

Erklärfilme im Finanzmarkt – am liebsten zu Spar- und Geldanlageprodukten

. Das Interesse an Video-Tutorials ist keineswegs auf YouTuber beschränkt. Auch Finanzdienstleister setzen immer häufiger Erklärfilme und Produktvideos ein, um Interessenten und Kunden einen leicht verständlichen Informationszugang zu den mitunter komplexen Produkten zu bieten. Die auch als Tutorials bekannten Videos werden von Finanzentscheidern in Deutschland mit 26 Prozent am meisten zu Spar- und Geldanlageprodukten gewünscht.

Ebenfalls beliebte Themen sind Investmentfonds und Wertpapiere (25 Prozent) sowie Servicethemen wie Sicherheitstipps, Spartipps oder Geldanlagetipps (ebenfalls 25 Prozent). Für etwas weniger relevant halten die Befragten die Themen Girokonto (16 Prozent) oder Raten-, Privat- und Konsumkredit (14 Prozent). Dies zeigen die Ergebnisse der Studie [„Wirkung von Erklärfilmen und Produktvideos“](#) des internationalen Marktforschungs- und Beratungsinstituts YouGov, für die im Dezember 2015 mit insgesamt 2.078 Finanz(mit)entscheidern zehn Tutorials zu Finanzthemen durch eine Online-Reaktionsmessung untersucht wurden.

Insgesamt gibt jeder sechste Befragte (17 Prozent) an, bereits Tutorials zu Finanzthemen und -produkten genutzt zu haben. Viele (69 Prozent), die noch keine Erklärvideos zum Thema Finanzen gesehen haben, sind schlichtweg noch nicht auf solche gestoßen, lediglich ein Drittel (31 Prozent) zeigt kein Interesse an diesen Filmen. Am häufigsten werden Tutorials am Anfang einer Customer Journey zur Orientierung und bei der intensiveren Produktprüfung genutzt. „Die Kommunikation über Tutorials kann wesentlich lebendiger und facettenreicher als über Texte erfolgen. Aber wenn die branchenspezifischen Grunderwartungen nach Seriosität und Sicherheit nicht bedient werden, sind auch vergleichsweise starke Ablehnungen von Tutorials zu beobachten“, sagt Dr. Oliver Gaedeke, Vorstand und Leiter der Finanzmarktforschung bei YouGov. „Dann kommt es auch schnell zu einem negativen Spill-over-Effekt und das erklärte Produkt und die Anbietermarke werden ebenso abgelehnt.“

In einer Profile-Analyse der Nutzer von Tutorials zu Finanzthemen ist manches Verhalten überraschend: Erwartungskonform ist die höhere Quote von Abschlussplanern für verschiedene Finanz- oder Versicherungsprodukte. Ein wichtiges Ergebnis ist die höhere Nutzung von Vergleichsportalen und eine insgesamt intensivere Internetsuche vor dem Produktkauf. Die Tutorials werden hingegen am häufigsten auf den Anbieter-Websites und weniger bei Vergleichsrechnern oder YouTube gesucht. Jedoch gibt es hierbei einen erheblichen Alterstrend: Junge Leute bis 34 Jahre suchen Tutorials zu Finanzthemen deutlich häufiger bei YouTube. Eine weitere wichtige Erkenntnis ist die höhere Präferenz der Tutorial-Nutzer von visuellen-auditiven Informationen gegenüber Texten und Grafiken. „Die Generation Y liest nicht gerne lange Text und ist gleichzeitig durch die zahlreichen YouTube-Tutorials im Netz an diese Art der Kommunikation gewöhnt. Diesen Trend sollten auch Finanzdienstleister bei ihrer Kundeninteraktion berücksichtigen“, so Dr. Gaedeke weiter.

Von den in der Studie untersuchten Tutorials können sich die Videos von der Deka Investments und DWS mit einem sehr hohen Gefallen aus Kundensicht hervortun. Monadisch mit jeweils n=200 wurden insgesamt zehn Erklärfilme von comdirect, Deka Investments, DWS und Union Investment rund um die Themen Geldanlage untersucht.

Die Studie „[Wirkung von Erklärfilmen und Produktvideos](#)“ richtet sich an Banken, Bausparkassen, Fondsgesellschaften und Versicherer, die den Einsatz ihrer Tutorials optimieren und das Wirkungspotenzial von Erklärfilmen steigern wollen. Eigene Tutorials können auch nachträglich in die Benchmarkanalyse integriert und mit der Online-Reaktionsmessung „[YouGov Reel](#)“ analysiert werden. Eine nächste Analysewelle für Tutorials von Versicherern und anderer Finanzdienstleistungen ist in Planung.

Weitere Informationen zur Studie finden Sie unter:

<http://yougov.de/loesungen/reports/studien/wirkung-von-erklaerfilmen-und-produktvideos/>

Kontakt zur Studienleitung:

YouGov Deutschland AG

Jutta Rothmund

Senior Consultant

Tel.: +49 (0) 221 420 61 – 358

E-Mail: jutta.rothmund@yougov.de

Kontakt zur Studienleitung:

YouGov Deutschland AG

Katharina Brachthäuser

Consultant

Tel.: +49 (0) 221 420 61 – 424

E-Mail: katharina.brachthaeuser@yougov.de

Pressekontakt:

Nikolas Buckstegen

Telefon: 0221 / 420 61 – 444

E-Mail: presse@yougov.de

Unternehmen

YouGov Deutschland AG

Gustav - Heinemann - Ufer 72

50968 Köln

Internet: www.yougov.de

Über YouGov Deutschland AG

Im Jahr 2000 in London gegründet, ist YouGov mittlerweile mit mehr als 28 Standorten in Europa, den USA, im Nahen Osten, Afrika und Asien vertreten. YouGov gilt als Pionier in der Online-

Marktforschung und gehört nach Angaben der renommierten American Marketing Association zu den Top 25 Marktforschungsunternehmen der Welt.