

Meinungsforschung 2011: Der Schutz der finanziellen Privatsphäre erfreut sich weiterhin hoher Zustimmung. Im internationalen Vergleich überzeugt der Finanzplatz Schweiz durch stabile Imagewerte und qualitativen Kundenservice.

Basel, 25. März 2011 – Die Befragten stehen nach wie vor geschlossen hinter dem Schutz der finanziellen Privatsphäre (91%) und sprechen sich deutlich für die Beibehaltung des Bankkundengeheimnisses aus (73%). Die Imagewerte der Schweizer Bankbranche sind stabil und die Banken – allen voran das jeweilige Hauptfinanzinstitut – werden als solide, zuverlässig und vertrauenswürdig wahrgenommen. Auch was die Standortattraktivität des hiesigen Finanzplatzes anbelangt, ist die Mehrheit der Schweizer Bevölkerung positiv gestimmt und räumt ihm im internationalen Vergleich einen klaren Wettbewerbsvorteil ein.

Seit 1995 führt die Schweizerische Bankiervereinigung (SBVg) eine repräsentative Meinungsumfrage über das Verhältnis der Schweizerinnen und Schweizer zur Bankbranche und über die allgemeine Bedeutung der Banken für die schweizerische Wirtschaft durch. Die langjährige Konstanz der Umfragemethode erlaubt einen zuverlässigen Langzeitvergleich.

Rückhalt des Bankkundengeheimnisses in der Bevölkerung ungebrochen

Die Schweizerinnen und Schweizer sind weiterhin fast ausnahmslos der Meinung, dass die finanzielle Privatsphäre gewahrt werden muss: 91% wollen die finanziellen Daten von Bankkunden gegenüber Dritten geschützt sehen (2010: 89%). Es handelt sich folglich nicht nur um eine Sympathiebekundung gegenüber der Bankbranche. Das widerspiegelt sich auch in der weiterhin festen Verankerung des Bankkundengeheimnisses in der Schweizer Bevölkerung: Analog 2010 geben 73% der Befragten an, dass am Bankkundengeheimnis festgehalten werden muss. Eine Aufhebung für inländische Kunden würde deshalb auf wenig Unterstützung stossen.

Image der Bankbranche pendelt sich auf stabilem Niveau ein

Die Kantonalbanken behalten und konsolidieren ihre Leaderstellung mit 29% der Befragten als Kunden; danach folgen auf Augenhöhe die Raiffeisenbanken und die Postfinance (20%). Die Bewertung der persönlichen Hauptbank fällt im Vorjahresvergleich zwar nicht ganz so positiv aus (2010: 87% positiv), ist mit einem Wert von 85% aber nach wie vor erfreulich. Interessant dabei ist, dass sich die Deutschschweizer in ihrer Beurteilung des eigenen Instituts mit 37% sehr positiven Äusserungen weiterhin von der Westschweiz (23%) und dem Tessin (30%) abheben. An der Solidarität und Zuverlässigkeit ihres Hauptfinanzinstituts zweifeln nur 7% der befragten Schweizerinnen und Schweizer. Ganz generell lässt sich sagen, dass das Ansehen der Bankbranche bei der Schweizer Bevölkerung stabil geblieben ist. Zwar konnte der Imageverlust infolge der Finanzkrise noch nicht ganz wettgemacht werden. Jedoch sind die Befragten mit einer positiven Einstellung zu den Banken (46%) gegenüber denen mit einer negativen Meinung (23%) nach wie vor in der Überzahl.

Schweizer Finanzplatz überzeugt im internationalen Vergleich

59% der interviewten Personen – und damit ein wenig mehr als im Vorjahr (56%) – schätzen die Stellung des Schweizer Finanzplatzes im internationalen Vergleich mit Grossbritannien, Singapur, Luxemburg oder den USA als vorteilhaft ein. Diese Standortattraktivität ist geprägt durch die politische und wirtschaftliche Stabilität der Schweiz. Auch der zuvorkommende Kundenservice zeichnet die Schweizer Banken aus. Ein weiterer Wettbewerbsvorteil im internationalen Konkurrenzkampf liegt gemäss Auffassung der Schweizerinnen und Schweizer in der Aufrechterhaltung des Schutzes der finanziellen Privatsphäre.

Methodologie und Stichprobe

Die Stichprobe umfasst 1000 Schweizer Bürgerinnen und Bürger (500 Deutschschweizer, 301 Westschweizer, 199 Tessiner) ab 18 Jahren (ohne Altersobergrenze). Der Stichprobenfehler liegt bei maximal +/- 3,1%. Die Stichprobe hat sich gegenüber den Vorjahren nicht bedeutend verändert und der Fragebogen wurde, um die zeitliche Vergleichbarkeit der Resultate zu sichern, nur wenig angepasst. Lediglich im Zusammenhang mit der internationalen Wettbewerbsfähigkeit wurde ein zusätzliches Item abgefragt, das die Bedeutung der finanziellen Privatsphäre der Kunden thematisiert (Seite 30 des Berichts). Die Umfrage wurde im Januar 2011 durch das unabhängige Institut M.I.S. Trend SA, Lausanne/Bern, durchgeführt. Dies bedeutet, dass das Kapitel 5, Geldwäscherei und Diktatorengelder, vor den Umwälzungen in Nordafrika abgefragt wurde.

Mitteilung an die Medien

Die vollständigen Ergebnisse der Meinungsumfrage 2011 in Deutsch und Französisch finden Sie auf www.swissbanking.org.

Kontakt-	Thomas Sutter, Leiter Kommunikation	T +41 61 295 92 06
adressen	James Nason, Head of Communications Overseas, UK	T +41 61 295 92 15
	Rebeca Garcia, Head of Communications Europe	T +41 61 295 92 55
Internet	www.swissbanking.org	
	http://twitter.com/SwissBankingSBA	
