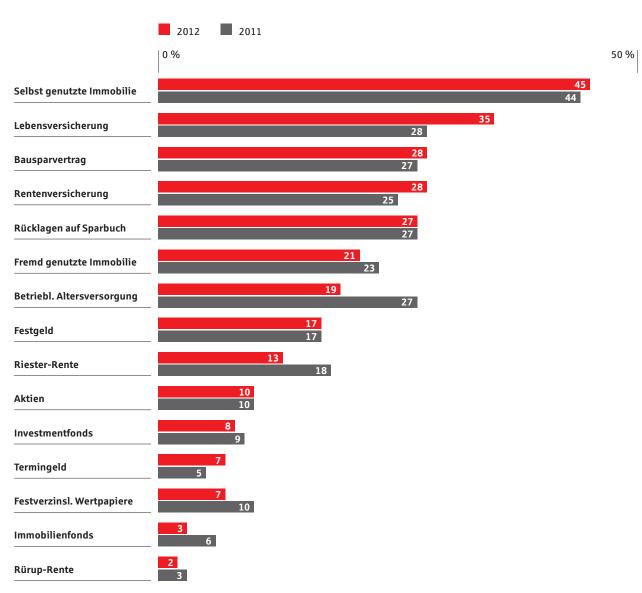
Der Anteil der Deutschen, die Maßnahmen zur Absicherung ihrer finanziellen Zukunft ergriffen haben oder dies demnächst tun wollen, liegt aktuell bei 79 Prozent. Dies ist ein erfreulich hoher Wert, der jedoch auf leicht niedrigerem Niveau als in den drei Vorjahren (80 bis 82 Prozent) liegt. Jeder Fünfte (20 Prozent) kümmert sich zurzeit nicht um die finanzielle Altersvorsorge. Dies betrifft insbesondere diejenigen, die finanziell dazu zurzeit nicht in der Lage sind – mit zwölf Prozent sind dies immerhin zwei Prozentpunkte mehr als im Vorjahr. Fünf Prozent halten die gesetzliche Rente für ausreichend und private Sparanstrengungen infolgedessen für überflüssig – dies gilt insbesondere für die "Fast-Rentner".

Der Anteil der Vorsorger, die sich gedanklich mit der Materie beschäftigt oder bereits etwas unternommen haben, steigt erwartungsgemäß mit zunehmendem Haushaltseinkommen. In der Gruppe der Niedrigverdiener, die über ein Nettoeinkommen von weniger als 1.000 Euro monatlich verfügen, haben nur 51 Prozent Sparmaßnahmen in die Wege geleitet oder in Erwägung gezogen. Der Vergleichswert für die höchste Einkommensgruppe (mehr als 2.500 Euro) liegt bei markant höheren 91 Prozent.

Insgesamt liegt in Westdeutschland der Anteil der Vorsorger an der Gesamtbevölkerung höher als im Osten (80 zu 73 Prozent).

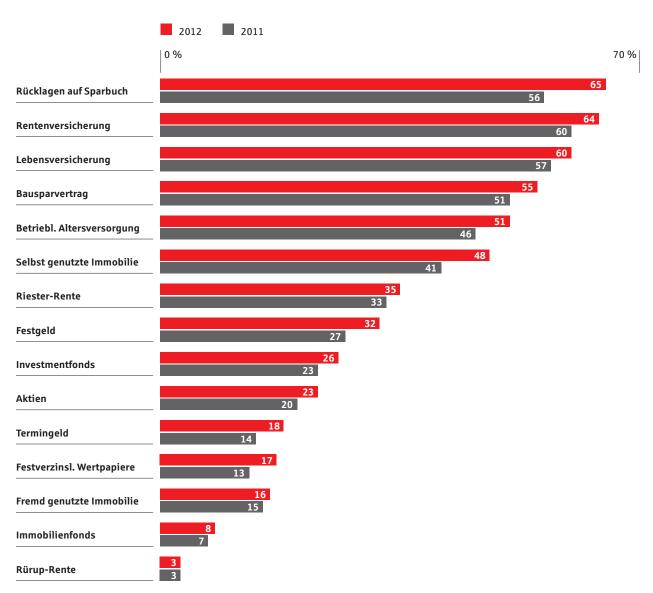
Maßnahmen zur Sicherung und Verbesserung der finanziellen Situation

