



Lehrstuhl für Bankbetriebslehre
Prof. Dr. D. Leisen

PRESSEMITTEILUNG

GÖTTINGEN, MAINZ, WIESBADEN, IM DEZEMBER 2009

Aktuelle Studie zur Honorarberatung Privatkunden akzeptieren neuen Beratungsansatz

70 Prozent der Privatkunden sind grundsätzlich bereit, für eine provisionsfreie Finanzberatung ein Honorar zu zahlen. Zu diesem Ergebnis kommt eine aktuelle Studie der HonorarKonzept GmbH, der Unternehmensberatung MC4MS und des Lehrstuhls für Bankbetriebslehre der Johannes Gutenberg-Universität Mainz. 990 Privatpersonen wurden von September bis Oktober dieses Jahres zum Thema Finanzberatung und ihrem präferierten Preismodell umfangreich befragt. Die Erhebung wurde mittels Online-Fragebogen durchgeführt.

Zweck der Studie war es, vor dem Hintergrund der Finanzmarktkrise zu untersuchen, ob sich bei Kunden ein neues Verständnis zur Honorarberatung entwickelt hat. Die Ergebnisse der Studie zeigen, dass bei über 70 Prozent der Befragten eine grundsätzliche Bereitschaft besteht, sich gegen Honorar beraten zu lassen. Dieser Anteil steigt um weitere 13 Prozentpunkte, wenn der Wegfall der Vertriebsprovision im Fall der Honorarberatung nochmals verdeutlicht wird. Wird zudem die höhere Rendite durch das kostenoptimierte Produktangebot der Honorarberater aufgezeigt, können sich insgesamt 90 Prozent der Befragten vorstellen, sich gegen ein Honorar beraten zu lassen.

Die Studienergebnisse dokumentieren in diesem Zusammenhang eine eindeutige Tendenz: Privatkunden präferieren eine unabhängige Beratung und sind bereit, für eine neutrale und qualitativ hochwertige Beratungsleistung Honorar zu zahlen. Mit Blick auf die Beratungsanlässe wird vor allem bei der Altersvorsorgeberatung ein Honorar als angemessen erachtet. „Dass im Vergleich der Finanzprodukte die Meisten, nämlich 41,3 Prozent der Befragten, bei der Altersvorsorgeberatung ein Honorar als gerechtfertigt ansehen, bestätigt unsere tägliche Erfahrung und macht das große Potential deutlich, in dessen Marktumfeld wir uns bewegen. Wer Vertrauen schafft und die Kosten offenlegt, kann mit qualitativer Beratung eine hohe Akzeptanz beim Kunden vorfinden. Mit dem Wissen der Kunden über weitere Vorteile, wie einer hohen Flexibilität, wächst diese Akzeptanz im Beratungsprozess noch weiter und schafft langfristige und nachhaltige Kundenbeziehungen. Honorarberatung funktioniert“, so Michael Mebesius, Geschäftsführer der HonorarKonzept GmbH.

Während vergleichbare Studien vor der Finanzkrise bzw. ohne Verdeutlichung der gleichzeitigen Vertriebsprovisionsersparnis nur eine Bereitschaft für die Honorarberatung bei 20 bis 25 Prozent der Befragten ergaben, liegt der Wert in der aktuellen Studie deutlich höher. „Nach unseren Erhebungen sind heute mehr als 70 Prozent der Anleger bereit, für Beratung zu zahlen, und das in einer Höhe, die durchaus kostendeckend sein könnte“, sagt Prof. Dr. Dietmar Leisen, Lehrstuhl für Bankbetriebslehre, Johannes Gutenberg-Universität Mainz. „Privatkunden sind seit 2008 verstärkt zu Honorarberatungsmodellen gewechselt und damit auch äußerst zufrieden. Als Gründe für den bewussten Wechsel zur Honorarberatung, die in den meisten Fällen nach Zeitaufwand oder festem Honorar erfolgt, werden insbesondere die Unabhängigkeit der Beratung sowie die bessere Beratungsqualität angegeben.“



Lehrstuhl für Bankbetriebslehre
Prof. Dr. D. Leisen

Für Marc Ahlers von der Unternehmensberatung MC4MS zeigt sich durch die Studie, dass gerade marktführende Finanzdienstleister im jeweiligen Segment Bank, Versicherung oder Finanzvertrieb durch die zusätzliche Einführung eines Honorarberatungsmodells profitieren würden. „Entweder, da sie für einen hohen Anteil an Nicht-Kunden dann in Frage kämen oder weil Bestandskunden mehr Beratung nachfragen würden – anscheinend ist gerade bei diesen heute eine große Diskrepanz zwischen wahrgenommener hoher Beratungsqualität und niedriger Akzeptanz des Preismodells festzustellen“, erklärt Managing Director Marc Ahlers.

