



# Absatzpotenzial Abgeltungsteuer

## Eine Befragung von Bankberatern

ausgewählte Ergebnisse

Dr. Karsten Schulte  
Stefan Heinisch

Berrenrather Str. 154-156  
D-50937 Köln  
T +49 0221 42061-0  
F +49 0221 42061-100  
info@psychonomics.de  
www.psychonomics.de

Köln, 19.06.2008





## Wesentliche Ergebnisse

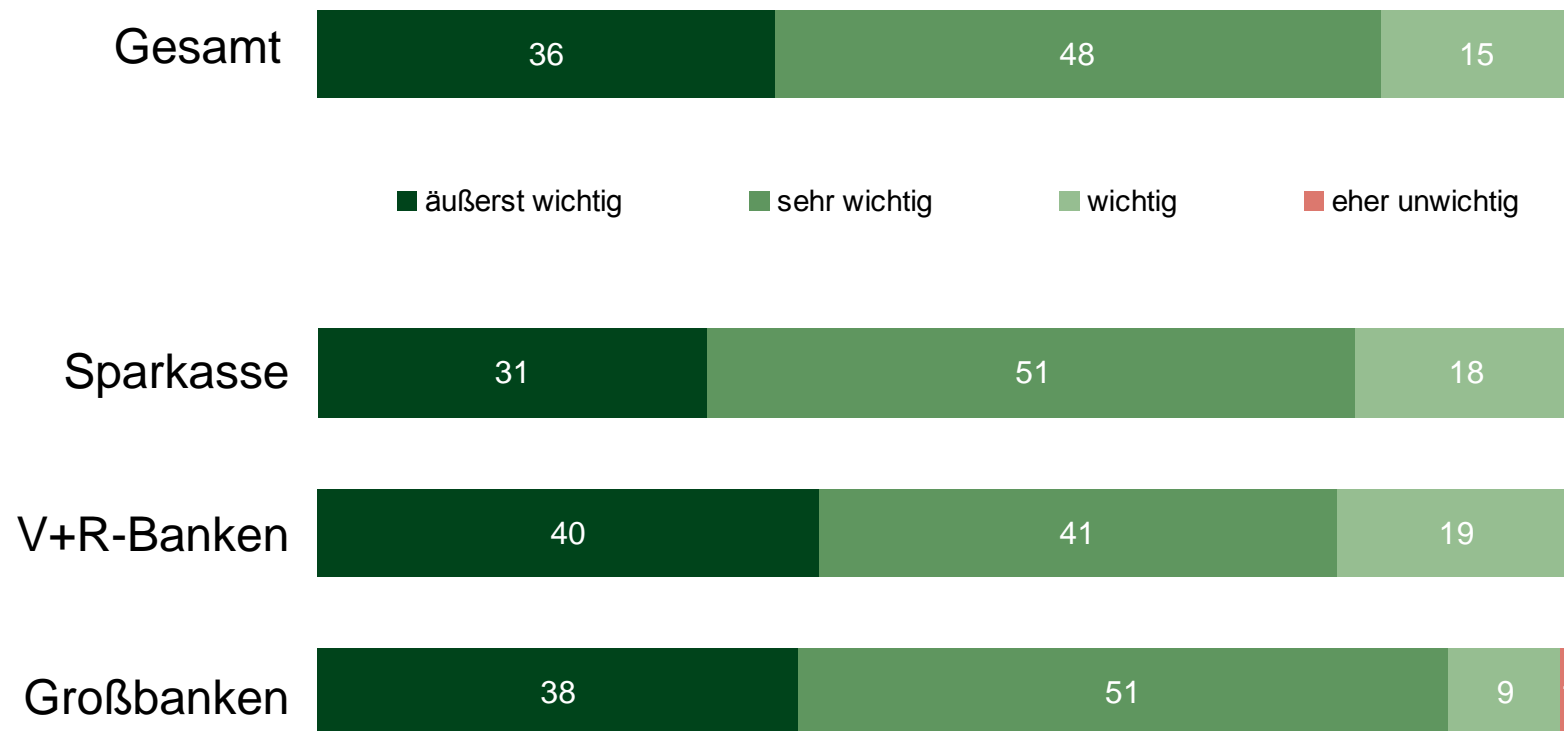
- Das Thema „Abgeltungsteuer“ besitzt für das Tagesgeschäft der Berater bei Banken und Sparkassen eine sehr hohe Wichtigkeit.
- Nahezu alle Berater sprechen zumindest ausgewählte Kundengruppen in Gesprächen auf die Thematik an.
- Auch für die Kunden ist das Thema interessant geworden. Jeder vierte Berater berichtet, dass er in mindestens 25 Prozent seiner Kundengespräche die Abgeltungsteuer vom Kunden selbst angesprochen wird.
- Die Banken werden ihre Aktivitäten weiter forcieren: Knapp zwei Drittel der Berater sagen aus, dass ihr Haus weitere Vertriebsaktivitäten zum Thema vorhat.
- Die Erfolgserwartungen sind beträchtlich. Mehr als die Hälfte der Berater ist der Auffassung, dass zumindest 25 Prozent ihrer Kunden Neuabschlüsse tätigen oder Vermögen umschichten werden.
- Vor allem Fondsprodukte und hier konkret Dachfonds werden zu bis zur Einführung der Abgeltungsteuer verstärkt verkauft werden.
- Eine verstärkte Kapitalflucht ins Ausland wird nach Auffassung der großen Mehrzahl der Berater nicht eintreten.





