



# Banken solide aufgestellt für die digitale Zukunft

Studie im Auftrag der Schweizerischen Bankiervereinigung (SBVg)

Schwerpunkt 2019: Altersvorsorge

## **Projektteam**

**Urs Bieri:** Co-Leiter

**Petra Huth:** Projektleiterin

**Jonas Kocher:** Projektleiter

**Alexander Frind:** Projektleiter

**Katrin Wattenhofer:** Projektassistentin

**José Kress:** Projektassistent

**Laura Salathe:** Projektassistentin

**Noah Herzog:** Sekretariat und Administration

Bern, 8. März 2019

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>ZENTRALE ERKENNTNISSE .....</b>	<b>4</b>
	Die wichtigsten Erkenntnisse zum Spezialteil Altersvorsorge .....	5
<b>2</b>	<b>DIE ERGEBNISSE .....</b>	<b>6</b>
2.1	Wahrnehmung und Haltung gegenüber den Schweizer Banken.....	6
2.2	Einstellungen zur eigenen Bank.....	11
2.3	Wie entsteht das Bankenimage nun im Detail.....	14
2.4	Beurteilung Wettbewerbsfähigkeit Schweiz und Schweizer Finanzplatz.....	17
2.5	Ansichten zu den Banken in der digitalen Zukunft .....	20
2.6	Spezialteil: Altersvorsorge .....	25
<b>3</b>	<b>ANHANG .....</b>	<b>33</b>
3.1	Befragungskonzept und Methode.....	33
3.2	gfs.bern-Team .....	35

# 1 Zentrale Erkenntnisse



Schweizerinnen und Schweizer vereint ein mehrheitliches Interesse an Wirtschaftsfragen. **Das Interesse an den Banken ist im Jahr 2019 mehrheitlich stark ausgeprägt.** Das Thema "Wirtschaft" reicht weit in den Alltag hinein und wird nicht zuletzt entlang der parteipolitischen Orientierung wahrgenommen. Umso entscheidender ist, dass Sympathisierende aller politischen Lager mehrheitlich davon ausgehen, die Banken würden in der Wahrnehmung der Schweizerinnen und Schweizer positiv eingestuft.



Das Vertrauen der Schweizer Stimmberechtigten in die eigene Hauptbank ist flächendeckend hoch. Es gelingt den Banken aber auch als **Arbeitgeber, Steuerzahler und als verlässlicher Partner für Kunden** gut, unterschiedliche politische Werthaltungen auszugleichen sowie kritische Gegenstimmen in den Bereichen Geldwäscherei, Finanzskandale und Profitgier zu moderieren. Diese kritischen Elemente beeinflussen zwar die Beurteilung der Banken, sind aber nicht entscheidend.



In der Wahrnehmung der Bevölkerung gilt der **Schweizer Finanzplatz im internationalen Vergleich als ausgesprochen kompetitiv.** Dies wird auf eine Kombination aus politischer und wirtschaftlicher Stabilität, den Schutz der finanziellen Privatsphäre und besonders guten Kundenservice zurückgeführt. 56 Prozent der Befragten attestieren dem Finanzplatz Schweiz, er sei wettbewerbsfähiger als andere Bankenplätze.



Die Befragten sehen **Schweizer Banken in Bezug auf die Digitalisierung gut aufgestellt.** Klare Mehrheiten gehen davon aus, dass auch in 20 Jahren Banken Finanzdienstleistungen anbieten werden. Banken sollen auf diesem Weg aber auch unterstützt werden, sei es durch gute Bildungsangebote, aber auch durch ideale Rahmenbedingungen.

## Die wichtigsten Erkenntnisse zum Spezialteil Altersvorsorge



**Die Pensionierung ist aus Sicht der Schweizerinnen und Schweizer eine Erfolgsgeschichte.** Grosse Mehrheiten freuen sich nicht nur auf die dritte Lebensphase, sondern gehen auch davon aus, dass sie in dieser Phase Zeit und Musse zur Erfüllung persönlicher Ziele erhalten.



Die Stimmberechtigten sehen mit Blick in die Zukunft aber auch Probleme: Die **Funktionsfähigkeit des Systems wird in Zukunft hinterfragt** und die Auswirkung zunehmender Gesundheitskosten sowie die steigenden Finanzierungsprobleme bei der ersten und zweiten Säule werden grossmehrheitlich anerkannt.



Als Reaktion auf die kommenden finanziellen Schwierigkeiten stehen **verstärkte Einzahlungen** in die erste oder zweite Säule **sowie erhöhte Eigenverantwortung** durch eigene Sparleistungen als perzipierte Lösungen im Vordergrund.



Auch die **Schweizer Banken leisten** in der Wahrnehmung der Schweizer Stimmberechtigten einen mehrheitlich akzeptierten **Beitrag zur Altersvorsorge**, sei dies in Form attraktiver Produkte zum Sparen im Alter, mit Beratungsleistungen, aber auch **als dritter Beitragszahler** in Form von Zinsen und Aktiengewinnen.

## 2 Die Ergebnisse

### 2.1 Wahrnehmung und Haltung gegenüber den Schweizer Banken

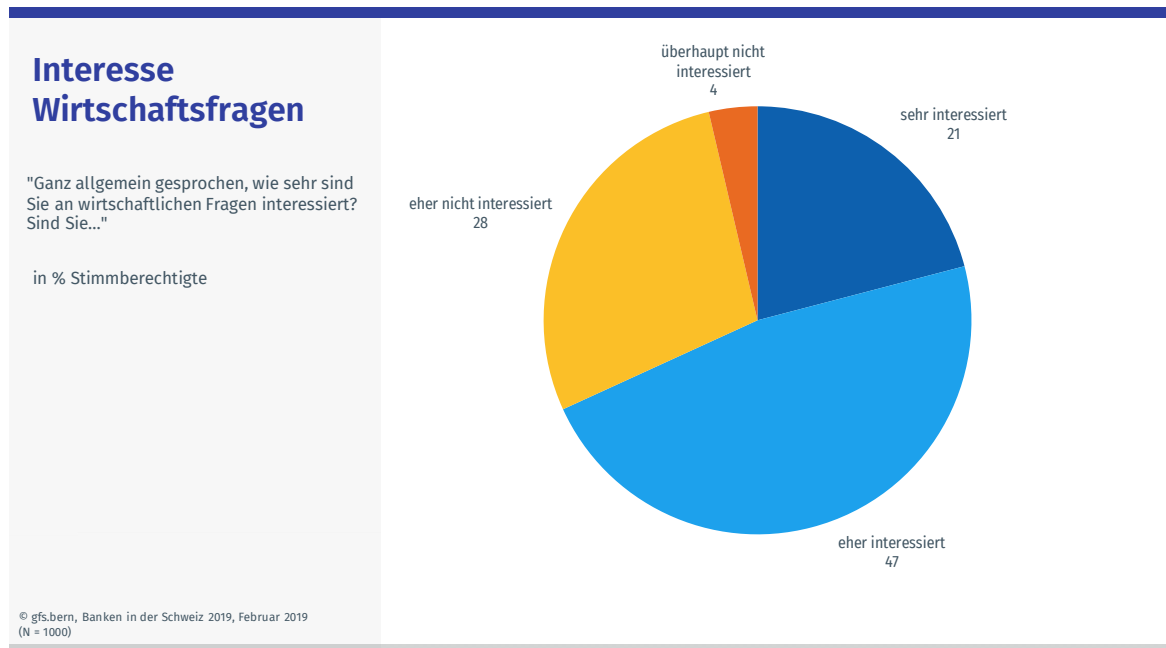
- Schweizer Banken werden mehrheitlich positiv wahrgenommen, Unterschiede sind mehr durch unterschiedliche Werthaltungen auf der Links-Rechts-Skala zu erklären und weniger durch die Banken direkt.



