

Sascha Brückner

Markttransparenz und Kundenzufriedenheit in der Finanzwirtschaft

Empirische Untersuchung der Einflussfaktoren auf den
finanziellen Entscheidungsprozess einer Privatperson

Masterarbeit

BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei www.GRIN.com hochladen
und kostenlos publizieren



Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Impressum:

Copyright © 2011 GRIN Verlag
ISBN: 9783668181182

Dieses Buch bei GRIN:

<https://www.grin.com/document/318431>

Sascha Brückner

Markttransparenz und Kundenzufriedenheit in der Finanzwirtschaft

Empirische Untersuchung der Einflussfaktoren auf den finanziellen Entscheidungsprozess einer Privatperson

GRIN - Your knowledge has value

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite www.grin.com ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

Besuchen Sie uns im Internet:

<http://www.grin.com/>

<http://www.facebook.com/grincom>

http://www.twitter.com/grin_com

Markttransparenz und Kundenzufriedenheit in der Finanzwirtschaft

Empirische Untersuchung der Einflussfaktoren auf den finanziellen Entscheidungsprozess einer Privatperson

Freie wissenschaftliche Arbeit zur Erlangung des Grades

Master of Science (UniBwM)

an der Fakultät für Wirtschafts- und Organisationswissenschaften (WOW)

der Universität der Bundeswehr München

Eingereicht von:

Sascha Brückner

Neubiberg, den 30.06.2011

„Unser Entscheiden reicht weiter als unser Erkennen.“¹

¹ Immanuel Kant (1724 – 1804), deutscher Philosoph.

Inhaltsverzeichnis

Anhangsverzeichnis.....	VI
Abbildungsverzeichnis	VII
Tabellenverzeichnis	VIII
Abkürzungsverzeichnis.....	IX
1. Einleitung	1
1.1 Problemstellung	1
1.2 Zielsetzung und Aufbau der Arbeit	2
1.3 Bisheriger Forschungsstand.....	4
2. Beschaffenheit des Finanzmarktes.....	5
2.1 Vorüberlegungen	5
2.2 Finanzdienstleistungsbranche im Umbruch.....	5
2.2.1 Veränderung der Nachfrage	5
2.2.2 Technologischer Fortschritt.....	7
2.2.3 Rechtliche Rahmenbedingungen der Branche / Vermittlung	8
2.3 Besonderheiten im Finanzvertrieb	9
2.3.1 Der Vermittler – Intermediär zwischen Anbieter und Nachfrager	9
2.3.2 Beziehungen zwischen den Marktteilnehmern	12
2.4 Spezifika der Produkte	13
2.4.1 Vorüberlegungen	13
2.4.2 Versicherungen.....	14
2.4.2.1 Sachversicherungen	15
2.4.2.2 Lebensversicherungen.....	16
2.4.2.3 Krankenversicherungen.....	16
2.4.3 Investment	17
2.4.3.1 Vorüberlegungen.....	17
2.4.3.2 Vermögensanlage in Spareinlagen / -verträgen / -briefen	18
2.4.3.3 Vermögensanlage in Wertpapieren	19
2.4.4 Finanzierung.....	21
2.4.4.1 Ratenkredite	21
2.4.4.2 Hypothekendarlehen	21
2.4.4.3 Bauspardarlehen.....	21
2.5 Bedeutung der Kundenzufriedenheit für den Finanzmarkt.....	22
2.6 Faktoren der Kundenzufriedenheit.....	26