## Das Thema „Abgeltungsteuer“ besitzt für das Tagesgeschäft von Banken und Sparkassen eine sehr hohe Wichtigkeit

„Das Thema Abgeltungsteuer ist derzeit in aller Munde. Wie wichtig ist das Thema in der täglichen Arbeit in Ihrer Filiale?“



■ äußerst wichtig    ■ sehr wichtig    ■ wichtig    ■ eher unwichtig

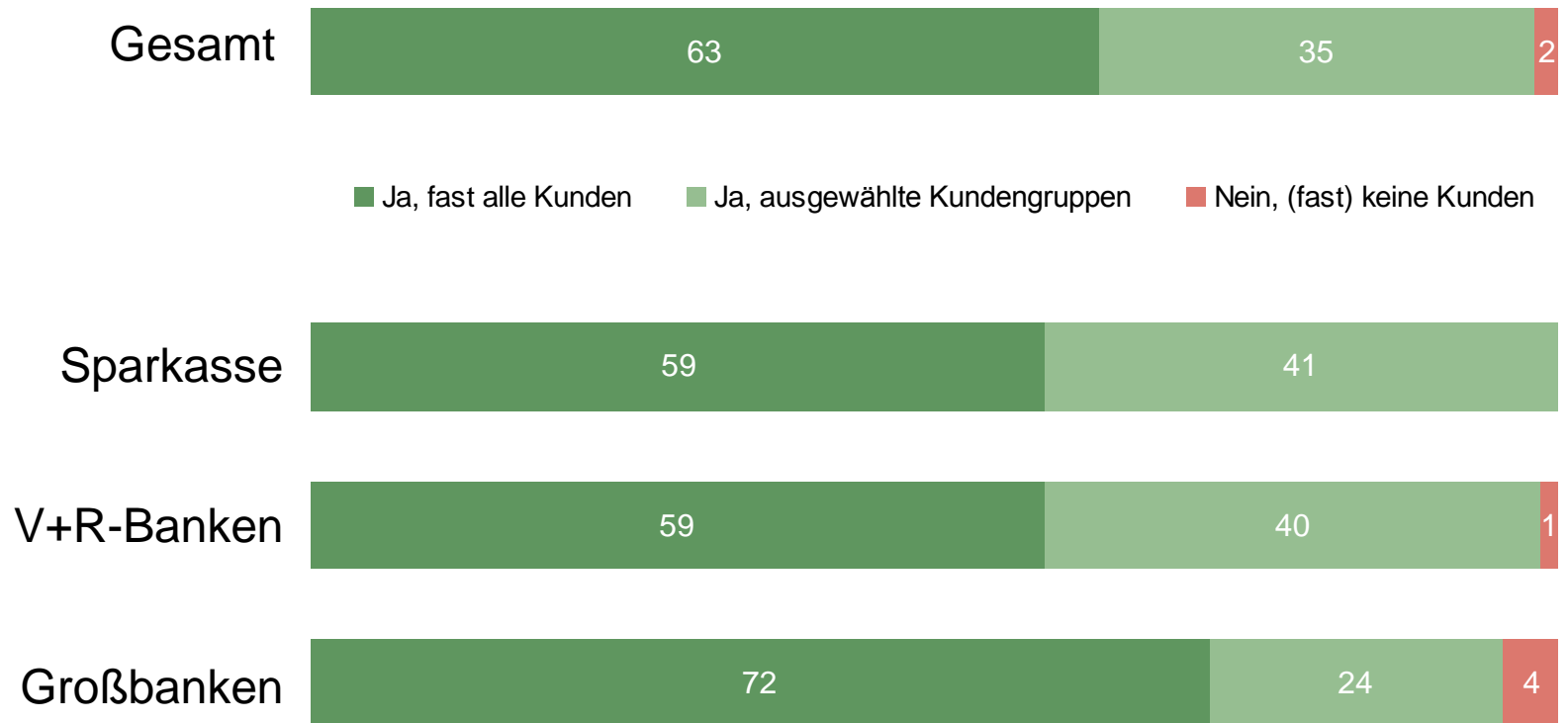
Angaben in Prozent