- Die Schweizer Banken gelten als verlässlich, sicher und als wichtiger Arbeitgeber.
- 95 Prozent der Befragten halten ihre Hauptbank für vertrauenswürdig.
- Das positive Image entsteht aus einer Mischung aus wirtschaftlichem Erfolg, gesellschaftlicher Verantwortung und positiven Erlebnissen im eigenen Alltag.

Die Schweizer Stimmberechtigten zeigen traditionellerweise ein weitgehendes Interesse an Wirtschaftsfragen. Dies zeigt sich nicht nur an der regelmässigen Teilnahme an Urnengängen zu relativ komplexen Wirtschaftszusammenhängen, sondern auch in Bezug auf das direkte Interesse an Fragen zur Wirtschaft.

Grafik 1



68 Prozent der befragten StimmbürgerInnen interessieren sich ganz allgemein für Wirtschaftsfragen, 21 Prozent sind sogar sehr interessiert. Mit 32 Prozent sind die mehr oder weniger stark Desinteressierten minderheitlich vertreten.

Ein deutlich tieferes Interesse findet sich bei Personen mit tieferer formaler Bildung und bei Personen unter 40 Jahren. Ersteres steht wohl in Zusammenhang mit dem bekannten Phänomen, dass ein tieferer Bildungsstand den effizienten Informationsgewinn zu komplexen Sachverhalten erschweren kann. Letzteres zeigt eine gewisse Entkopplung

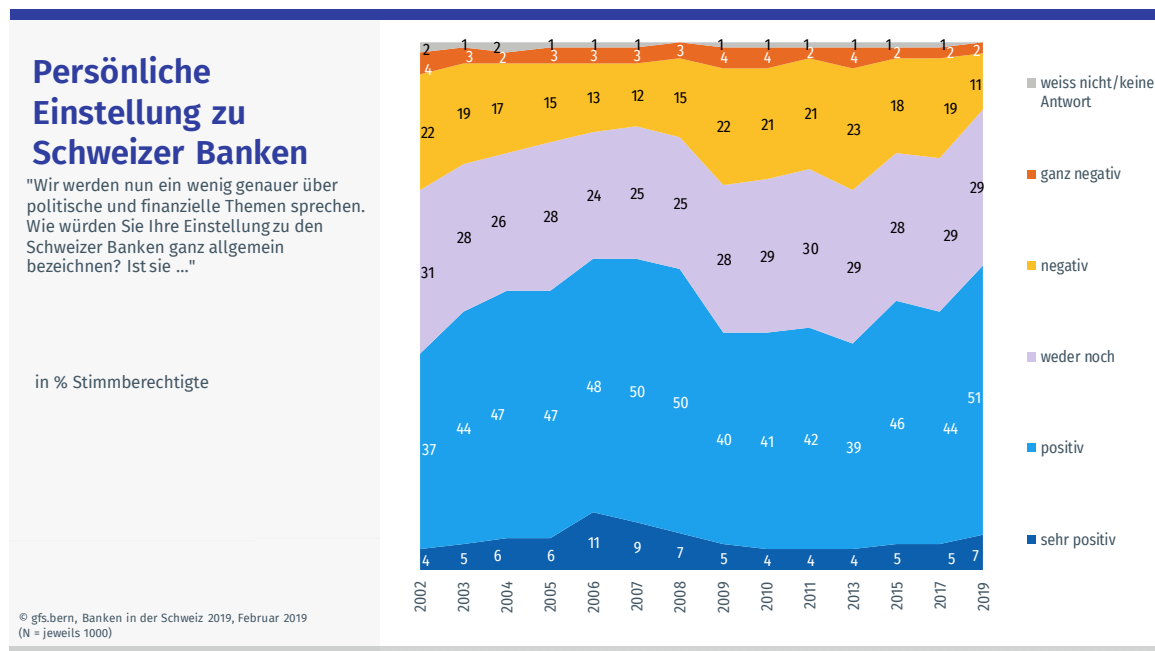
der jüngeren Generationen von den traditionellen Systemen Wirtschaft, Politik und Gesellschaft aufgrund zunehmender Individualisierung. Dies ist eine erste wesentliche Erkenntnis im Hinblick auf die Frage, wie die Schweizer Stimmberechtigten, Wirtschaftsfragen beurteilen – bei gewissen Gruppen basiert die Beurteilung auf überdurchschnittlichem Desinteresse.

Ausserdem zeigen die Umfrageergebnisse spannende Unterschiede zwischen der Deutschschweiz mit überdurchschnittlichem Themeninteresse und der lateinischen Schweiz mit leicht geringerem Interesse an Wirtschaftsfragen.

Insgesamt findet sich keine sozio-demografische Gruppe, die sich nur minderheitlich für Wirtschaftsfragen interessiert. Dieser Befund ist ein weiterer Beleg für den hohen Stellenwert, welcher die Wirtschaft für das Alltagsleben der Schweizerinnen und Schweizer aufweist.

Von dieser mehrheitlich interessierten Basis ausgehend werden nun auch einzelne Wirtschaftsakteure wie Schweizer Banken beurteilt.

