

White Paper



Schuldig! – Finanzmarktforschung am Rande der Gesellschaft

Veröffentlicht bei marktforschung.de im Dossier Juli 2014:
Branchenspezial - Finanz- und Versicherungsmarktforschung

Juli 2014



Ipsos Loyalty
The Customer and Employee Research Specialists

Schuldig! – Finanzmarktforschung am Rande der Gesellschaft

In Deutschland geht es seit Jahren bergauf, die Masse an Arbeitslosen schmilzt weiter ab. Viele Regionen, vor allem im Süden der Republik, klagen über Arbeitskräftemangel und volle Auftragsbücher, die nicht abgearbeitet werden können.

Gleichzeitig ist Deutschland das Land in der Eurozone, das die stärkste Ungleichheit der Vermögensverteilung aufweist. Dies berichten zuletzt Forscher des Deutschen Instituts für Wirtschaftsforschung Anfang dieses Jahres. Das private Vermögen ballt sich in den noblen Elbvororten Hamburgs oder im Taunus vor den Toren Frankfurts. Der Anteil der Bezieher von Hartz-IV-Leistungen bleibt, trotz brummender Konjunktur, seit Jahren konstant – also die Zahl der Menschen, die mit knappem Budget ihren Haushalt führen müssen. Rund 4,4 Millionen Menschen empfangen Arbeitslosengeld II, weitere 1,7 Millionen empfangen Sozialgeld. Hinzu kommen rund 800.000 Menschen, die auf die staatliche Grundsicherung im Alter und bei Erwerbsminderung zugreifen müssen.

Darunter, aber auch in anderen Bevölkerungsgruppen, gibt es viele Haushalte, die mit ihren beschränkten finanziellen Mitteln nicht zurechtkommen und in die Schuldenfalle geraten.

Ipsos hatte den Auftrag, sich die Zielgruppe der Schuldner genauer anzuschauen, um deren Bedürfnisse, Sorgen und Wünsche zu verstehen. Auf dieser Basis können adäquate Finanzdienstleistungen entwickelt werden, die Verschuldeten dabei helfen, sich aus ihrer misslichen Lage zu befreien.

Das hat für alle Seiten Vorteile: die Schuldner sehen wieder Licht am Ende des Tunnels und die beratenden Finanzdienstleister können sich mit ihrem Portfolio als Helfer in der Not und vertrauenswürdigen Unternehmen profilieren.

Marktforschung am unteren Rand der Gesellschaft ist im Finanzbereich jedoch eher selten. Feine Zielgruppenprofile liegen nicht vor. Aus diesem Grund war die ethnographische Forschung die beste Wahl, um grundlegende Erkenntnisse durch authentische Eindrücke zu begründen. Da sich vor allem Hochverschuldete für ihre Lage oft schämen, bot sich das Interview im eigenen Haushalt geradezu an, also im vertrauten Umfeld. Offene, ehrliche Antworten auf die zum Teil intimen Fragen sind hier eher zu erwarten.

Das Gefühl von Enge, Frust und Einsamkeit ist generell sehr stark ausgeprägt, denn die Hochverschuldeten können den Anforderungen und der Geschwindigkeit postmoderner, erlebnisorientierter Gesellschaften nicht folgen. Eine nicht zu unterschätzende Folge der finanziellen Situation ist die soziale Ausgrenzung, der Mangel an Mitteln um auf Dauer an einfachen sozialen Aktivitäten teilzunehmen.

Die Gründe für die Überschuldung sind vielseitig und treten oft in Kombination auf:

- Lückenhafte Bildung, einfache Tätigkeiten und geringe Vergütung – rund die Hälfte derjenigen, die Schuldnerberatungsstellen aufsuchen, haben ein Nettoeinkommen von weniger als 900 Euro im Monat
- Limitierter Tatendrang, Motivationsschwäche
- Geringes Durchhaltevermögen, Disziplinlosigkeit

Am Ende der Kette reicht ein Auslöser, der zu einem hohen Schuldenberg führt, der nicht mehr aus eigener Kraft abgetragen werden kann. Arbeitslosigkeit gehört zu den Hauptauslösern, aber auch Änderung der privaten Beziehung (Trennung, Scheidung oder Tod des Partners) oder Krankheit können Menschen in die Schuldenfalle treiben. Und das ist nichts Ungewöhnliches: Laut Statistischem Bundesamt lebte 2012 ein Drittel der Bevölkerung in Deutschland in Haushalten, die nach eigener Einschätzung nicht in der Lage waren, unerwartete Ausgaben aus eigenen Finanzmitteln zu bestreiten.