## Rd. 60% der Berater sprechen fast alle Kunden auf die Abgeltungsteuer an – höhere Ansprachequote bei Großbanken

„Sprechen Sie in Ihrem Haus Kunden aktiv auf das Thema Abgeltungsteuer an?“



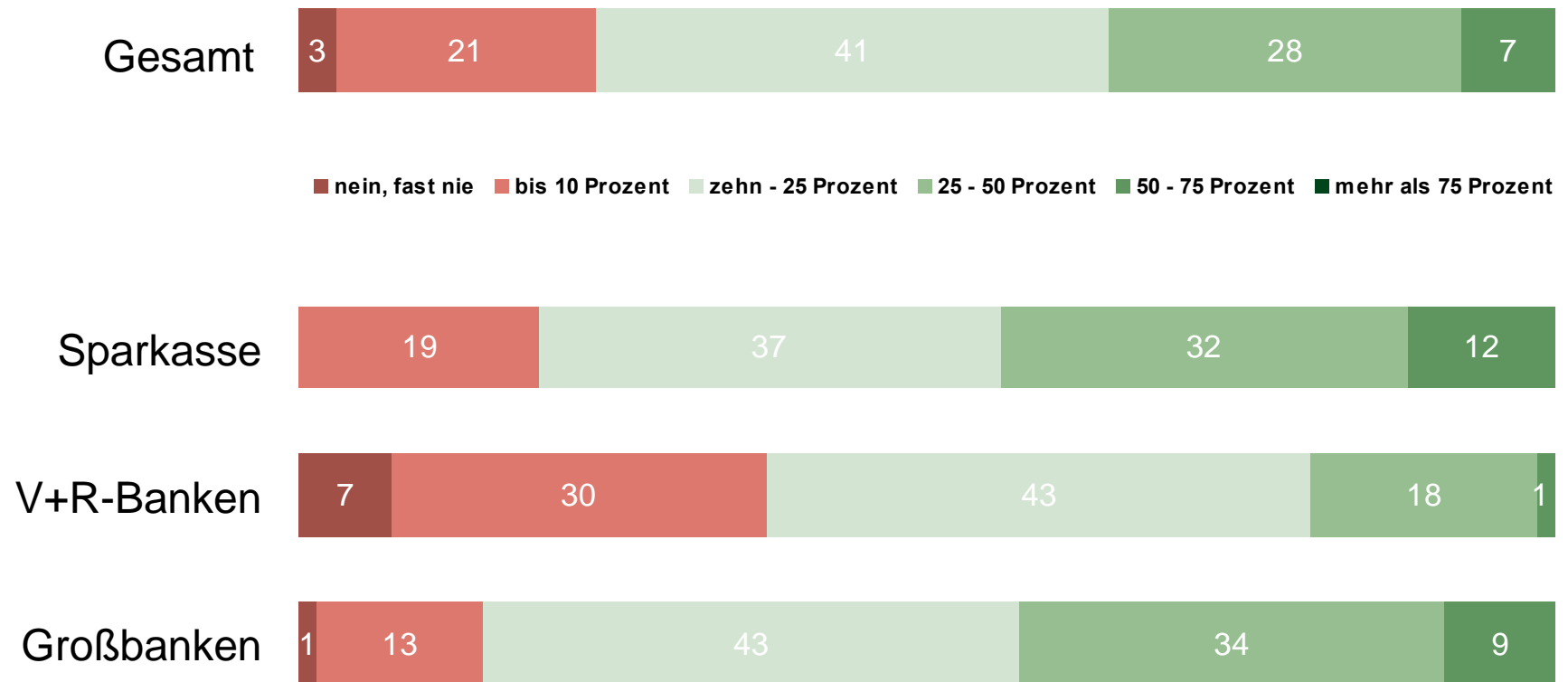
Angaben in Prozent





## Gut ein Drittel der Berater wird von mindestens 25% der Kunden auf das Thema Abgeltungsteuer angesprochen

„Und werden Sie auch von Kunden direkt auf das Thema Abgeltungsteuer angesprochen?“



