

Auswertung der Befragung 2015 zum Thema „Gütesiegel“

im Rahmen der Bachelorarbeit im Fach Financial Planning
in Zusammenarbeit mit dem Seminar Marktforschung

Allgemeine Informationen



Die **1.309 Befragten** (nach Datenbereinigung) wurden in **unterschiedliche Gruppen** eingeteilt. Jede dieser Gruppen bekam die links abgebildete Broschüre für ein Altersvorsorgeprodukt **mit einem anderen Prüfsiegel** vorgesetzt. Eine Gruppe sah die Broschüre komplett **ohne Prüfsiegel**. Die insgesamt 1.309 Befragten verteilten sich wie folgt auf die einzelnen Gruppen:

Ohne Siegel:	110	Stiftung Warentest:	108
Öko-Test:	111	Morgen & Morgen:	110
map-report:	110	Franke Bornberg:	108
KUBUS:	110	Focus Money:	110
DFSI:	107	Assekurata:	109
ascore:	110	IVFP:	106

Die dargestellten Güte-/ Prüfsiegel:



Stiftung Finanztest



map-report



IVFP



Focus Money



Franke Bornberg



Assekurata



DFSI



Ökotest



Morgen & Morgen



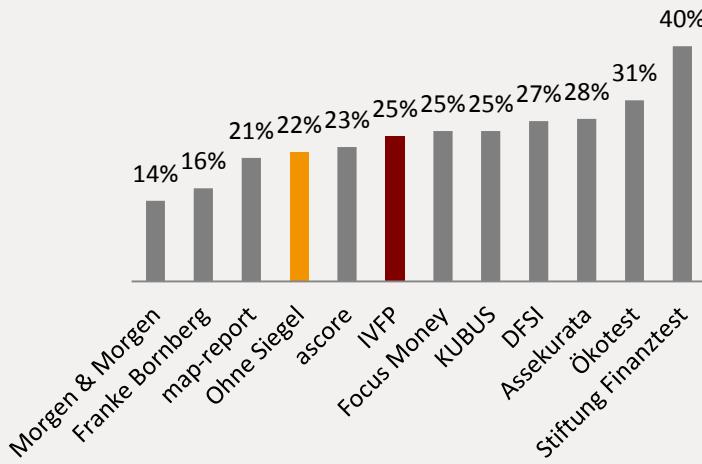
Kubus



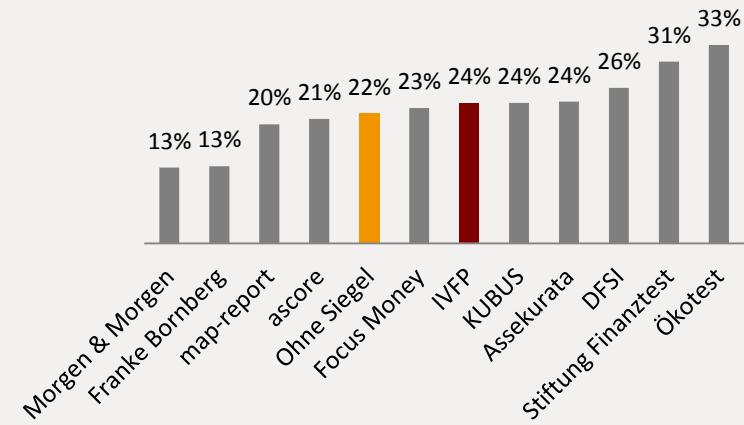
ascore

Vertrauenswürdigkeit des Produktes und Interesse am Produkt

Relative Häufigkeit derjenigen Befragten, die das aufgezeigte Produkt vertrauenswürdig einstufen: (n= Anzahl derjenigen, die das jeweilige Vorsorgeprodukt vorgelegt bekamen)



Relative Häufigkeit derjenigen, die angaben, das gezeigte Vorsorgeprodukt erwecke ihr Interesse: (n=Anzahl derjenigen, die das jeweilige Vorsorgeprodukt vorgelegt bekamen)