Grafik 2

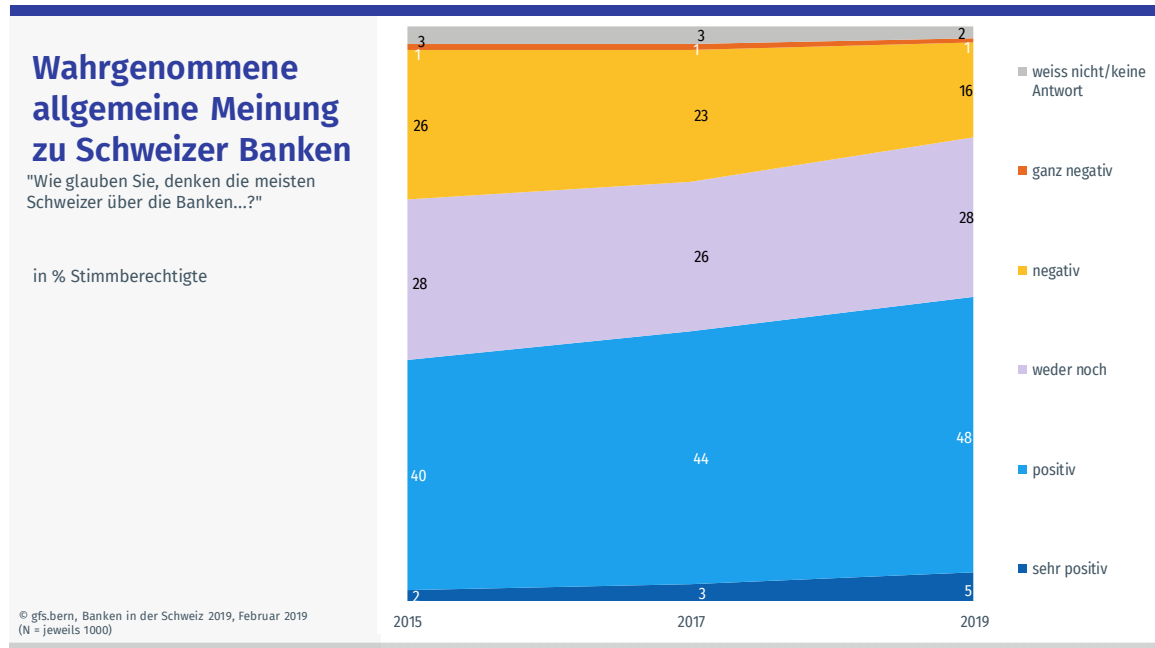


Genau zehn Jahre nach Ausbruch der weltweiten Finanzkrise begegnen die Schweizer Stimmberechtigten den Schweizer Banken wieder mit einem Wohlwollen, das an die Zeiten vor 2009 erinnert. Das Bild, das Schweizerinnen und Schweizer von den Banken haben, ist mehrheitlich positiv. Kritische Stimmen finden sich 2019 mit einem Anteil von 13 Prozent auf einem neuen Tiefpunkt.

Neben dem Alltagsbezug gibt es einen zweiten wichtigen Faktor, welcher die Beurteilung der Wirtschaft und wirtschaftlich tätiger Unternehmen beeinflusst: die politische Position der Befragten. Während von den SP-Sympathisierenden eine Minderheit eine positive Einstellung gegenüber den Schweizer Banken hat, ist das Wohlwollen unter CVP-, FDP- und SVP- Sympathisierenden mit rund 70%-Anteil deutlich stärker ausgeprägt. Augenscheinlich werden Wirtschaftsthemen und -organisationen in der Schweiz nicht

nur aus dem Alltag, sondern explizit auch entlang der eigenen politischen Werthaltung betrachtet und losgelöst von einzelnen Akteuren anders beurteilt.

Grafik 3

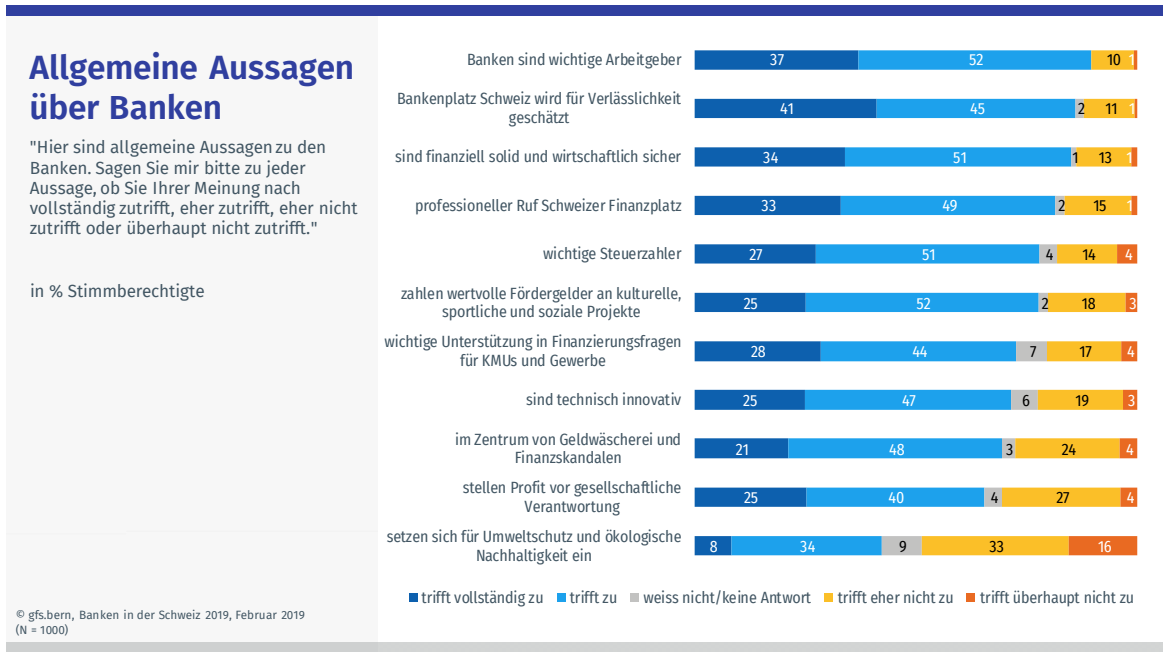


Auch die Wahrnehmung des Bankenimages verzeichnet weiterhin eine Steigerung. Insgesamt ist aktuell eine relative Mehrheit von 53 Prozent der Stimmberechtigten überzeugt, dass die Schweizerinnen und Schweizer positiv über die Banken denken. Die Anteile haben sich seit 2017 nochmals um 6 Prozentpunkte verstärkt. Entsprechend abgebaut hat sich die negative Wahrnehmung, die derzeit 44 Prozent der Bevölkerung bekunden. Diese Entwicklung erscheint insgesamt während vier Jahren ungebremst.

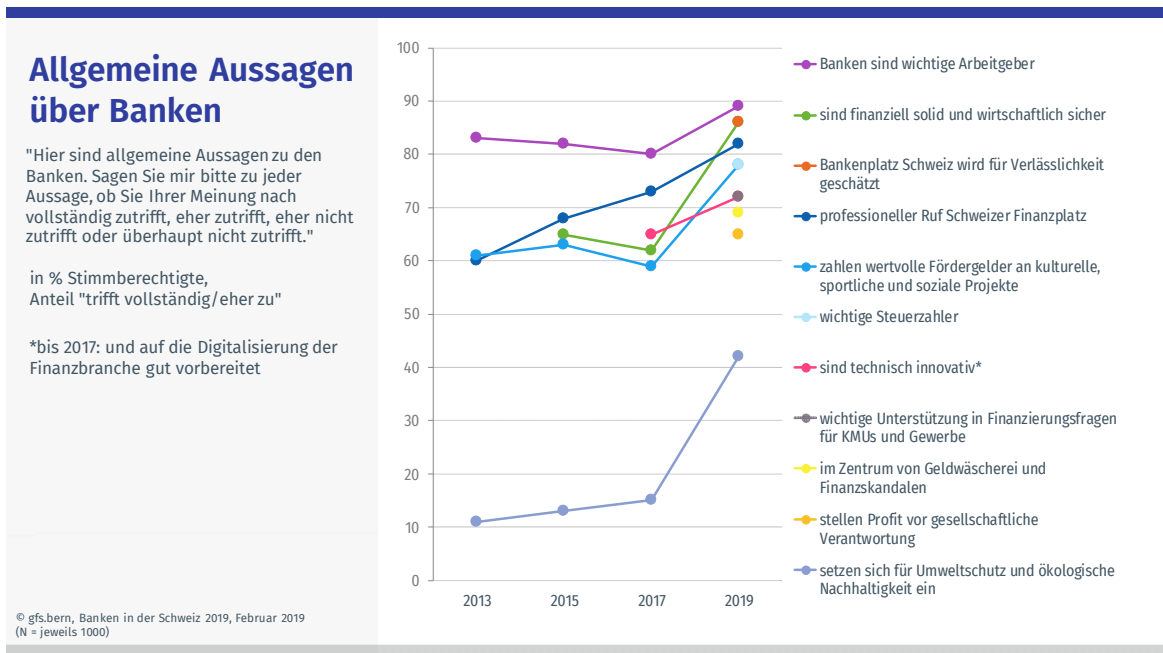
Bemerkenswerterweise sind in dieser Entwicklung wenig Unterschiede entlang der eigenen politischen Anschauungen zu beobachten. Selbst Linksorientierte gehen knapp mehrheitlich davon aus, dass Schweizer Banken positiv eingestuft werden und sie mit ihrer eigenen Einstellung zu Banken keine Mehrheitsmeinung vertreten.