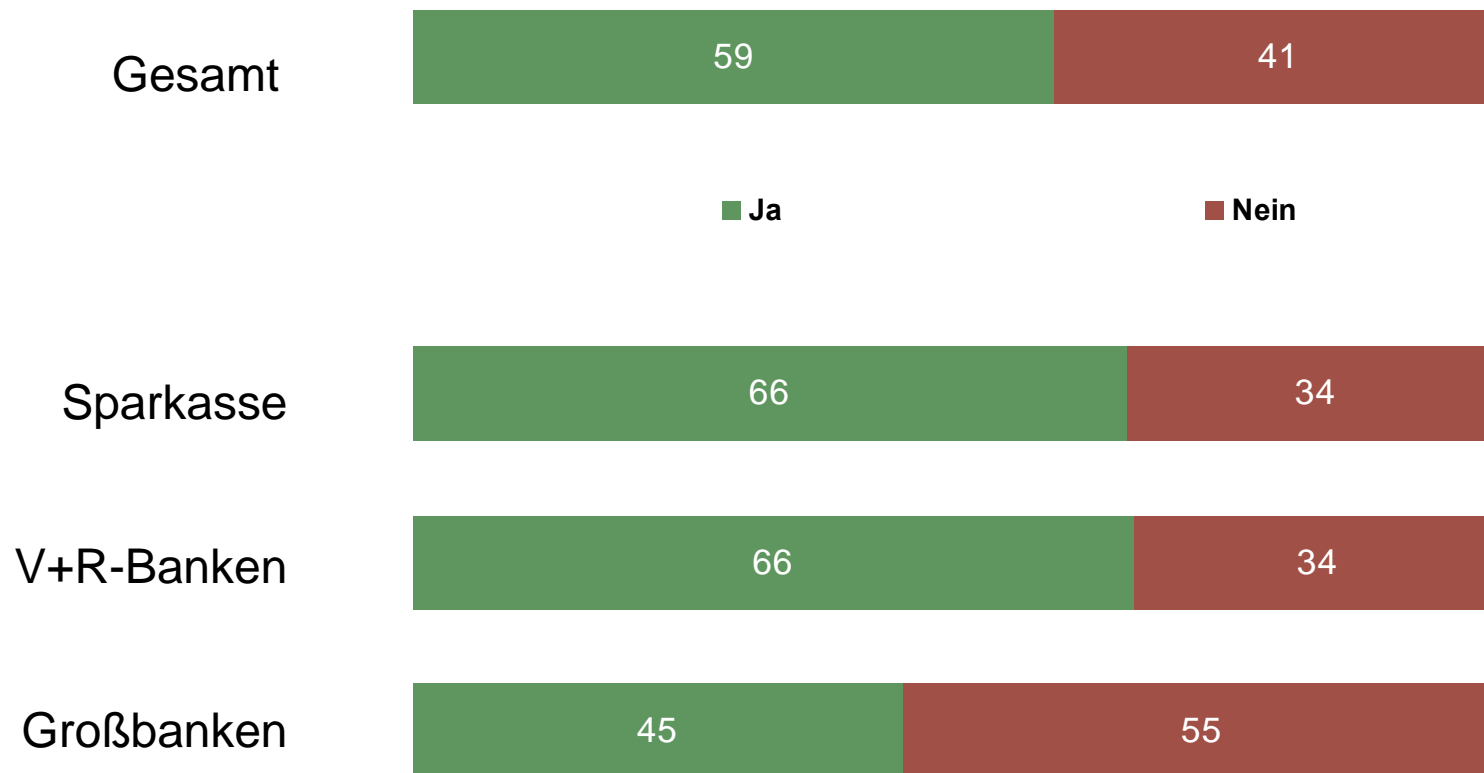
Angaben in Prozent





## Knapp 60% planen aufgrund der Abgeltungsteuer 2008 noch besondere Vertriebsaktivitäten – Großbanken etwas zurückhaltender

„Plant ihr Haus aufgrund der Einführung der Abgeltungsteuer 2008 noch besondere Vertriebsaktivitäten?“