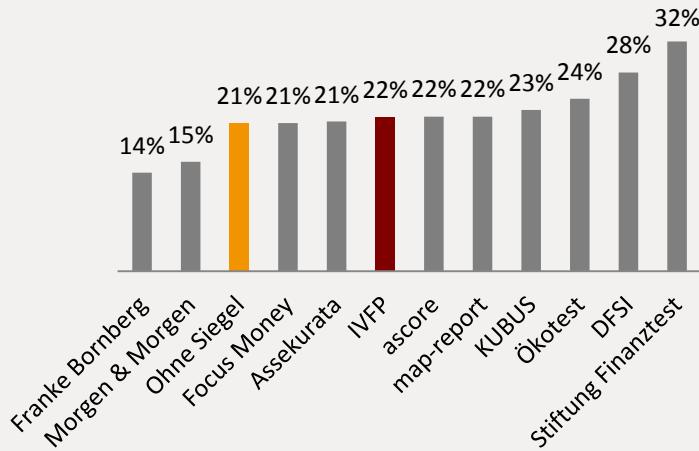
- 40 % derjenigen, die das Vorsorgeprodukt mit dem Siegel „**Stiftung Finanztest**“ vorgelegt bekamen, gaben an, das Produkt erscheine vertrauenswürdig.
- Das Siegel „**IVFP**“ liegt mit 25 % im Mittelfeld, jedoch deutlich vor „Franke und Bornberg“ oder „Morgen & Morgen“

- Das mit **Ökotest** ausgezeichnete Produkt erschien für jeden Dritten der Befragten mit Blick auf die eigene Altersvorsorge in Frage zu kommen.
- „**IVFP**“ schaffte es mit 24 % erneut ins Mittelfeld.
- Generell kann ein geringes Interesse am Vorsorgeprodukt festgestellt werden

Produktaufmachung und Bekanntheit der Siegel

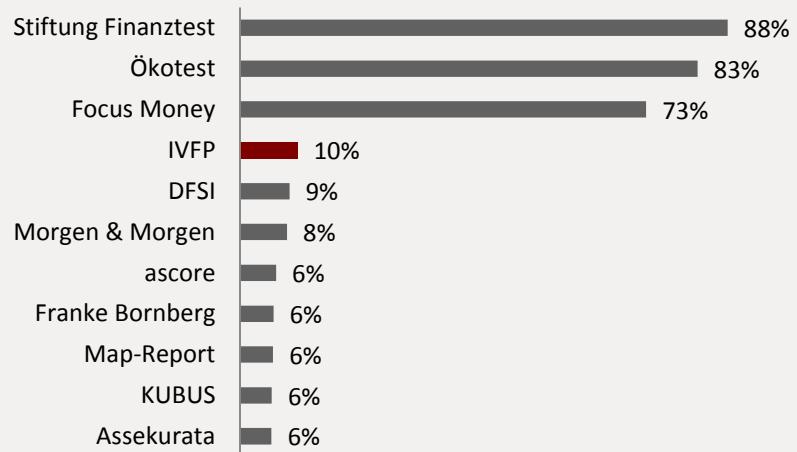
Relative Häufigkeit derjenigen, die das gezeigte

Vorsorgeprodukt anspricht: (n=Anzahl derjenigen, die das jeweilige Vorsorgeprodukt vorgelegt bekommen)



- In Sachen „Produktaufmachung“ liegt „**Stiftung Finanztest**“ mit **32 % an erster Stelle**.
- Das „**IVFP**“ liegt mit **22 %** gleichauf mit den meisten anderen Konkurrenzsiegeln.
- **21 %** der Befragten spricht das Vorsorgeprodukt **ohne Siegel** an und erreicht damit eine höhere Attraktivität als das Vorsorgeprodukt mit einem Siegel von „**Franke und Bornberg**“ oder „**Morgen & Morgen**“.

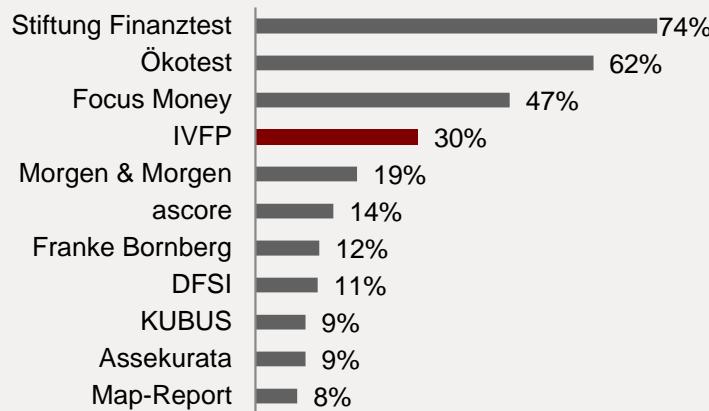
Ist Ihnen folgendes Prüf-/Gütesiegel bekannt? (n=1.309)