Grafik 4



Grafik 5



Die Überzeugung, Banken seien wichtige Arbeitgeber erreicht 2019 mit 89 Prozent Zustimmung ihren einstweiligen Höhepunkt, gefolgt von der Zustimmung zum Argument, der Bankenplatz Schweiz sei verlässlich (86%). Mit 85 Prozent gehen fast gleich viele Personen davon aus, der Bankenplatz Schweiz sei finanziell solide und wirtschaftlich sicher. 82 Prozent stimmen der Aussage zu, die Schweizer Banken hätten einen professionellen Ruf. 78 Prozent gehen mit der Aussage überein, die Banken seien bedeutende Steuerzahlende. Anteile von jeweils über 70 Prozent halten die Banken für relevante Förderer im sportlichen, sozialen oder kulturellen Bereich, empfinden sie als wichtige Unterstützung in Finanzierungsfragen für KMU und Gewerbe und halten die Finanzinstitute für technisch innovativ.

Im Vergleich zu diesen Aussagen erhalten die kritischen Aussagen zwar weniger, aber immer noch mehrheitlichen Zuspruch: 69 Prozent nehmen die Banken im Zentrum von Geldwäscherei und Finanzskandalen wahr, 65 Prozent der StimmbürgerInnen stimmen der Aussage zu, die Banken stellten Profit vor gesellschaftliche Verantwortung.

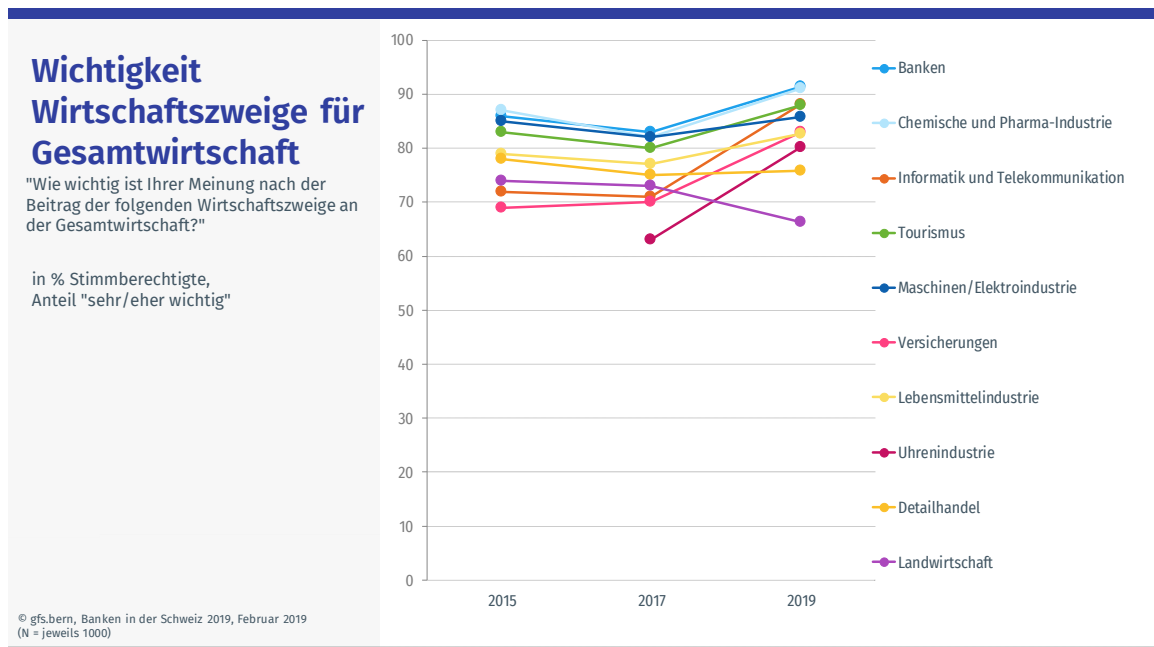
Mit einem Anteil von 42 Prozent stimmt fast die Hälfte der Stimmberechtigten der Aussage zu, dass sich die Banken für Ökologie und Umweltschutz einsetzen. Gerade dieser Aspekt hat zwischen 2017 und 2019 wesentlich an Zustimmung hinzugewinnen können und ist damit sichtbar relevanter für die Einschätzung zu Banken.

Insgesamt überzeugen die Banken damit verstärkt auf den Dimensionen "Leistungsimage" und "Gesellschaftsimage", was für ein Unternehmen in der Aussenwahrnehmung ideal ist: Banken sind in der Wahrnehmung wirtschaftlich potent und nutzen diese Potenz insbesondere auch für relevante Beiträge an die Gesellschaft.

Dabei ist bezeichnend, dass es den Banken gut gelingt, unterschiedliche Werthaltungen auszugleichen. Sowohl Linksorientierte, als auch Sympathisierende bürgerlicher Kreise betonen in sehr ähnlichem Umfang den jeweils positiven Beitrag von Banken. Die Unterschiede zwischen den politischen Milieus finden sich mit Blick auf die Wahrnehmung der bankenseitigen Verwicklung in Geldwäscherei und Finanzskandalen sowie dem Profitdenken. Zwar betonen alle Partesympathisierende diesen Aspekt jeweils mehrheitlich, unter Linksorientierten fällt diese Betonung allerdings überdurchschnittlich stark aus.

Das positivere Branchenimage spiegelt sich auch in einer zunehmenden Relevanzzuschreibung wieder:

Grafik 6



Seit 2015 haben alle Branchen ausser der Landwirtschaft in der wahrgenommenen Bedeutung für die Gesamtwirtschaft zugelegt. Die Landwirtschaft als grosse Ausnahme befindet sich in der wahrgenommenen Bedeutung für die Gesamtwirtschaft seit 2017 auf dem absteigenden Ast.

In der Überzeugung der grossen Mehrheit der Bürgerinnen und Bürger sind die Banken und die chemisch-pharmazeutische Industrie "sehr" oder "eher" wichtige Wirtschaftszweige für die Gesamtwirtschaft des Standortes Schweiz. Sie erreichen mit je 91 Prozent Rekordzustimmungswerte. Je 88 Prozent halten die ICT und Telekommunikationsindustrie sowie den Tourismus für zentrale Branchen. 86 Prozent empfinden die Maschinen- und Elektroindustrie für "sehr" oder "eher" wichtig. Versicherungen und die Lebensmittelindustrie haben im Zeitverlauf ebenso zugelegt auf je 83 Prozent. Danach kommen mit 80 Prozent die Uhrenindustrie, der Detailhandel mit 76 Prozent und schliesslich mit zwei Dritteln die Landwirtschaft.