Mehr Informationen zur jüngsten Studie Honorarberatung gibt es unter www.honorarberatung-studie.de.

3.870 Zeichen (mit Leerzeichen) / 97 Zeilen à 40 Anschläge

Pressekontakt:

Sie möchten über die Studienergebnisse redaktionell berichten? Wir unterstützen Sie gerne. Kontaktieren Sie uns bitte unter:

HonorarKonzept

unic Pressedienst

Thomas Koblitz

Telefon: 0551-52100-313

E-Mail: koblitz@unic.de

Internet: www.honorarkonzept.net/presse

MC4MS

Marc Ahlers

Telefon: 0611-9757500

E-mail: presse@mc4ms.de

Internet: www.mc4ms.de

Hintergrund und Ziel der Studie

Die Finanzmarktrichtlinie MiFID (2007) sowie die Reform des Versicherungsvertragsgesetzes - VVG (2008) haben schon zu einer stärkeren Kostentransparenz im Produktvertrieb von Versicherungen, Banken und Finanzvertrieben geführt. Die Folgen der Finanzkrise haben zu einer weiteren Sensibilisierung der Kunden beigetragen. Ziel der aktuellen Studie war es daher, Privatkunden nach ihren Wünschen im Bereich der Ausgestaltung von Finanzberatung zu befragen, insbesondere zu dem präferierten Preismodell.

Studieninhalte

Die Studienergebnispräsentation beinhaltet folgende **Hauptkapitel**:

- I Soziodemographie der Teilnehmer
- II Kaufverhalten und Beratungserfahrung
- III Ergebnisse Kunden im Provisionsmodell
- IV Ergebnisse Kunden im Honorarmodell
- V Erwartungen an Honorarberatung und politische Implikationen

Die Studieninhalte der über 80 Seiten umfassenden Ergebnispräsentation beschäftigen sich mit den zentralen Fragen im Bereich Honorarberatung:

ad III) Kunden im Provisionsmodell

Wollen die Kunden weiter bei dem bestehenden Modell der vermeintlich kostenlosen Beratung und dem provisionsorientierten Vertrieb bleiben? Welches Preismodell innerhalb der Honorarberatung präferieren die Verbraucher, d. h. auch transaktionsunabhängige Beratungsgebühren? Welche Zahlungsbereitschaft besteht bei den Kunden? Wie ändert sich die Nachfrage nach Beratung von Kunden und Nicht-Kunden bei der Einführung von Honorarberatungsmodellen in den Segmenten Bank / Sparkasse, Versicherung und Finanzvertrieb?

ad IV) Kunden im Honorarmodell

Wie zufrieden sind Kunden, die sich für ein Honorarmodell entschieden haben? Aus welchen Gründen haben sie sich für das Modell entschieden und auf welchem Wege haben sie davon erfahren? Welche Honorarmodelle werden genutzt und welche konkrete Honorarhöhe bezahlen Honorarberatungskunden heute? Empfehlen Honorarberatungskunden das Modell Honorarberatung aktiv in ihrem Bekanntenkreis weiter?

ad V) Politische Implikationen

Welche Erwartungen haben Kunden an Honorarberater sowie die (gesetzliche) Ausgestaltung der Honorarberatung in Deutschland? Wie soll Honorarberatung definiert werden: Honorarberatung als eigenes Finanzsegment oder als Preismodell? Welche Preismodelle sollen aus Kundensicht überhaupt als Honorarberatung zulässig sein? Welche Anforderungen an die gesetzlichen Rahmenbedingungen haben Kunden an die aus Sicht der Politik förderungswerte Honorarberatung?