2.7	Einflussfaktoren auf den Entscheidungsfindungsprozess	28
2.7.1	Vorüberlegungen	28
2.7.2	Verhaltenswissenschaftliche Ansätze	28
2.7.3	Psychologische Ansätze	30
2.7.3.1	Lerntheorien	30
2.7.3.2	Theorie des wahrgenommenen Risikos	31
2.7.3.3	Theorie der kognitiven Konsistenz	32
2.7.4	Ökonomische Ansätze	33
2.7.5	Mangelhafte Finanzbildung und Behavioral Finance-Effekte	34
2.8	Aufstellung der Hypothesen zu den kausalen Zusammenhängen	35
3.	Grundlagen der empirischen Untersuchung	39
3.1	Vorüberlegungen	39
3.2	Gestaltung des Fragebogens	39
3.3	Dokumentation der Durchführung	41
3.3.1	Durchführung eines Pretests	41
3.3.2	Durchführung in der Feldphase	42
3.3.3	Einladung und Werbung für Teilnehmer	42
3.4	Rücklauf der Befragung	42
3.5	Beschreibung der Stichprobe	43
4.	Empirische Untersuchung	48
4.1	Vorüberlegungen	48
4.2	Untersuchung der Wahrnehmung der Markttransparenz	48
4.2.1	Diskussion der Hypothesenergebnisse der Hypothese 1	48
4.2.2	Diskussion der Hypothesenergebnisse der Hypothese 2	50
4.3	Untersuchung der entscheidungsbeeinflussenden Faktoren	52
4.3.1	Hypothese 3 – Zufriedenheit der Kunden finanzieller Produkte	52
4.3.1.1	Ergebnisse der Hypothesenprüfung	52
4.3.1.2	Diskussion der Ergebnisse	53
4.3.2	Hypothese 4 – Zusammenhang zwischen Zufriedenheit und Vertrauen	54
4.3.2.1	Ergebnisse der Hypothesenprüfung	54
4.3.2.2	Diskussion der Ergebnisse	54
4.3.3	Hypothese 5 – Einfluss des Kenntnisstandes auf die Entscheidung	55
4.3.3.1	Ergebnisse der Hypothesenprüfung	55
4.3.3.2	Diskussion der Ergebnisse	55
4.3.4	Hypothese 6 – Einfluss auf die Aktivität am Finanzmarkt	58
4.3.4.1	Ergebnisse der Hypothesenprüfung	58

4.3.4.2	Diskussion der Ergebnisse	58
4.3.5	Hypothese 7 – Die Beziehung zwischen Kunde und Vermittler	59
4.3.5.1	Ergebnisse der Hypothesenprüfung	59
4.3.5.2	Diskussion der Ergebnisse	59
4.4	Handlungsfelder und Handlungsempfehlungen	60
5.	Schlussbetrachtung.....	64
Anhang.....		67
Literaturverzeichnis		125

Anhangsverzeichnis

Anhang 1: Übersicht rechtliche Rahmenbedingungen	67
Anhang 2: Fragebogen der Online-Umfrage	70
Anhang 3: Statistische Auswertung	89

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Die Marktakteure und Externe Einflüsse	10
Abbildung 2: Die Trendwende der Unternehmensausrichtung	22
Abbildung 3: Das C/D-Paradigma.....	23
Abbildung 4: Entstehung von Kundenzufriedenheit	24
Abbildung 5: Kundenzufriedenheit im Kontext	24
Abbildung 6: Einflussfaktoren der Kundenzufriedenheit.....	26
Abbildung 7: Verteilung des Alters.....	45
Abbildung 8: Verteilung des höchsten Bildungsabschlusses	46
Abbildung 9: Verteilung der Berufsgruppen	46
Abbildung 10: Verteilung des Bruttoeinkommens.....	47
Abbildung 11: Verteilung des Vermögens.....	47
Abbildung 12: Zusammenhang aktuelle Situation und Vertrauen zum Berater.....	54
Abbildung 13: Verbesserungsvorschläge für das Beraterprofil	61

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Kriterien für Servicequalität und Kundenzufriedenheit	27
Tabelle 2: Verteilung des Geschlechts	44
Tabelle 3: Kenntnisstand der Stichprobe.....	49
Tabelle 4: Informationsbeschaffung.....	51
Tabelle 5: Faktoren, nach denen Kunden auswählen	51
Tabelle 6: Zufriedenheit mit Beratung, Betreuung und Produkt.....	52
Tabelle 7: Fähigkeiten und Eigenschaften von Finanzberatern.....	53
Tabelle 8: Zusammenhang / Kreuztabelle Bildung und Kenntnisstand	56
Tabelle 9: Zusammenhang Kenntnisstand und Vertrauen zum Berater	57
Tabelle 10: Zusammenhang Kenntnisstand und Zufriedenheit mit aktueller Situation .	57