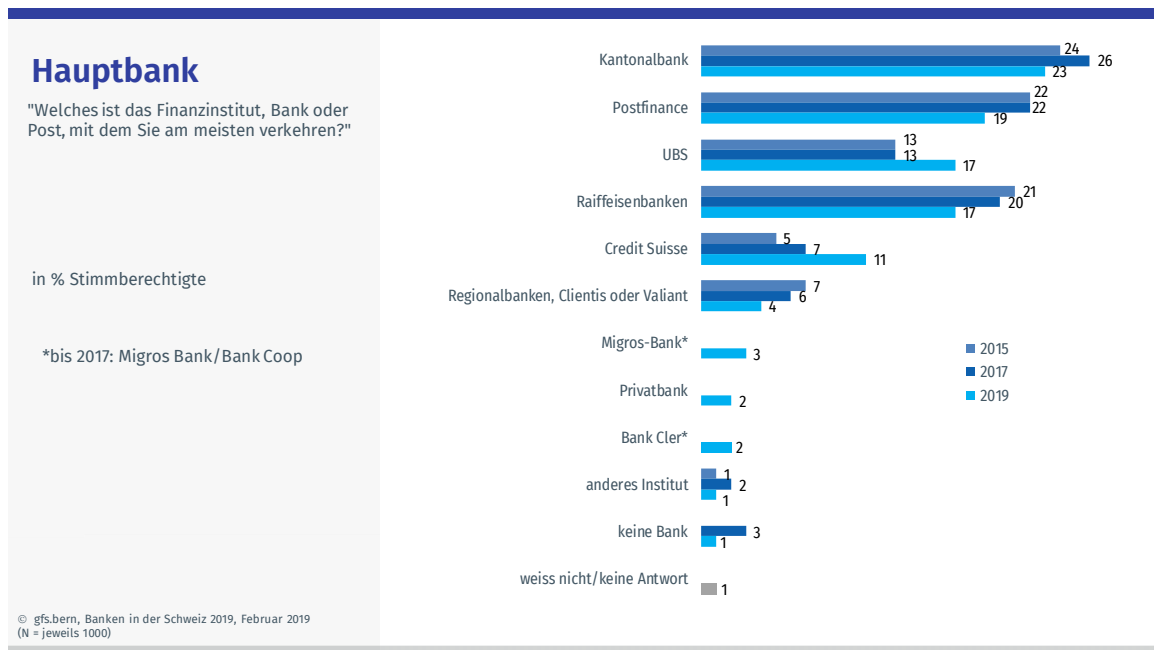
Die Banken, die Pharmaindustrie, der Tourismus und die Maschinenindustrie sowie der Detailhandel haben 2017 - wahrscheinlich bedingt durch die Finanzkrise - einen leichten Dämpfer in der wahrgenommenen Bedeutung erfahren, sich zwischenzeitlich aber wieder deutlich erholt.

Aus Bankensicht ist eine solche hohe Relevanzzuordnung ausgesprochen vorteilhaft. Die Bankenbranche wird so nicht nur mehrheitlich positiv beurteilt, sie gilt auch als zentraler Pfeiler der Schweizer Wirtschaft – hohes Wohlwollen und ebensolche Relevanz sind in der Folge bei direktdemokratischen Entscheidungen zu Finanzfragen die Basis, auf welcher Stimmberechtigte ihre politische Stimme abgeben.

## 2.2 Einstellungen zur eigenen Bank

Dass die grundsätzliche Einstellung gegenüber Banken seit 2015 nahezu konstant bleibt, zeigt sich nicht zuletzt an der direkten Kundenbeziehung. Insgesamt sieht diese auf der konkreten Ebene quantitativ relativ ähnlich aus wie in den letzten Jahren<sup>1</sup>:

Grafik 7



<sup>1</sup> 2019 wurde die Umfrage erstmals mit einer modernisierten Form der Telefonbefragung erhoben, dies kann zu leichten, methodisch bedingten Verschiebungen führen.

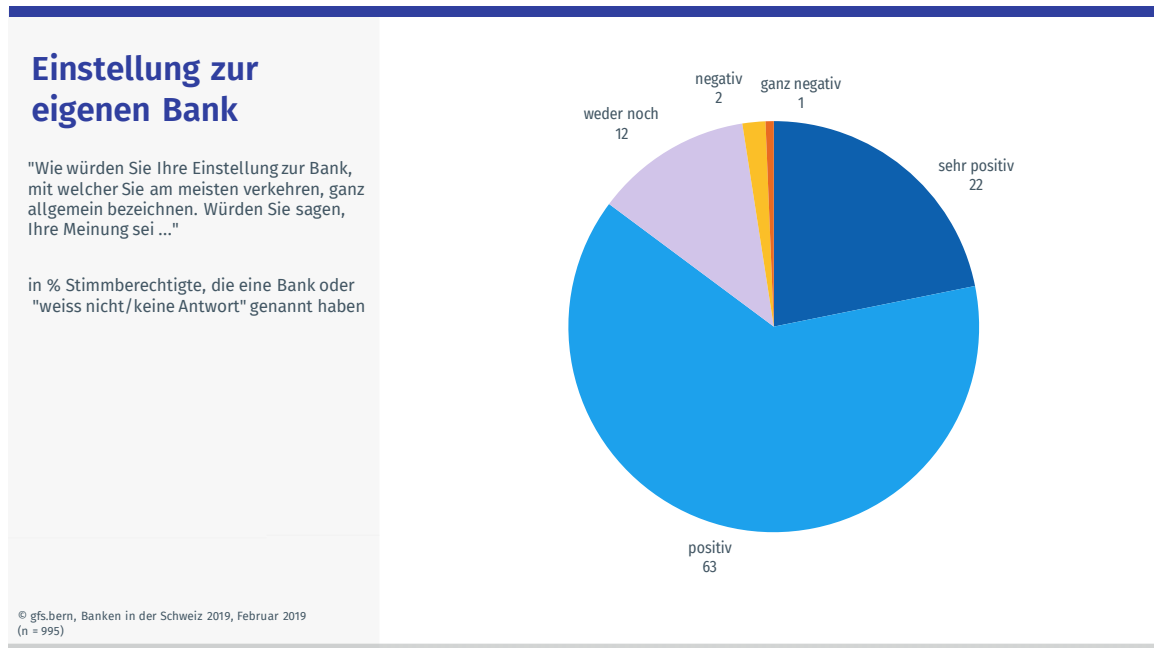
Die Kantonalbanken haben in den letzten Jahren ein wenig an Zuspruch verloren, wenn es um die effektive Nutzung als Hauptbank geht. Dasselbe gilt für die Postfinance, die aktuell mit 19 Prozent knapp unter einem Fünftel liegt. Ausbauen konnte die UBS an dritter Position von 13 auf 17 Prozent. Damit liegt sie gleichauf mit den Raiffeisenbanken, die von rund einem Fünftel in den Jahren 2015 bis 2017 auf 17 Prozent zurückgegangen sind. Auch die Credit Suisse konnte in der selben Zeit um vier Prozent zulegen. Sie ist von 7 Prozent im Jahr 2017 auf 11 Prozent im Jahr 2019 angestiegen.

Die Regionalbanken, Clientis oder Valiant, konnten nicht profitieren und liegen derzeit in der Nutzung bei 4 Prozent, die Migros Bank bei 3 Prozent, Privatbanken und Bank Cler bei je 2 Prozent.