Welche Produkte eignen sich für die Vermögensplanung/den Vermögensaufbau am besten? (Anteile in % / Mehrfachnennungen möglich)



In Anspruch genommene Maßnahmen zur Sicherung und Verbesserung der finanziellen Situation

Welche Möglichkeiten haben Sie bereits in Anspruch genommen, um Ihre finanzielle Situation im Alter zu sichern oder zu verbessern? (Anteile in % / Mehrfachnennungen möglich)



Nachhaltige Anlageformen sind beliebt

Ein gutes Drittel der Bundesbürger (35 Prozent) weiß um die Möglichkeit, bei der Geldanlage nachhaltigen Prinzipien folgen zu können, Finanzentscheidungen also an ethischen, sozialen und ökologischen Aspekten auszurichten. Dies sind zwei Prozentpunkte mehr als 2011.

Die Sensibilisierung für das Thema Nachhaltigkeit in Geld- und Finanzfragen ist in der deutschen Gesellschaft weiterhin ungleich verteilt:

→ Vor allem in finanziell starken Haushalten spielt das Thema eine Rolle. 43 Prozent aller Verbraucher, deren monatliches Haushaltsnettoeinkommen 2.500 Euro übersteigt, sind mit nachhaltigen Prinzipien auch bei Finanzentscheidungen vertraut. Dieser Wert liegt umso niedriger, je geringer das Haushaltseinkommen ausfällt. So wissen nur 28 Prozent aller Geringverdiener, die mit weniger als 1.000 Euro monatlich auskommen müssen, um diesen Zusammenhang. Allerdings sind dies immerhin vier Prozentpunkte mehr als noch 2011.

- → Die Altersgruppe der 30- bis 49-Jährigen erzielt an dieser Stelle weiterhin die höchsten Umfragewerte mit 42 Prozent (40 bis 49 Jahre) beziehungsweise 39 Prozent (30 bis 39). Sowohl bei Jüngeren als auch in der Altersgruppe der über 50-Jährigen ist das Wissen um nachhaltige Geldanlagen dagegen unterdurchschnittlich.
- → In Westdeutschland liegt der Umfragewert aktuell bei 37 Prozent, was zum Vorjahr einem Plus von drei Prozentpunkten entspricht. In Ostdeutschland sank der Wert binnen eines Jahres dagegen von 28 auf nun 25 Prozent.
- → Männer sehen sich deutlich öfter mit dem Zusammenspiel von Geldanlage und Nachhaltigkeit vertraut als Frauen (39 zu 31 Prozent).

Fast die Hälfte investiert nachhaltig

44 Prozent der Verbraucher, welche die mögliche Verbindung von Geldanlage und Nachhaltigkeit kennen, haben bei ihren Finanzentscheidungen bereits Nachhaltigkeitsaspekte berücksichtigt. Am stärksten ist dieser Trend in der Gruppe der 50- bis 59-Jährigen zu beobachten (54 Prozent), während insbesondere die unter 30-Jährigen nur zu einem relativ geringen Teil (30 Prozent) nachhaltig investieren.

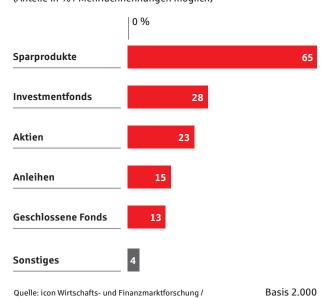
Der Aspekt der Nachhaltigkeit dürfte auch in Zukunft eine zentrale Rolle spielen. 58 Prozent all derjenigen, die bislang noch nicht nach diesem Leitprinzip sparen und vorsorgen, erklären, dies künftig tun zu wollen. Ungefähr zwei Drittel der Befragten (65 Prozent) würden dabei vor allem Sparprodukte nutzen wollen, 28 Prozent Investmentfonds. 23 Prozent favorisieren hingegen die Aktien nachhaltig orientierter Unternehmen, 15 Prozent Anleihen.