Abkürzungsverzeichnis

AG	Aktiengesellschaft
AVB	Allgemeine Versicherungsbedingungen
AWD	Allgemeiner Wirtschaftsdienst AG
bzw.	beziehungsweise
CRM	Customer Relationship Management
CSR	Corporate Social Responsibility
DVAG	Deutsche Vermögensberatung AG
etc.	et cetera
FSA	Financial Service Authority
EU	Europäische Union
GKV	Gesetzliche Krankenversicherung
InvG	Investmentgesetz
KAG	Kapitalanlagegesellschaft
KAGG	Gesetz über Kapitalanlagegesellschaften
KfZ	Kraftfahrzeug
MiFID	Markets in Financial Instruments Directive
MLP	Marschollek, Lautenschläger und Partner AG
PKV	Private Krankenversicherung
u.a.	unter anderem/n
usw.	und so weiter
VersVermR	Versicherungsvermittlerrichtlinie
VVG	Versicherungsvertragsgesetz
WpHG	Wertpapierhandelsgesetz

1. Einleitung

1.1 Problemstellung

Die Produkt- und Dienstleistungsvielfalt am Finanzmarkt hat in den letzten Jahren Wachstumsraten verzeichnet wie kaum eine andere Branche. Dies brachte einige Herausforderungen mit sich. 2001 und 2008 wurden durch den Gesetzgeber rechtliche Bestimmungen erlassen, um den Markt für Vermittlung von Finanzprodukten vor allem dem Kunden gegenüber transparenter zu gestalten. Weitere Gründe für diese harten Eingriffe waren die Förderung des Wettbewerbs zwischen Finanzunternehmen, die Einschränkung von Missbrauchstendenzen seitens der Vermittler sowie die Eindämmung der Benachteiligung von Kunden. Mit einigen Individualitäten zählt die Branche der Vermittlung von Finanzprodukten damit heute zu den am stärksten regulierten überhaupt und hat damit Vorbildcharakter² inne.

Als einmalig innerhalb der Europäischen Union gilt die hohe Anzahl an Finanzvermittlern. Bis Anfang 2007 gingen die Schätzungen von 400 bis 500.000 Personen aus, drei Viertel davon sind nebenberuflich tätig. Das entspricht ungefähr 0,61 Vermittlern pro 100 Einwohner. Im Vergleich zu Nachbarländern wie Großbritannien mit 0,27 Vermittlern pro 100 Einwohner oder Litauen mit 0,24 Vermittlern pro 100 Einwohner ist der deutsche Durchschnitt deutlich höher.³

Auch die Produktvielfalt des Finanzmarktes ist durch wesentliche Merkmale gekennzeichnet. Im Allgemeinen lassen sich drei große Teilbereiche am Markt identifizieren – Versicherung, Investment und Finanzierung. Zwar unterliegen diese Produkte häufig Überschneidungen, da in der Praxis viele Hybridformen und Kombinationen von unterschiedlichen Produkten existieren, jedoch müssen diese aufgrund ihrer Eigenheiten unabhängig voneinander betrachtet werden. Alle drei Bereiche haben eine wesentliche, aber doch unterschiedlich gelagerte Bedeutung für den Gesamtmarkt. Vor allem in den jüngeren Jahren durchliefen diese Bereiche eine sehr unterschiedliche Entwicklung.

Der Bereich Versicherung befindet sich seit Jahren auf dem Wachstumskurs. Selbst in Zeiten der Wirtschafts- und Finanzkrise stand die Leistungsfähigkeit der deutschen Versicherer zu keiner Zeit infrage. Die konstante Nachfrage nach Versicherungsschutz ist ein weiteres Argument für Stabilität in diesem Sektor. Neben Sach- und Krankenversi-

² Vgl. GDV (Versicherungsvermittlung hat heute Vorbildcharakter, 2009).

³ Vgl. EVERS JUNG (Anforderungen an Finanzvermittler, 2008), S. 124.