Insgesamt sind alle Verschiebungen aber marginal und könnten innerhalb des Stichprobenfehlers auch zufällig sein. Wir raten entsprechend davon ab, die Dynamik im Detail zu interpretieren.

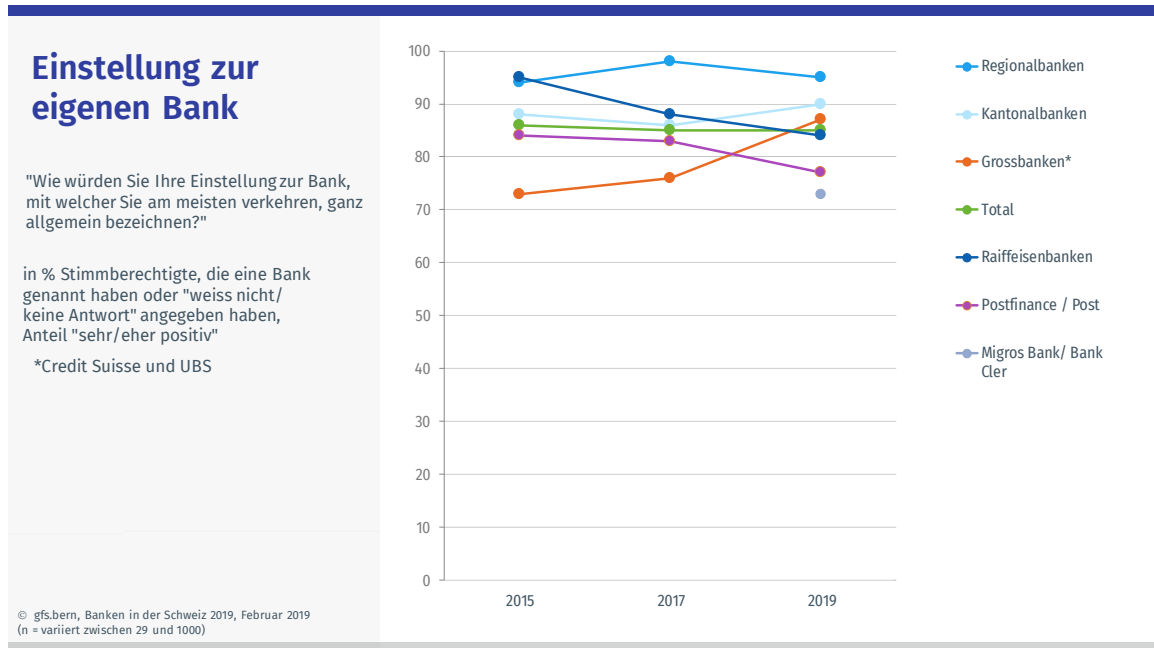
Diese Berührungspunkte bestimmen nun die direkten Einstellungen gegenüber Banken aus dem eigenen Alltag heraus. Ohne Überraschung findet sich hier die gleiche positive Grundstimmung wie auf der Ebene des Branchen-Images beschrieben:

Grafik 8



Mehrheiten geben dabei an, ihre Meinung zur eigenen Bank sei sehr positiv (22%) oder positiv (63%). Nur für marginale drei Prozent ist der Eindruck von der eigenen Bank negativ. Damit gelingt es Banken im direkten Kundenbezug einen weitestgehend positiven Anker zu legen.

Grafik 9

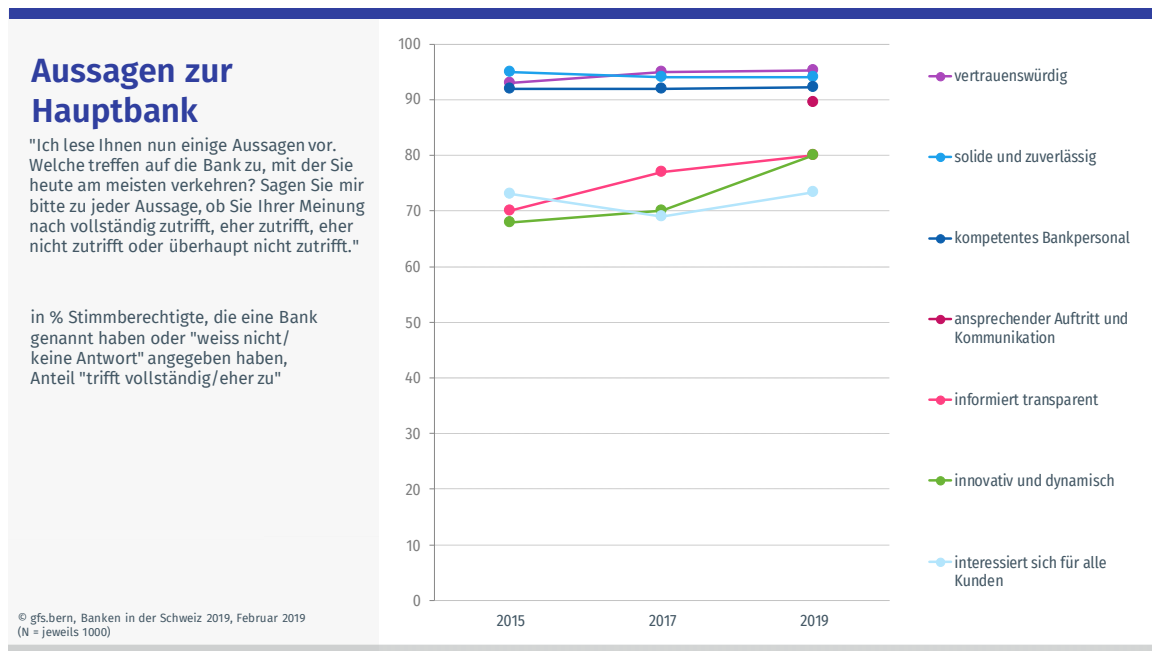


Auf der Zeitachse standen vor allem die Regionalbanken 2017 hoch in der Gunst und haben sich seither tendenziell wieder auf das Niveau von 2015 zurückentwickelt. Sie liegen aktuell bei einem positiven Eindruck von 95 Prozent der Befragten. Die Raiffeisenbanken haben seit 2015 **eingebüsst**. Aktuell haben aber 84 Prozent, und damit immer noch eine überwiegende Mehrheit, einen sehr oder eher positiven Eindruck von den Raiffeisenbanken. Überholt haben im Zeitablauf die Kantonalbanken. Sie liegen mit 90 Prozent an zweiter Stelle und damit klar über dem Durchschnitt von 85 Prozent.

Die Grossbanken haben seit 2015 steigende Anteile zu verzeichnen und liegen derzeit bei einem positiven Gesamteindruck von 87 Prozent. Weniger positive Wahrnehmung verzeichnet die Postfinance. Sie ist von 84 Prozent in 2015 respektive 83 Prozent in 2017 auf aktuelle 77 Prozent abgerutscht.

Die eigene Hausbank punktet dabei aus Sicht der Befragten explizit nicht nur durch eine gute Leistung in der Verwaltung von Geld und Anlagen, sondern insbesondere auch auf dem Weg dahin in Form von Servicequalität:

Grafik 10



Weiter punktet die Hauptbank in den Augen von Frau und Herrn Schweizer, wenn es um Vertrauenswürdigkeit geht. 95 Prozent finden ihre Hauptbank vertrauenswürdig. 94 Prozent empfinden sie als solide und zuverlässig, 92 Prozent halten das Bankpersonal für vertrauenswürdig und kompetent. Die Haltungen in diesen Kategorien sind seit Beginn der Messung zudem weitestgehend stabil. 89 Prozent nehmen Auftritt und Kommunikation ihrer Hauptbank als ansprechend wahr.