Beim Abschluss von nachhaltigen Geldanlagen würden 64 Prozent der Haushalte "grundsätzlich" mit einer Sparkasse zusammenarbeiten, 51 Prozent mit einem Institut der genossenschaftlichen Volks- und Raiffeisenbankengruppe. Die Deutsche Bank und die mit ihr verbundene Postbank kommen an dieser Stelle auf 27 beziehungsweise 24 Prozent, die Sparda-Bank auf 23 Prozent. Commerzbank, ING-DiBa und die Umweltbank liegen mit Werten um 20 Prozent nur leicht dahinter.

Möglichkeiten nachhaltiger Geldanlagen

August 2012

Wenn Sie an nachhaltigen Geldanlagen interessiert sind, welche Produkte kämen für Sie infrage? (Anteile in % / Mehrfachnennungen möglich)



Große Zuversicht unter den Vorsorgern

Die große Mehrheit derjenigen, die bereits Vorsorgemaßnahmen ergriffen haben oder diese wenigstens
planen, ist zuversichtlich, mit ihrer Hilfe die in Zukunft
erhoffte finanzielle Absicherung erreichen zu können.
Dies erklären 71 Prozent aller Vorsorger – ein Ergebnis,
das sich mit den Vergleichswerten der Vorjahre deckt.
21 Prozent der Befragten sind sich an dieser Stelle "nicht
sicher". Die verbleibenden acht Prozent befürchten, die
persönlichen Finanzziele "wahrscheinlich nicht" oder
"auf keinen Fall" erreichen zu können.

Männer (74 Prozent) sind, was die Realisierung ihrer Altersabsicherung anbelangt, deutlich optimistischer als Frauen (67 Prozent).

Im Regionalvergleich haben sich die Verhältnisse angeglichen. Aktuell glauben 72 Prozent der Vorsorger in Ostdeutschland und 71 Prozent der Westdeutschen, die individuellen Sparziele mit großer Wahrscheinlichkeit erreichen zu können. Im Vorjahr lagen diese Werte noch bei 66 Prozent (Ost) beziehungsweise 72 Prozent (West).

Themen

Die dem Vermögensbarometer zugrunde liegende Befragung setzt alljährlich thematische Akzente. Im Sommer 2012 standen die Finanzkenntnisse der Verbraucher im Vordergrund. Ein ergänzender inhaltlicher Schwerpunkt zeigt in diesem Jahr auf, welche Geschäftspolitik die Bundesbürger sich von ihrem Kreditinstitut wünschen.



Die Finanzkenntnisse der Deutschen

Guter Informationsstand bei Geldthemen

Eine deutliche Mehrheit der Deutschen (54 Prozent) fühlt sich bei Fragen "rund um das Thema Geld und Finanzen" insgesamt "gut" oder sogar "sehr gut" informiert. Zwei von fünf Befragten (38 Prozent) beschreiben ihren Kenntnisstand immerhin noch als zufriedenstellend ("es geht"), während lediglich acht Prozent der Ansicht sind, sich auf diesem Gebiet "eher schlecht" oder "schlecht" auszukennen.

Vor allem das Haushaltseinkommen korreliert in der Selbsteinschätzung mit der Finanzbildung. Annähernd zwei Drittel (64 Prozent) derjenigen, die über ein monatliches Haushaltsnettoeinkommen von mehr als 2.500 Euro verfügen, kennen sich nach eigenen Angaben rund ums Geld "gut" oder "sehr gut" aus. In der Gruppe derjenigen mit niedrigem Einkommen (unter 1.000 Euro im Monat) liegt der Vergleichswert nur bei 40 Prozent.

Männer (56 Prozent) schätzen ihren Kenntnisstand besser ein als Frauen (52 Prozent). Zwischen Ost- und Westdeutschland gibt es an dieser Stelle dagegen aktuell nur unerhebliche Differenzen. In der großen Altersstufe der 40- bis 59-Jährigen ist das Finanzwissen leicht überdurchschnittlich (56 Prozent "gut/sehr gut").

