

## Marktforschung

## Rat in Finanzfragen: Portale lassen Banken weit hinter sich

In Finanzfragen vertrauen die Bundesbürger vor allem ihren Freunden und der eigenen Familie. 91 Prozent vertrauen deren Ratschlägen in Finanzangelegenheiten. Dieses Ergebnis einer bevölkerungsrepräsentativen telefonischen Befragung von 1 006 Bundesbürgern ab 14 Jahre im Auftrag des Digitalverbands Bitkom ist wenig überraschend und bestätigt einmal mehr viele Studien zuvor.

Alarmierend sind jedoch die Zahlen für die folgenden Plätze in der Vertrauenskala: Auf Platz zwei folgen inzwischen Online-Verbraucherportale (wie [finanzen.net](http://finanzen.net) oder [finanztip.de](http://finanztip.de)) sowie Online-Vergleichsportale (wie [verivox.de](http://verivox.de) oder [check24.de](http://check24.de)) mit jeweils 70 Prozent. Ratschläge von klassischen Medien wie Zeitungen oder Fernsehen vertrauen 42 Prozent. Andere Online-Angebote zu Finanzthemen wie Fachforen, Blogs oder Podcasts halten 37 Prozent für vertrauenswürdig.

Die Finanzbranche ist dagegen weit abgeschlagen. Nur knapp jeder Dritte (32 Prozent) hat bei Ratschlägen zu seinen Finanzen Vertrauen in Bankberater, nur knapp jeder Vierte (23 Prozent) in Versicherungsvertreter. Versicherungsvertreter

bilden damit das Schlusslicht hinter den eigenen Kontakten in sozialen Medien.

Natürlich sind diese Werte in gewisser Weise zu relativieren. Denn in der Regel ist es so, dass die Werte zum allgemeinen Vertrauen in Banken beziehungsweise Berater in Studien deutlich schlechter ausfällt als bei Fragen gezielt nach der eigenen Bank oder dem persönlichen Berater. Das ändert aber nichts an der Erkenntnis, dass die Finanzbranche im Ranking der Personen oder Anlaufstellen, bei denen Rat in Finanzfragen gesucht wird, in den letzten Jahren stark zurückgefallen ist. Das liegt nicht nur daran, dass Verbraucherschützer und Politik ihr Teil dazu beigetragen haben, das Vertrauen in die Beratung zu erschüttern. Sondern es liegt auch daran, dass mit der Digitalisierung die Bandbreite der verfügbaren Möglichkeiten, Rat zu suchen, größer geworden ist. Dass eine Generation, die bei Konsumartikeln oder Urlaubsreisen auf die Bewertung anderer setzt, dieses Modell auch auf Finanzfragen überträgt, muss da nicht erstaunen. Das heißt aber auch: Selbst wenn es der Bankberatung gelingt aus der Imagekrise herauszukommen, dürfte sich dadurch an der Bedeutung der Portale nicht allzu viel ändern. **Red.**