Der Anteil der Befragten, welcher findet, die Hauptbank informiere transparent, ist seit 2015 gestiegen und liegt derzeit bei 80 Prozent. Gleiches gilt für die Einstufung der Banken als "innovativ" und "dynamisch". Die Beurteilung, ob die Hauptbank sich für alle Kunden interessiere, ist weniger eindeutig. Die zustimmenden Anteile sind von 2015 bis 2017 auf unter 70 Prozent abgesunken und liegen aktuell bei einem Wert von 73 Prozent, was aber immer noch einer klaren Mehrheit entspricht.

## 2.3 Wie entsteht das Bankenimage nun im Detail

Bei allen Wirtschaftszweigen mit hoher Relevanz für den Standort Schweiz entsteht das Image aufgrund einer Mischung aus direkt erlebter Leistung und übergeordneten gesellschaftlichen oder gesamtwirtschaftlichen Relevanzzuordnungen. Das ist bei Banken nicht anders. Mittels weitergehender statistischer Modellierung baut die Studie in einem nächsten Schritt das Wirkungsgefüge all dieser Elemente zusammen und zeigt auf, welchen Beitrag die einzelnen Elemente zum grundsätzlichen Image liefern.

Grafik 11



**Legende:** Die eingesetzte Methode der linearen Regression beschreibt das Vorhandensein des Einflusses von unabhängigen Variablen (hier: Einzelne Einstellungsaspekte). Anhand der Balkenfarbe lässt sich unterscheiden, ob ein Element eher eine positive Reaktion im Sinne von «gutes Gesamtimage» hervorruft (blau) oder eher eine negative Reaktion im Sinne von «schlechtes Gesamtimage» fördert. Aussagen, welche in der Grafik nicht erscheinen, haben keinen Einfluss. Das Modell erklärt 37% der Varianz in den Haltungen (korrigiertes R-Quadrat). Damit verfügt das Modell über eine mittlere Erklärungskraft. Alle Koeffizienten sind auf dem 5%-Niveau signifikant.

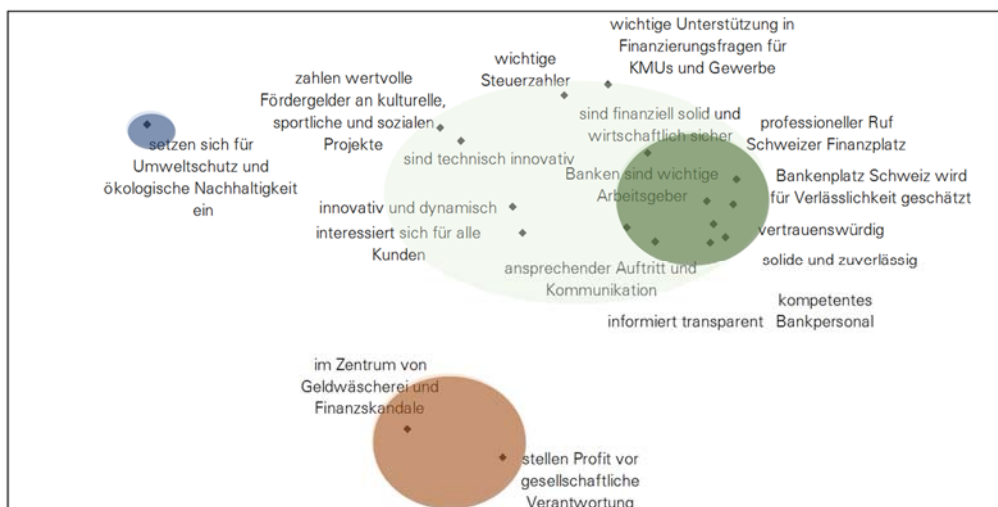
Die Relativierung vorab: Das gerechnete Wirkungsmodell erklärt einiges, aber nicht alles: Rund 37 Prozent der generellen Beurteilung von Schweizer Banken kann durch neun Einzelaspekte erklärt werden. Innerhalb des Modells zeigt sich, dass das positive Image der Bankenbranche auf einem vielseitigen Wohlwollen in Einzelaspekten beruht. Wenig überraschend wirken dabei die Erfahrungen im eigenen Alltag mit der eigenen Hausbank sehr stark, werden dabei aber vergleichbar dezidiert mit positiven Elementen des Gesellschaftsimages gestützt: Wer Banken für wichtige Steuerzahler und Arbeitsgeber hält, die Ausstrahlung des Finanzplatz Schweiz ins Ausland schätzt, sowie deren Wichtigkeit und wirtschaftliche Sicherheit insbesondere für KMU betont, hat deswegen ein überdurchschnittlich positives Bild der Bankenbranche. Verstärkt wird dieses Image insbesondere auch durch einen Bezug zu nachhaltigem Wirtschaften: Wer die Bankenbranche hier in einer aktiven Rolle sieht, kommt zu einem besonders positiven Imagebild.

Abstriche am Image entstehen hingegen hauptsächlich überall dort, wo die Bankenbranche verstärkt mit Profitdenken, Geldwäscherei oder Finanzskandalen in Verbindung gebracht wird. Dies erklärt, wieso das Branchenimage schlussendlich auch politischen Werthaltungen folgt: Gerade Linksorientierte stehen wirtschaftlichem Profitdenken kritischer gegenüber als bürgerlich Denkende. Da diese kritischere Gruppe zudem Banken überdurchschnittlich oft im Rahmen von Geldwäscherei und Finanzskandalen verortet, kippt das Image entlang dieser beiden Aspekte knapp ins Negative. Nichtsdestotrotz ist es auch in dieser Gruppe ein Vorteil, dass Banken so breit akzeptiert einen individuellen und gesellschaftlichen Nutzen leisten. Das Image ist gerade auch unter der kritischsten Gruppe, den Linksorientierten, keineswegs einfach nur schlecht.

In einem weiteren multivariaten Schritt untersucht die Studie die Verwandtschaften der einzelnen Teilaspekte untereinander:

Grafik 12

## Meinung zu den Banken



© gfs.bern, Banken aus der Schweiz, Februar 2019  
(N = 1000)

Grün = Kernaspekte

**Legende:** Die multidimensionale Skalierung ordnet Objekte im mehrdimensionalen Raum so an, dass die Distanzen zwischen den Objekten die Ähnlichkeiten resp. Verschiedenheit möglichst gut wiedergibt. Je weiter die Objekte voneinander entfernt sind, desto unähnlicher sind sie und je näher sie beieinander sind, desto ähnlicher sind sie. Das Ergebnis wird der Einfachheit halber im zweidimensionalen Raum dargestellt.