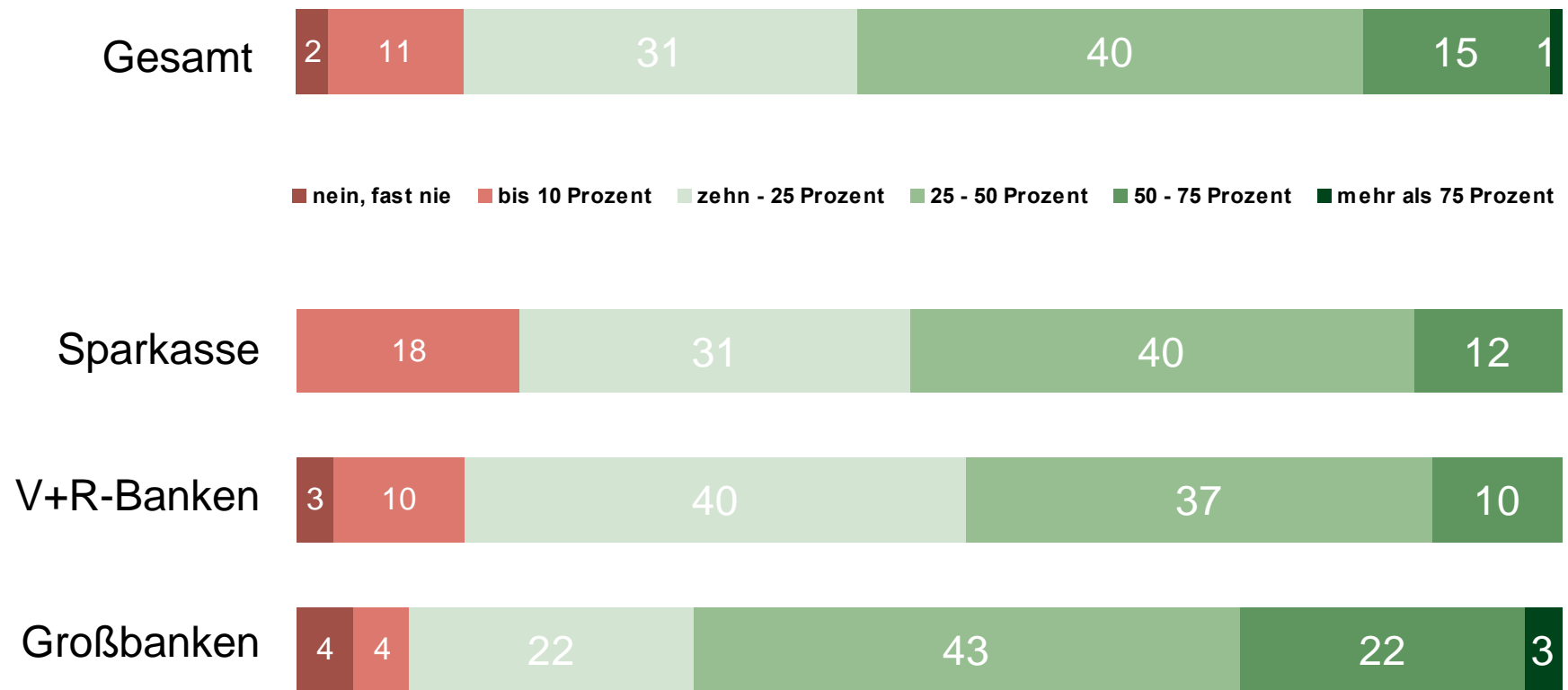
Angaben in Prozent





## Mehr als die Hälfte der Berater geht davon aus, dass mindestens jeder vierte Kunde Neuabschlüsse oder Umschichtungen tätigen wird

„Und was glauben Sie wie viel Prozent Ihrer Kunden werden bis Jahresende aufgrund der Abgeltungsteuer neue Geldanlagen abschließen bzw. Vermögen umschichten?“



■ nein, fast nie ■ bis 10 Prozent ■ zehn - 25 Prozent ■ 25 - 50 Prozent ■ 50 - 75 Prozent ■ mehr als 75 Prozent