Lehrstuhl für Bankbetriebslehre
Prof. Dr. D. Leisen

Studienerwerb

Mehr Informationen und die Bestellmöglichkeit zur Honorarberatungs-Studie ist unter www.honorarberatung-studie.de zu finden

Studienautoren:

HonorarKonzept GmbH

Die HonorarKonzept GmbH etabliert in Deutschland einen neuen Ansatz in der Finanzdienstleistung: die Honorarberatung über Versicherungsleistungen durch unabhängige Honorar-Finanzberater.

Mit HonorarKonzept werden Kunden offen und unabhängig beraten, weil das Beratungskonzept komplett auf Provisionen und Abschlusskosten verzichtet. Dies geschieht durch die transparente Trennung zwischen Beratungs- und Vermittlungsleistungen sowie Produktlösungen in Form echter Netto-Tarife. Dafür zahlt der Kunde ein individuell vereinbartes Honorar direkt an seinen Berater, der dadurch seinen Kunden unabhängig und neutral kosteneffiziente Anlageformen empfehlen kann.

HonorarKonzept GmbH
Michael Mebesius, Geschäftsführer
Von-Bar-Straße 2/4, 37075 Göttingen
Tel.: +49 (0)551 488 29 66
Fax: +49 (0)551 488 29 77
E-mail: michael.mebesius@honorarkonzept.de
Internet: www.honorarkonzept.de

Unternehmensberatung MC4MS®

MC4MS® berät Unternehmen der Finanzindustrie in den Bereichen Research, Strategie und Marketing, immer im Hinblick auf eine Verbesserung der Marktposition der Kunden. MC4MS® unterstützt Asset Manager, Banken / Sparkassen, Finanzvertriebe, Versicherungen und sonstige Finanzmarktakteure sowohl bei inhaltlichen Herausforderungen als auch bei der Leitung und dem Management von Projekten.

MC4MS® beschäftigt sich intensiv mit Preis- und Betreuungsmodellen für Privatkunden, z. B. mit den Implikationen aus der in 2007 eingeführten MiFID sowie der Chancen für die Finanzindustrie durch die Honorarberatung.

MC4MS® führt sowohl Marktstudien im exklusiven Kundenauftrag durch, als auch größere Studien - wie die vorliegende Honorarberatungs-Studie - die anschließend im Markt veröffentlicht werden.

MC4MS®
Kreidelstraße 2a, 65193 Wiesbaden
Tel.: +49 0611-9757500
E-mail: info@mc4ms.de
Internet: www.mc4ms.de



Lehrstuhl für Bankbetriebslehre
Prof. Dr. D. Leisen

Lehrstuhl für Bankbetriebslehre der Universität Mainz

Innerhalb der Johannes Gutenberg-Universität Mainz wurde die Studie vom Lehrstuhl für Bankbetriebslehre (FB 03 Rechts- und Wirtschaftswissenschaften) durchgeführt. Lehrstuhlinhaber und Mentor der Honorarberatungsstudie ist Herr Prof. Dr. Dietmar Leisen. Seine Forschungsschwerpunkte liegen im Portfoliomanagement, Risikomanagement sowie im Bereich Private Equity. Operativ verantwortlich ist auf Seiten des Lehrstuhls Frau Yvonne Kreis, wissenschaftliche Mitarbeiterin.

Johannes Gutenberg-Universität Mainz
Lehrstuhl für Bankbetriebslehre (FB 03)
Dipl.-Kffr. Yvonne Kreis
Jakob-Welder-Weg 9, 55128 Mainz
Tel.: +49 06131-39 2 3992
Fax: +49 06131-39 2 9905
E-mail: yvonne.kreis@uni-mainz.de
Internet: www.finserv.bwl.uni-mainz.de

Pressekontakt:

Sie möchten über die Studienergebnisse redaktionell berichten? Wir unterstützen Sie gerne. Kontaktieren Sie uns bitte unter:

HonorarKonzept
unic Pressedienst
Thomas Koblitz
Weender Landstraße 3-7, 37073 Göttingen

Tel.: 05 51/ 5 21 00-313
Fax: 05 51/ 5 21 00-390
E-mail: koblitz@unic.de
Internet: www.honorarkonzept.net/presse

MC4MS
Marc Ahlers
Tel.: 0611-9757500
E-mail: presse@mc4ms.de
Internet: www.mc4ms.de