- Mit 88 % aller 1.309 Befragten ist „**Stiftung Finanztest**“ das **bekannteste** der aufgezeigten **Gütesiegel**. „**Focus Money**“ mit 73 % kennen **fast drei Viertel** der Teilnehmer.
- Mit 10 % belegt das **Siegel des „IVFP“** nach den drei bekannten Siegeln den vierten Platz und ist damit bekannter als direkte Konkurrenzsiegel.

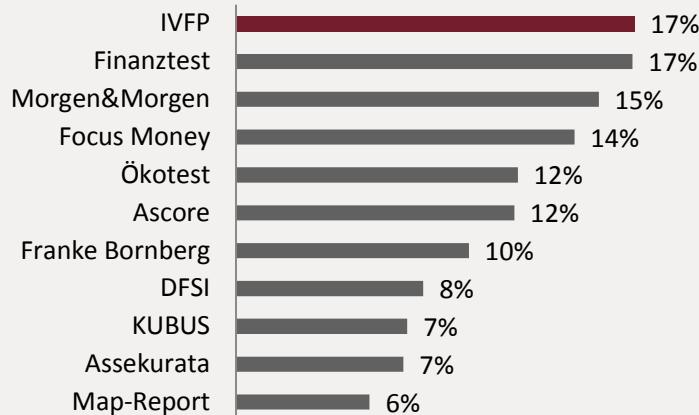
Vertrauenswürdigkeit der Siegel

Wirkt folgendes Prüf-/Gütesiegel auf Sie vertrauenswürdig?
(n=1.309)



- Mit 74 % aller 1.309 Befragten ist „**Stiftung Finanztest**“ zudem auch das **vertrauenswürdigste** der aufgezeigten **Gütesiegel**.
- Mit 30 % erreicht das **Siegel des IVFP** im Vergleich zu den Konkurrenzseigeln ebenfalls einen guten Wert

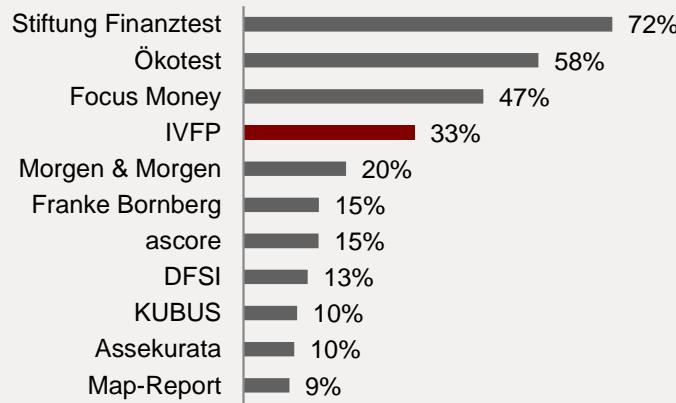
Relative Häufigkeit derjenigen, die das Gütesiegel NICHT kennen, es aber dennoch als vertrauenswürdig einstufen:
(n=Anzahl derjenigen, die angaben, das jeweilige Gütesiegel NICHT zu kennen)



- Berücksichtigt man umgekehrt lediglich diejenigen, die angaben, ein Gütesiegel **NICHT zu kennen**, zeigt sich, dass das „**IVFP**“ mit 17 % gleichauf mit „**Finanztest**“ am meisten Vertrauen hervorruft.
- Somit kann das „**IVFP**“ auch bei den Personen punkten, die das Siegel vorher noch nicht kannten.

