

## Finanzkrise: Wechselwelle enttäuschter Bankkunden noch nicht vorbei

- Mehr als jeder zweite Deutsche stellt die Glaubwürdigkeit seiner Bank in Frage
- Jeder Dritte klagt über finanzielle Verluste, besonders Ältere

*Vertrauen in Banken ist gesunken*

**Hamburg, 16. Juli 2009 – Mehr als jeder zweite Bankkunde hat weniger Vertrauen in sein Kreditinstitut und in die angebotenen Finanzprodukte als vor der Finanzkrise. Bislang sind die Institute jedoch glimpflich davon gekommen, denn nur jeder sechste enttäuschte Bankkunde hat seinen Berater gewechselt. Allerdings gärt die Unzufriedenheit: 60 Prozent der finanziell geschädigten Anleger meint, dass ihre Bank keine Lehren aus der Finanzkrise gezogen hat. Die Wechselwelle unter den Instituten ist damit noch längst nicht vorbei. Dies zeigt eine aktuelle bevölkerungsrepräsentative Umfrage von Faktenkontor und Toluna unter 1.000 Bundesbürgern. Banken und Sparkassen sind gut beraten, in ihre Kundenkommunikation zu investieren und das Vertrauen wieder aufzubauen.**

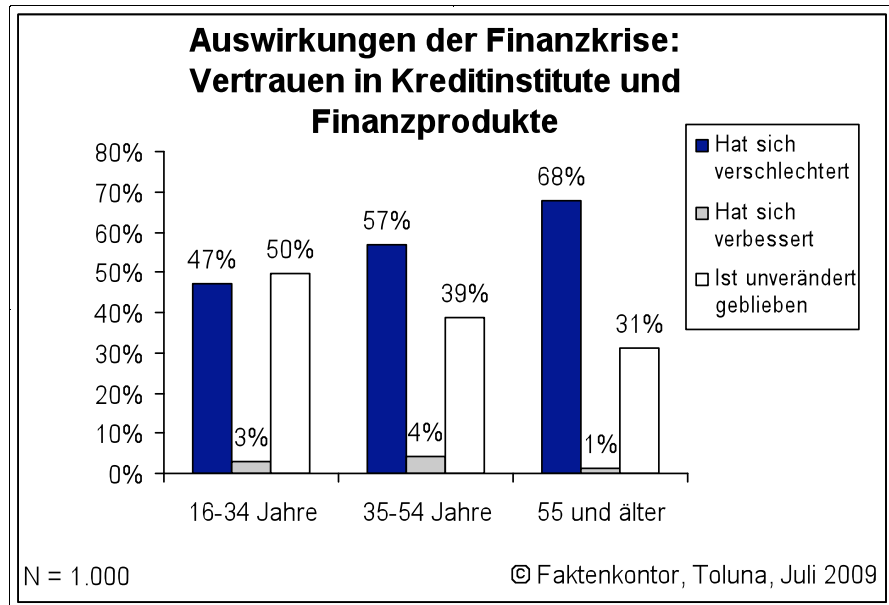
*Jeder Dritte hat in der Finanzkrise Geld verloren*

Besonders bei den Best Agern über 55 Jahre ist die Enttäuschung groß. Zwei von drei haben weniger Vertrauen als zuvor. Das angeschlagene Verhältnis resultiert auch aus den persönlichen Erlebnissen in den letzten Monaten. So hat fast jeder dritte Deutsche durch die Subprime-Krise finanzielle Verluste erlitten. Bei den Kunden über 55 Jahre sind es gut 40 Prozent.

*Kunden sehen nur zaghafte Verbesserungen*

Die Geldhäuser haben aber bisher noch nicht den richtigen Weg gefunden, um das Vertrauen zurückzugewinnen. So glauben 60 Prozent der finanziell geschädigten Anleger, dass ihre Bank keine Lehren aus der Finanzkrise gezogen und konkrete Verbesserungen umgesetzt hat. Nur 16 Prozent fühlen sich nun besser beraten, 13 Prozent werden ausführlicher auf Risiken hingewiesen und sieben Prozent haben intensiveren Kontakt zu ihrem Berater. „Besonders in der derzeitigen angespannten Lage ist es aber wichtig, sich mit Kundennöten und -wünschen intensiv auseinander zu setzen und diese in der Kommunikation authentisch aufzugreifen“, verdeutlicht Jörg Forthmann, der Geschäftsführende Gesellschafter der Kommunikationsberatung Faktenkontor.

*Besonders das  
Vertrauen bei Best  
Agern ist gesunken*



*Mehr als jeder zweite Deutsche hat weniger Vertrauen in Banken.*

*Faktenkontor:  
Spezialagentur für  
Research, Studien  
und Kompetenz-PR*

Das Faktenkontor ist eine Beratungsgesellschaft für Unternehmens- und Vertriebskommunikation und entstand am 1. Januar 2003 als Ausgründung der Unternehmensberatung Mummert Consulting. Das Team übernimmt die gesamte Leistungspalette klassischer Pressearbeit, mit dem Ziel, die Kompetenz seiner Kunden in den Medien herauszustellen. Hierfür wird – soweit erforderlich – über Recherche und Studien mit namhaften Medienpartnern die notwendige Faktenbasis gelegt. Derzeit betreut das Unternehmen mehr als 50 Kunden.

Pressekontakt

Faktenkontor GmbH  
Jörg Forthmann  
Tel.: +49 40 22703-7787  
Fax.: +49 40 22703-7961  
E-Mail: joerg.forthmann@faktenkontor.de