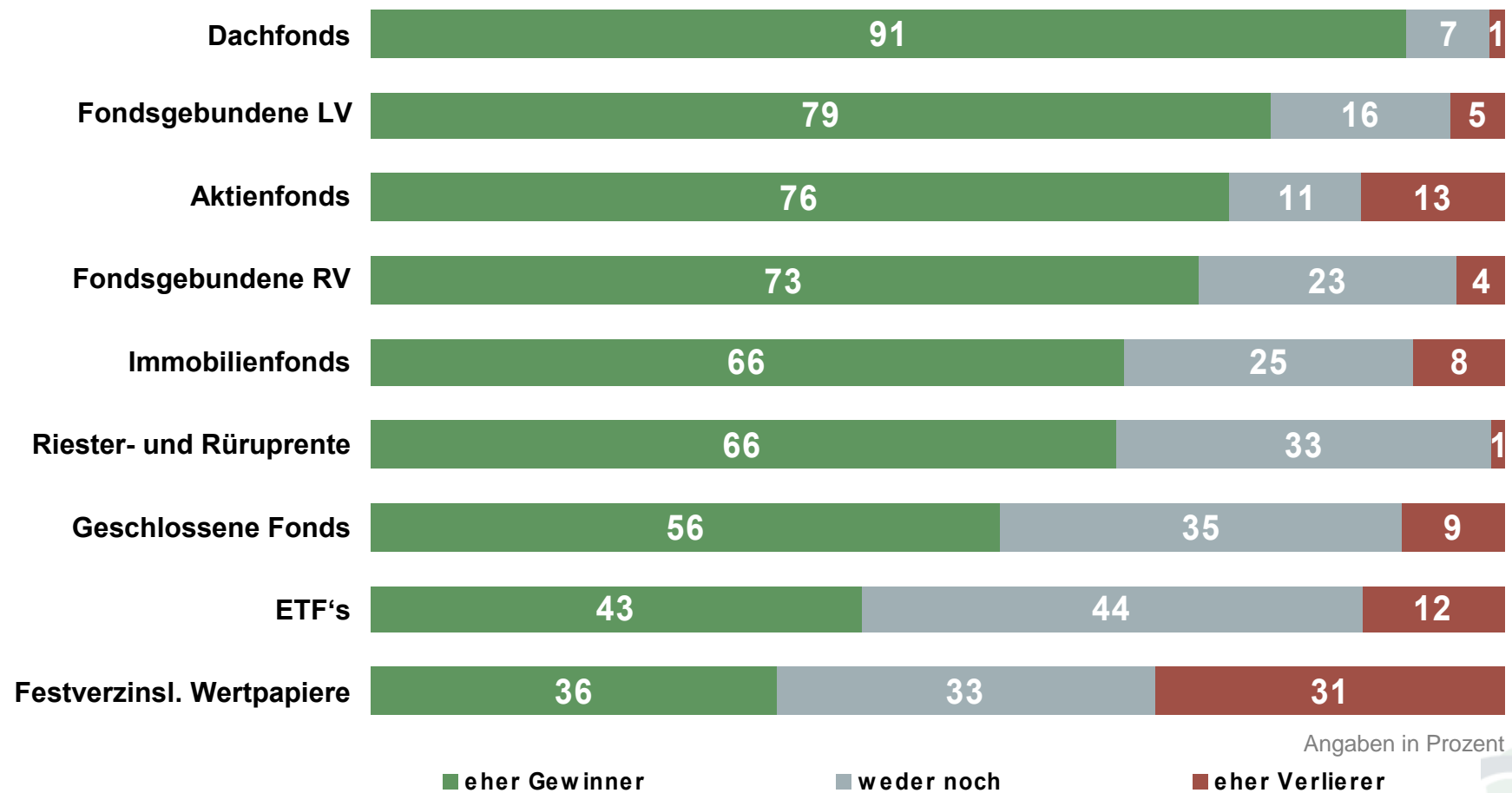
Angaben in Prozent





## Fondsprodukte – vor allem Dachfonds – werden aus Beratersicht bis zum Jahresende vor der Einführung stark nachgefragt werden