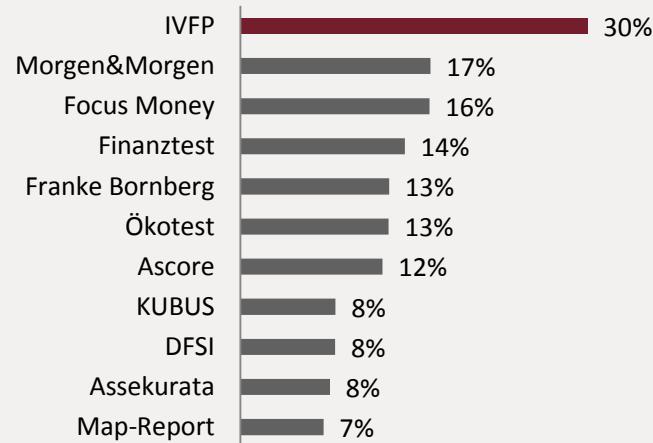
Kompetenz der Siegel

Wirkt folgendes Prüf-/Gütesiegel auf Sie kompetent? (n=1.309)



- Mit 72 % aller 1.309 Befragten ist „**Stiftung Finanztest**“ für diese auch das Siegel, dass am meisten Kompetenz ausstrahlt.
- Wiederum auf Platz 4 liegt das Siegel des „**IVFP**“, dass auf jeden Dritten kompetent wirkt.

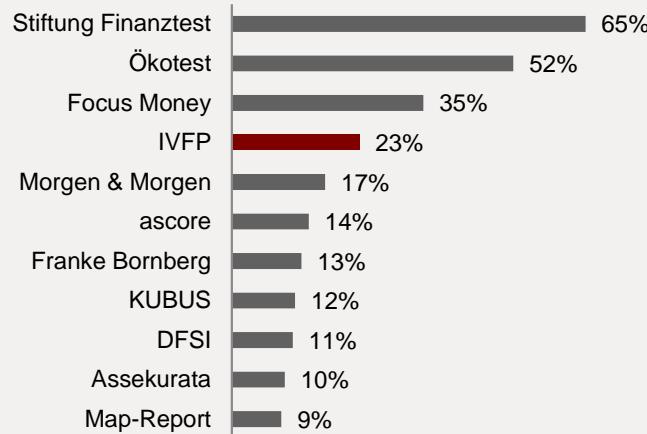
Relative Häufigkeit derjenigen, die das Gütesiegel NICHT kennen, es aber dennoch als kompetent einstufen: (n=Anzahl derjenigen, die angaben, das jeweilige Gütesiegel NICHT zu kennen)



- Bei der Bewertung der Kompetenz in Zusammenhang mit Unbekanntheit schneidet das „**IVFP**“ mit großem Abstand am Besten ab.
- 30 % der Personen, die das Siegel nicht kennen bewerten das „**IVFP**“ als kompetent.

Unabhängigkeit der Siegel

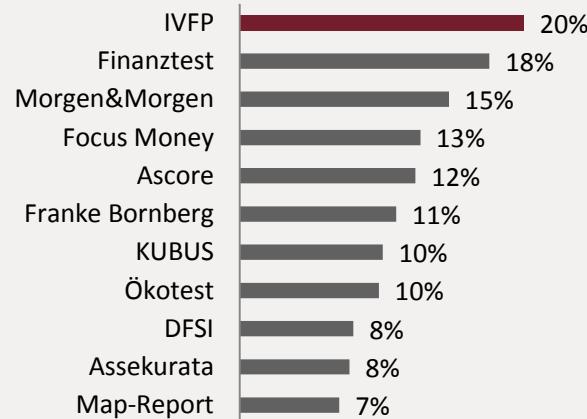
Wirkt folgendes Prüf-/Gütesiegel auf Sie unabhängig
(n=1.309)



- Bei der Bewertung der Unabhängigkeit wird von „**Stiftung Finanztest**“ mit 65 % der höchste Wert erreicht.
- Das „**IVFP**“ kann auch hier den Platz nach den drei bekanntesten Siegeln belegen, liegt jedoch nicht so deutlich vor den Konkurrenzsiegeln wie bei anderen Eigenschaften.

Relative Häufigkeit derjenigen, die das Gütesiegel NICHT kennen, es aber dennoch als unabhängig einstufen:

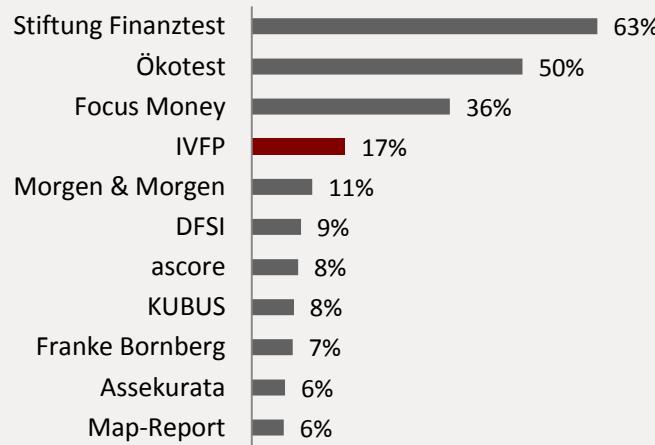
(n=Anzahl derjenigen, die angaben, das jeweilige Gütesiegel NICHT zu kennen)



