

Die Notwendigkeit unseres Tuns steht auch in Studien für das Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz* - 2011

„Viele Forscher mit verhaltensökonomischem Hintergrund bezweifeln den Nutzen von Finanzbildung, da aus ihrer Sicht Fehler vor allem aufgrund von tiefsitzenden Verhaltensanomalien gemacht werden, welche im Gegensatz zu Informationsdefiziten nicht durch Aufklärung verringert werden können. Diese Sichtweise deckt sich mit den Ergebnissen einer Studie der britischen Finanzaufsicht FSA zur Bedeutung von Verhaltensanomalien und finanzieller Bildung. Es scheint jedoch, dass Fehlentscheidungen zumindest teilweise auf Verhaltensanomalien zurückzuführen sind, was im Umkehrschluss bedeutet, dass das Problem nicht alleine durch die Verringerung von Informationsdefiziten zu lösen ist. *Hier sind neben Information auch kreative Maßnahmen gefragt, wie z. B. eine Anlageberatung, die darauf abzielt, Anlegern ihre Anfälligkeit für psychologisch begründete Fehlentscheidungen bewusst zu machen.*“

Prof. Dr. A. Hackethal, Prof. Dr. R. Inderst

„Kundenorientierung ist nicht nur die Orientierung am Kunden, sondern auch die Orientierung des Kunden!“

*Messung des Kundennutzens der Anlageberatung

wissenschaftliche Studie im Auftrag des Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV) 11/2011



GELDUNDGEGHIRN
INSTITUT FÜR ANGEWANDTE FINANZPSYCHOLOGIE

Die Notwendigkeit unseres Tuns steht auch in einer Studien für das Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz* - 2009

„Erstens muss man sich die Frage stellen, ob der durchschnittliche Verbraucher überhaupt fähig ist, die zur Vermittlung gedachten Informationen in vorgesehener Weise für sich nutzbar zu machen, selbst wenn sie vollständig und fehlerfrei erbracht werden. Realistisch ist diese Vorstellung nicht. [...] Umfang und Komplexität der zu vermittelnden Information übersteigen die Informationsverarbeitungskapazität erheblich, so dass es zu einer wesentlichen Verschlechterung der Entscheidungsgüte kommen kann. [...] Fühlen sich Entscheider (priv. Anleger) einer Sache nicht gewachsen, so tendieren sie zu einem Meidungsverhalten, da sie Sachverhalte, die sie nicht kennen, nicht verstehen und absehbar trotz erheblichen Anstrengungen nicht verstehen werden, als unangenehm empfinden. Um ihr bereits angeschlagenes Kompetenzgefühl zu schützen, verringern sie die Informationsaufnahme bzw. stellen sie sogar ein, da neue Informationen ihre Selbstsicherheit gefährden können.“

Prof. Dr. A. Oehler

„Kundenorientierung ist nicht nur die Orientierung am Kunden, sondern auch die Orientierung des Kunden!“

***Zur Qualität der Finanzberatung von Privatanlegern: Probleme des Beratungsprozesses und Lösungsansätze**
Stellungnahme des Wissenschaftlichen Beirats für Verbraucher- und Ernährungspolitik beim BMELV
November 2009



GELDUNDGEGHIRN
INSTITUT FÜR ANGEWANDTE FINANZPSYCHOLOGIE