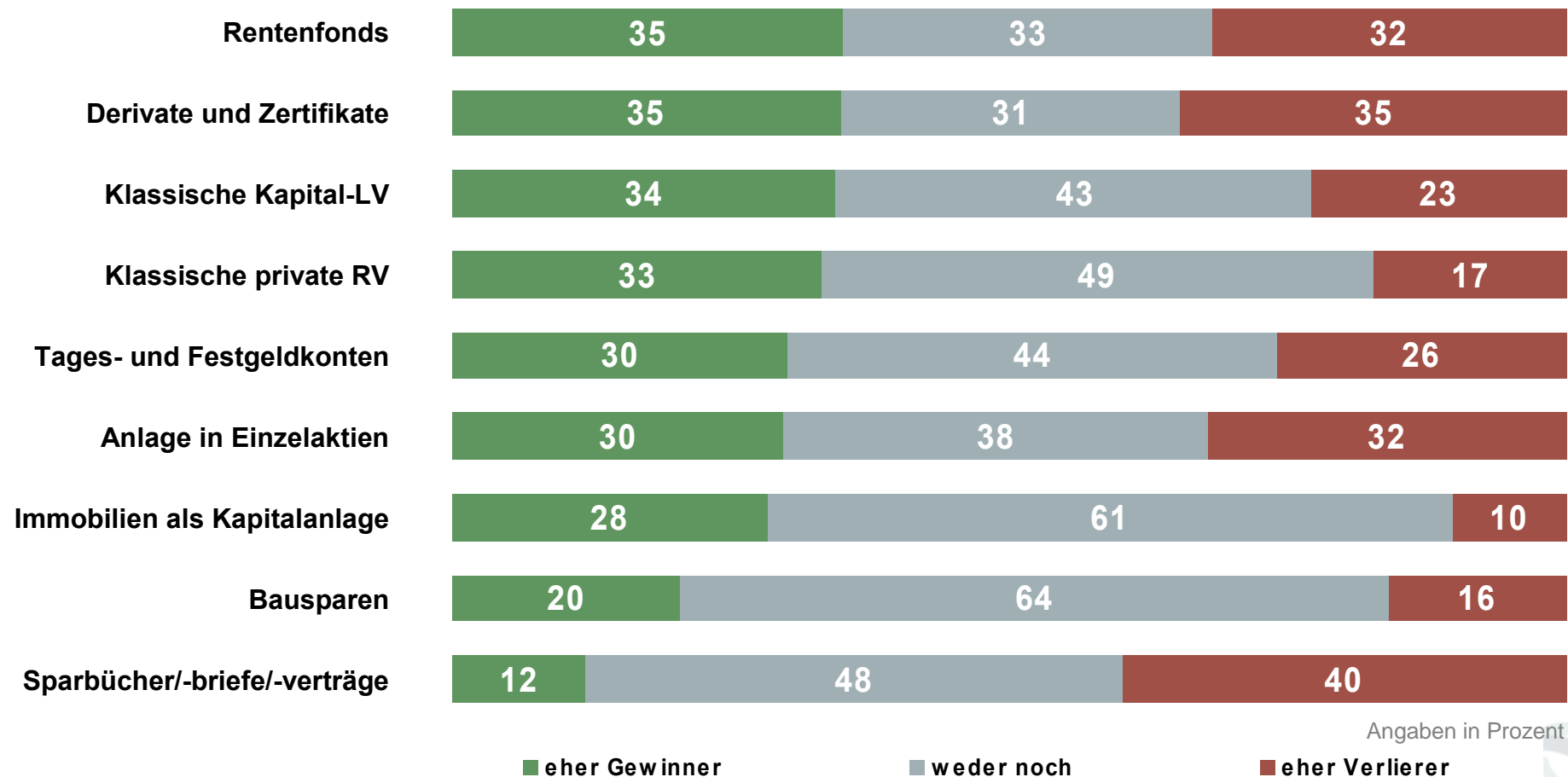
„Ich nenne Ihnen einzelne Möglichkeiten der Geldanlage. Was glauben Sie, welche Anlagen werden bis zur Einführung der Abgeltungsteuer eher Gewinner oder eher Verlierer bei den Kunden sein werden?“





## Sparprodukte, aber auch Derivate und Einzelaktien werden aus Beratersicht bis zum Jahresende eher zu den Verlierern zählen