Das Finanz-Know-how hängt vom Thema ab

Beträchtliche Unterschiede bestehen indes im Hinblick auf die Finanzthemen, mit denen die Verbraucher inhaltlich vertraut sind. Mit dem modernen Zahlungsverkehr – Stichworte sind beispielsweise "Girokonto" und "Kreditkarten" – kennen sich 72 Prozent "(sehr) gut" aus, nur acht Prozent "wenig" oder "überhaupt nicht". Bei Versicherungen fühlen sich immerhin 56 Prozent sachverständig, bei der Altersvorsorge 54 Prozent.

Weniger souverän sind die Befragten bei Finanzierungsthemen, beispielsweise bei Fragen rund um die Bau- und Immobilienfinanzierung, von der 40 Prozent nach eigener Einschätzung kaum oder überhaupt keine Kenntnis haben. Bei Raten- und Konsumentenkrediten gilt dies sogar für 43 Prozent. Die größten inhaltlichen Defizite sehen die Bundesbürger indes bei Wertpapieren, etwa Aktien und Aktienfonds. Während jeder Vierte (24 Prozent) angibt, sich auf diesem Gebiet mindestens "gut" auszukennen, hat mehr als jeder Zweite (53 Prozent) bestenfalls minimales Vorwissen.

Diese Umfrageergebnisse korrelieren im Kern bemerkenswert gut mit jenen Finanzprodukten, die die Sparer tatsächlich nutzen und mit denen sie daher vertraut sind. So erklären beispielsweise 60 Prozent aller Vorsorger in Deutschland, als Element der persönlichen Altersabsicherung eine Lebensversicherung abgeschlossen zu haben. Aktien wiederum nutzen lediglich 23 Prozent von ihnen – ein Wert, der fast identisch mit dem Anteil der "Experten" auf diesem Gebiet ist.

Anlaufstellen, um sich rund ums Geld zu informieren

77 Prozent aller Verbraucher, die sich in einer Geldangelegenheit informieren wollen, wenden sich zuerst an ihre Hausbank oder -sparkasse – die mit Abstand am häufigsten genannte Anlaufstelle. Das persönliche Umfeld – also Familienangehörige, Freunde und Bekannte – ist mit einem Wert von 57 Prozent ähnlich wichtig wie unabhängige Verbraucherberatungen wie die Stiftung Warentest (55 Prozent). Auch die klassischen Medien – Printpublikationen, Fernsehen und Radio – haben eine einflussreiche Rolle (52 Prozent), während das Internet (43 Prozent) noch nachrangig abschneidet. Das Informationsgespräch mit sonstigen Finanzberatern ist für 22 Prozent der Bundesbürger wichtig.

Die Sparkassen und ihr Geschäftsmodell

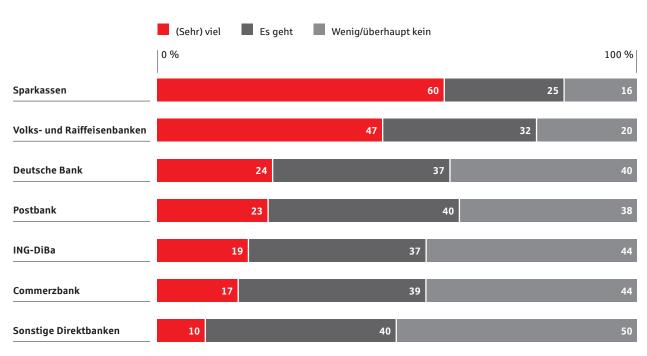
Eine Frage des Vertrauens

Die Sparkassen erfreuen sich bei den Verbrauchern weiterhin eines außerordentlich guten Rufs. Drei von fünf Bundesbürgern (60 Prozent) geben an, den Sparkassen "hohes" oder "sehr hohes" Vertrauen entgegenzubringen – weit mehr als allen anderen Finanzdienstleistern in Deutschland. Den zweiten Platz im Ranking belegen die genossenschaftlichen Volks- und Raiffeisenbanken (47 Prozent). Abgeschlagen folgt die Gruppe der großen Privatbanken in der Bundesrepublik, angeführt von Deutscher Bank (24 Prozent), deren Tochter Postbank (23 Prozent), ING-DiBa (19 Prozent) und Commerzbank (17 Prozent). Die übrigen Direktbanken halten nur zehn Prozent der Befragten für vertrauenswürdig, während jeder Zweite (50 Prozent) "wenig" oder "überhaupt kein" Vertrauen in sie setzt.