Hoffnungslosigkeit und depressive Zustände können die mentalen Folgen sein. Greifbare Ausdrucksformen hiervon sind heruntergelassene Fensterläden, stickige Luft und eine gewisse räumliche Leere, auf die die Ipsos Forscher während der Feldarbeit stießen.

Basierend auf den Ergebnissen mehrerer Ipsos-Studien kristallisiert sich eindeutig heraus: Um aus dieser Depression herauszukommen, bedarf es externer Hilfe durch Kreditinstitute und zwar auf partnerschaftlichem Niveau. Druck erzeugt nur Reaktanz und Ignoranz. Der Verschuldete fühlt sich in dieser Situation vom anmahnenden Kreditinstitut in die Ecke getrieben. Ein ausgeprägtes Blockadeverhalten scheint die einzige Möglichkeit zu sein, diese unangenehme Lage mit Würde zu überstehen.

Auch für die Gläubiger ist dies eine schwierige Situation, die oft langjährige Kundenbeziehungen auf eine harte Probe stellt, wenn der Kunde vom Geschäftspartner zum „Fall“ wird.

Daher sind individuell erstellte Entschuldungspläne, die gemeinsam besprochen und beschlossen werden, der bessere Weg zur finanziellen Stabilität und zum erfolgreichen Entkommen aus dem Teufelskreis. Dem Überschuldeten wird dadurch eine konkrete Hilfestellung gegeben, die sich nicht nur auf seine wirtschaftliche Situation positiv auswirkt, sondern auch psychologisch ein positives Signal ist für ein besseres Leben nach der Phase kontinuierlicher Entschuldung. So wird eine Win-Win-Situation für alle Beteiligten realisiert.

Für den Auftraggeber dieser Studie war dieses Projekt ein überzeugender Beleg dafür, dass Marktforschung auch in einem sozialen Randbereich fundierte Antworten liefern kann.

Schuldig! – Finanzmarktforschung am Rande der Gesellschaft

Ipsos Loyalty

Ihre Kunden, deren Erwartungen, Erfahrungen und Verhaltensweisen – das sind die Themen, denen wir uns bei Ipsos Loyalty mit ganzer Leidenschaft widmen. Wir liefern Ihnen konkrete Einblicke und geben relevante Handlungsempfehlungen. So können Sie Ihre Kundenbeziehung erfolgreich gestalten. Als Partner an Ihrer Seite haben wir dabei auch immer die Wirtschaftlichkeit im Blick. Denn mit all unseren Leistungen wollen wir Ihnen einen klaren Mehrwert für Ihr Unternehmen liefern – mit mehr als 1000 Forschern in über 40 Ländern.

Link

<http://www.marktforschung.de/marktforschungsdossier/branchenspecial-finanz-und-versicherungsmarktforschung/schuldig-finanzmarktforschung-am-rande-der-gesellschaft/>



Hans-Joachim Schütze

Associate Manager

Hans-Joachim.Schuetze@ipsos.com

Fon +49 (0)40 800 96 4169



Ole Wassermann

Associate Manager

Ole.Wassermann@ipsos.com

Fon +49 (0)40 800 96 4106



Ipsos Newsletter
mailbox@ipsos.com
www.ipsos.de



Über Ipsos: Ipsos ist ein unabhängiges und innovatives Dienstleistungsunternehmen, das weltweit Services rund um die Markt- und Meinungsforschung anbietet. Um unseren Kunden bestmöglichen Service zu bieten, haben wir uns in sechs Forschungsbereichen spezialisiert. So bestimmen unsere engagierten Forscher Marktpotenziale, zeigen Markttrends, testen Produkte, Werbung und Dienstleistungen, erforschen die Wirkung von Medien und geben der öffentlichen Meinung eine Stimme. Und das in 86 Ländern auf allen Kontinenten. In Deutschland beschäftigen wir in unserem „Home of Researchers“ über 500 Mitarbeiter in Hamburg, Mölln, München, Frankfurt und Berlin.