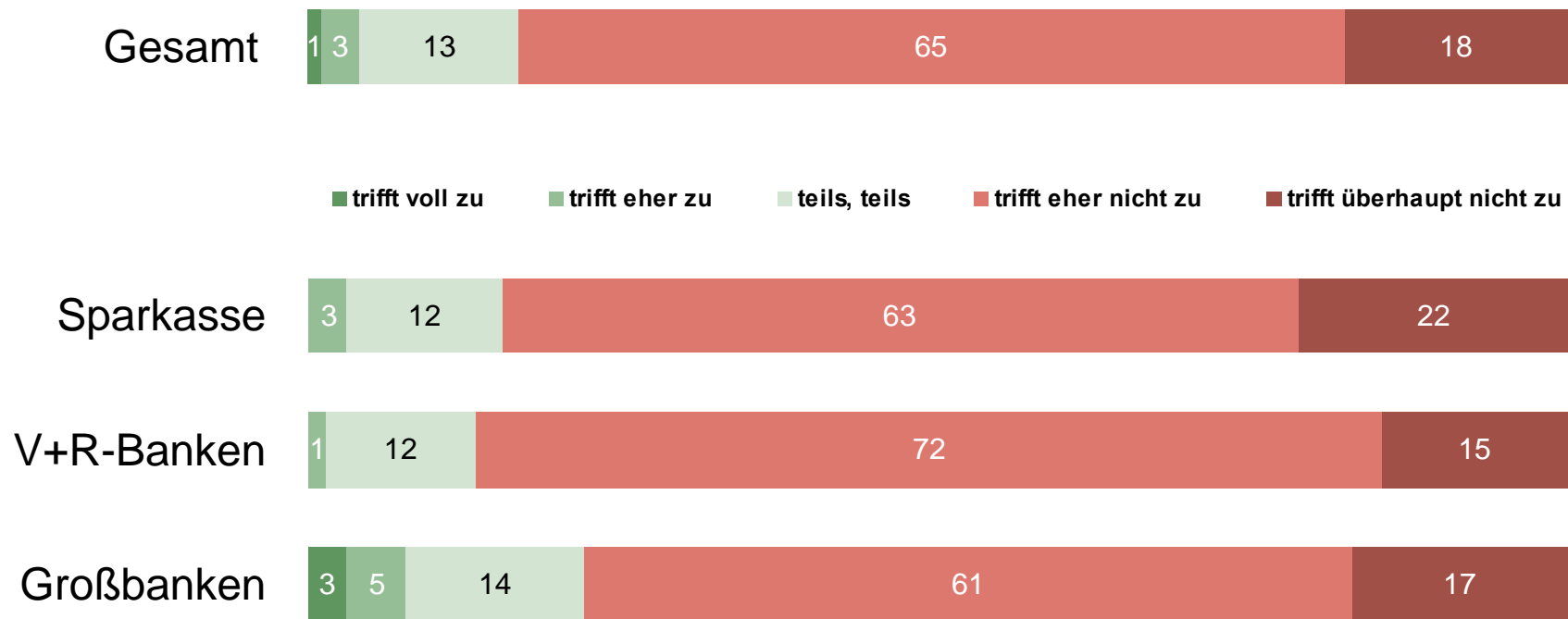
„Ich nenne Ihnen einzelne Möglichkeiten der Geldanlage. Was glauben Sie, welche Anlagen werden bis zur Einführung der Abgeltungsteuer eher Gewinner oder eher Verlierer bei den Kunden sein werden?“





## Nur eine kleine Minderheit der Berater glaubt, dass die Abgeltungsteuer die Kapitalflucht ins Ausland fördern wird

„Die Abgeltungsteuer wird die Kapitalflucht ins Ausland fördern.“



Angaben in Prozent





# Untersuchungsdesign

## Grundgesamtheit

Berater bei Banken und Sparkassen

## Stichprobe

204 zufällig ausgewählte Geldanlageberater bei Banken und Sparkassen (Spk.: 61 / V+R-Banken: 83 / Großbanken: 60), Institutsgruppen gehen gleichgewichtet in die Auswertung ein

## Erhebungsmethode

CATI-Befragung von ca. 15 min. Dauer

## Erhebungszeitraum

05.05.-07.05.2008

## Untersuchungskonzeption und -auswertung

psychonomics AG, Köln





# psychonomics AG – Kurzportrait

**Gründung** 1991 als Spin-Off der Universität zu Köln

**Geschäftsfelder** Drei eng verzahnte Geschäftsfelder:

- Marktforschung
- Organisationsforschung
- Beratung

**Mitarbeiter** Interdisziplinäres Team aus  
120 hochqualifizierten Forschern & Beratern

**Internationalität** Seit Juli 2007 Member of the YouGov Group  
& Repräsentanz über INMAR-Netzwerk  
in 25 Ländern weltweit

**Forschung** Enge Kooperation mit Universitäten  
und Hochschulen (Köln, Wien, Kassel,  
Leipzig, Rotterdam, St. Gallen)

**Umsatz** Top-15 der Full-Service  
Marktforschungsinstitute Deutschlands

**Mitgliedschaften** ESOMAR, BVM, DGOF, DGFP, VMÖ





**Weitere Informationen – auch zum Bezug der  
vollständigen Studie:  
[www.psychonomics.de/abgeltungsteuer](http://www.psychonomics.de/abgeltungsteuer)**

Kontakt:

**Dr. Karsten Schulte**

Senior Projektmanager

psychonomics AG

Berrenrather Str. 154-156

50937 Köln

fon: 0221-42061-457

fax: 0221-42061-100

mail: [karsten.schulte@psychonomics.de](mailto:karsten.schulte@psychonomics.de)