Vor diesem Hintergrund überrascht es nicht, dass die Sparkassen der wichtigste Partner der Verbraucher bei Fragen rund um die Vermögensbildung sind. 41 Prozent aller Befragten arbeiten bei der Geldanlage "hauptsächlich" mit einer Sparkasse zusammen. Alle anderen Kreditinstitute zusammengenommen kommen auf 58 Prozent, die Versicherungen in der Summe auf 13 Prozent. Den Bausparkassen fällt lediglich eine kleine Rolle zu (fünf Prozent), Finanzmaklern und Strukturvertrieben eine marginale.

Das Vertrauen in die Sparkassen ist mit Abstand am höchsten

Wie viel Vertrauen haben Sie generell in die folgenden Geldinstitute? (Anteile in % / Abweichungen aufgrund von Rundungen)

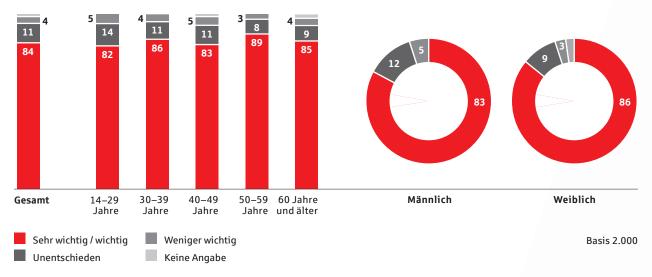


Quelle: icon Wirtschafts- und Finanzmarktforschung / August 2012

Basis 2.000

Bedeutung des Geschäftsmodells

Wie wichtig ist Ihnen bei der Wahl Ihres Kreditinstituts, dass es bei seiner Geschäftspolitik nicht nur auf die Maximierung seines Gewinns, sondern auch auf das Wohlergehen der Menschen und Unternehmen in seinem Geschäftsgebiet achtet? (Bevölkerung in % / Abweichungen aufgrund von Rundungen)



Quelle: icon Wirtschafts- und Finanzmarktforschung / August 2012

Gewinnmaximierung ist nicht alles

Eine große Mehrheit der Gesellschaft (84 Prozent) hält es bei der Auswahl einer Bank oder Sparkasse für "wichtig" oder "sehr wichtig", dass ein Kreditinstitut bei seiner Geschäftspolitik nicht nur auf die Maximierung seines Gewinns, sondern auch auf das Wohlergehen der Menschen und Unternehmen in seinem Geschäftsgebiet achtet.

Die regionale Einbindung der Hausbank ist wichtig

Drei von fünf Verbrauchern (60 Prozent) finden es außerdem "wichtig" oder "sehr wichtig", dass ihre Einlagen bei Banken und Sparkassen vor Ort in der Region bleiben und dort als Kredite an regionale Unternehmen, Handwerksbetriebe oder "Häuslebauer" vergeben werden. Diese Präferenz ist bei Frauen deutlicher ausgeprägt als bei Männern (63 zu 57 Prozent) und im Osten etwas markanter als in der westlichen Landeshälfte (64 zu 60 Prozent).

Diese Kernelemente des Sparkassen-Geschäftsmodells – die Gemeinwohlorientierung und die Verankerung der Institute in ihrer jeweiligen Region – werden über alle befragten Gesellschaftsschichten hinweg von einer großen Mehrheit geschätzt. Es ist ein Vertrauensbeweis, der die Sparkassen in ihrem Selbstverständnis bestätigt und anspornt.

Impressum

Herausgeber

Deutscher Sparkassen- und Giroverband Charlottenstraße 47 10117 Berlin

Telefon 030 2 02 25-0 Telefax 030 2 02 25-250 www.dsgv.de

Kontakt

Kommunikation und Medien Telefon 030 2 02 25-51 33 Telefax 030 2 02 25-51 31

Druck

DCM Druck Center Meckenheim