- Bei den Personen, die das jeweilige Gütesiegel nicht kennen wird das „**IVFP**“ auch am häufigsten als unabhängig eingestuft. (20 %)
- Daraus lässt sich erkennen, dass das Siegel des „**IVFP**“ bei Personen, denen Gütesiegel eher unbekannt sind einen verhältnismäßig großen Eindruck im Bereich der Vertrauenswürdigkeit, der Kompetenz und der Unabhängigkeit hinterlässt.

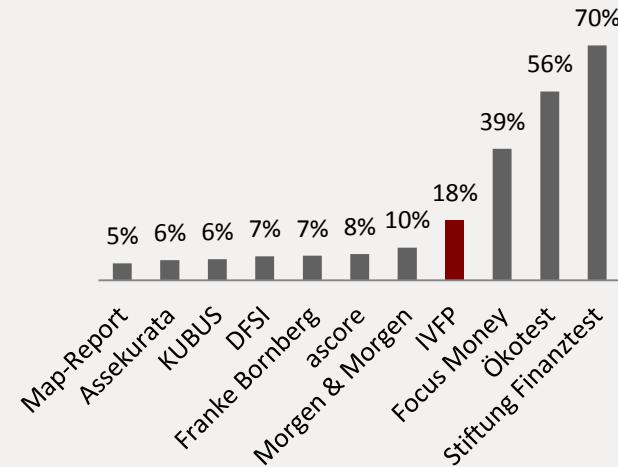
Entscheidungserleichternde Wirkung und Ansehen der jeweiligen Institution

Anteil derjenigen, die angaben, das jeweilige Gütesiegel könnte ihre Entscheidung bei der Auswahl von Altersvorsorgeprodukten beeinflussen? (n=1.309)



- Mit **63 %** hat „**Stiftung Finanztest**“ im Vergleich zu den anderen Siegeln die **größte Wirkung auf die Entscheidungsbildung** der Befragten.
- Bei „**Ökotest**“ stellt sich bei **der Hälfte** der Befragten eine entscheidungserleichternde Wirkung ein.
- Das „**IVFP**“ hat mit **17 %** nach den drei bekanntesten Siegeln den **meisten Einfluss auf die Entscheidungsbildung**.

Anteil derjenigen, die angaben, das jeweilige Gütesiegel stammt ihrer Meinung nach von einer angesehenen Institution? (n=1.309)



- Beachtlich ist hierbei, dass sich das „**IVFP**“ diesbezüglich wiederum deutlich von den Konkurrenzseigeln absetzt.
- Dabei hat das „**IVFP**“ sein Ansehen im Vergleich zur Voruntersuchung im Jahr 2011 um **9 %-Punkte** steigern können.

Interessante Aussagen

- Das Siegel des „**IVFP**“ schneidet beim Experiment mit Blick auf „Vertrauenswürdigkeit des Produktes“, „Interesse am Produkt“ und „optische Aufmachung des Produktes“ konstant im mittleren Bereich ab.
- Gerade die Siegel, die häufig in Zeitschriften publiziert werden („**Finanztest**“, „**Ökotest**“ und „**FocusMoney**“) haben eine hohe Bekanntheit.
- In den Eigenschaften „Bekanntheit“, „Vertrauenswürdigkeit“, „Kompetenz“ und „Unabhängigkeit“ erlangt das Siegel des „**IVFP**“ jeweils hinter diesen bekannten Siegeln den 4. Platz und liegt somit vor den direkten Konkurrenzsiegen.
- Personen, die das Siegel des „**IVFP**“ noch nicht kennen, schätzen es im Vergleich zu allen anderen Gütesiegeln in diesen Eigenschaften sogar am stärksten ein.
- Ein Indiz dafür kann sein, dass das „**IVFP**“ im Vergleich zu den anderen „unbekannteren Siegeln“ für die Befragten eine relativ angesehene Institution zu sein scheint.