An erster Stelle findet sich ein Kern an Elementen, die nicht nur hohe Akzeptanzwerte haben, sondern auch von den Befragten als eine Einheit verstanden werden. Diese Elemente definieren so als Ganzes den eigentlichen Kern des positiven Images. Es sind dies Bezüge zur Rolle als Arbeitgeber, die wirtschaftliche Solidität, die Vertrauenswürdigkeit, die Zuverlässigkeit und Kompetenz sowie der professionelle Ruf des Schweizer Finanzplatzes. Dieser Kern schützt erfahrungsgemäss vor kleinen Krisen und hilft mit, nach grösseren Krisen langfristig wieder Reputation aufzubauen. Allerdings sind Ereignisse, welche direkt auf eines dieser Elemente laden, am schnellsten reputationsgefährdend. Dieser Kern ist umgeben von einem zweiten Gürtel an Elementen, welche für grössere Personengruppen wichtig sind, aber nicht für alle. Sie sekundieren den Kern positiv. Schlussendlich finden sich noch zwei Kreise, die von dem Kern und den Sekundanten weit entfernt sind. Es ist dies einerseits die Kritik am Profitdenken, sowie der kritische Blick auf die diversen Skandale. Zentral dabei ist, dass diese Kritik nicht im eigentlichen Imagekern angesiedelt ist, und entsprechend auch nicht gleichermassen stark wirkt wie die Elemente aus dem Kern. Die Nachhaltigkeit gehört ebenfalls nicht zum Image-Kern, führt aber gerade im linksgrünen Lager zu einem positiven Blick auf Banken (sofern man sie damit in Verbindung bringt). Damit hat die Nachhaltigkeit als neues Element das Potenzial, das Image der Banken gerade in einer strukturell eher kritischeren Gruppe zu stärken oder sogar auszubauen.



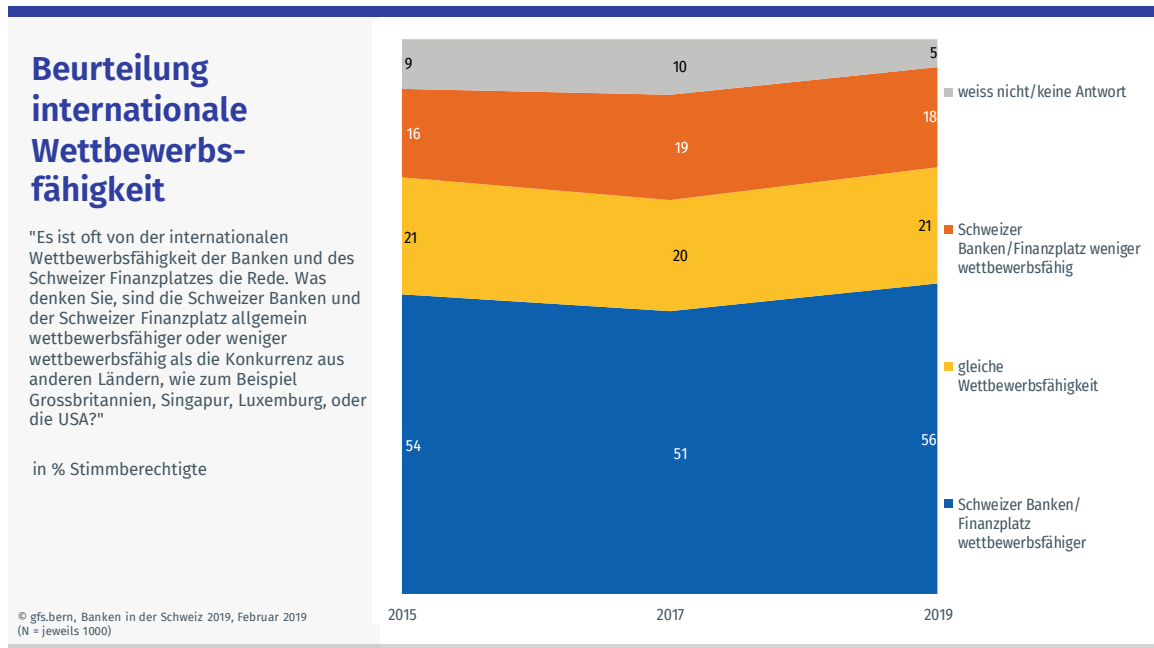
## 2.4 Beurteilung Wettbewerbsfähigkeit Schweiz und Schweizer Finanzplatz



- Der Schweizer Finanzplatz ist und bleibt aus Sicht der Schweizer Stimmberechtigten hoch kompetitiv und ebenso relevant für die Schweizer Wirtschaft. 56 Prozent halten Schweizer Banken für wettbewerbsfähiger als ihre ausländische Konkurrenz.

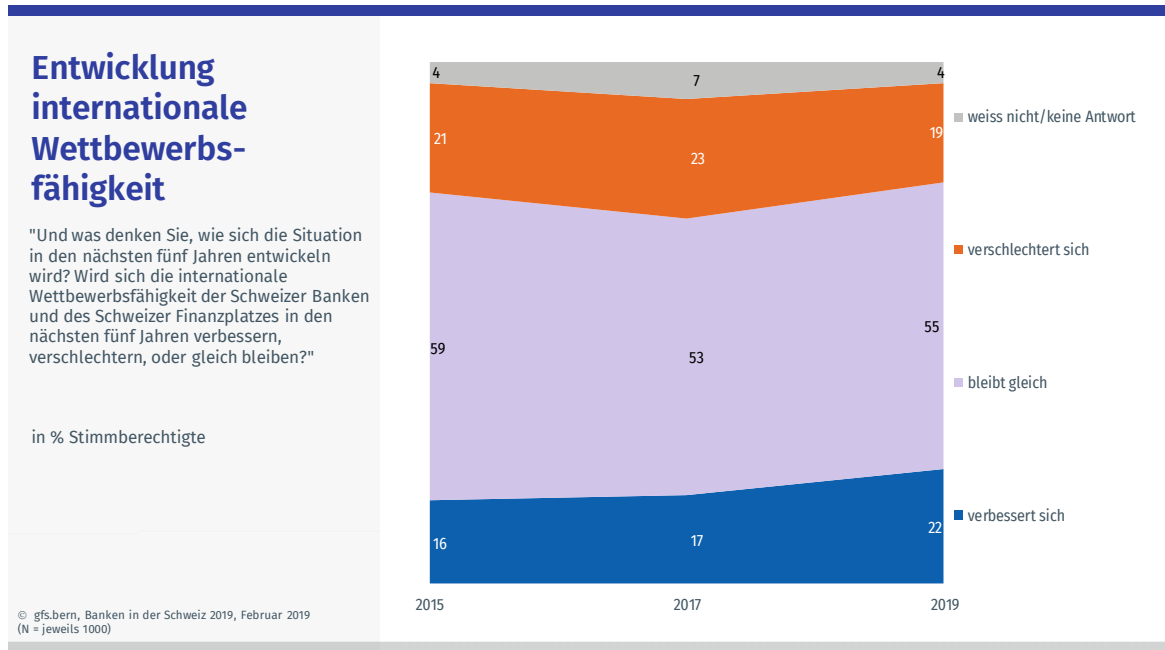
Die Schweizer Stimmberechtigten gehen davon aus, dass die Schweizer Banken international gut aufgestellt sind:

Grafik 13



56 Prozent attestieren dem Finanzplatz Schweiz, er sei wettbewerbsfähiger als andere Bankenplätze. Ein gutes Fünftel sieht ihn als gleich wettbewerbsstark wie andere Bankenplätze und nur ein Sechstel sieht ihn als weniger wettbewerbsstark an.

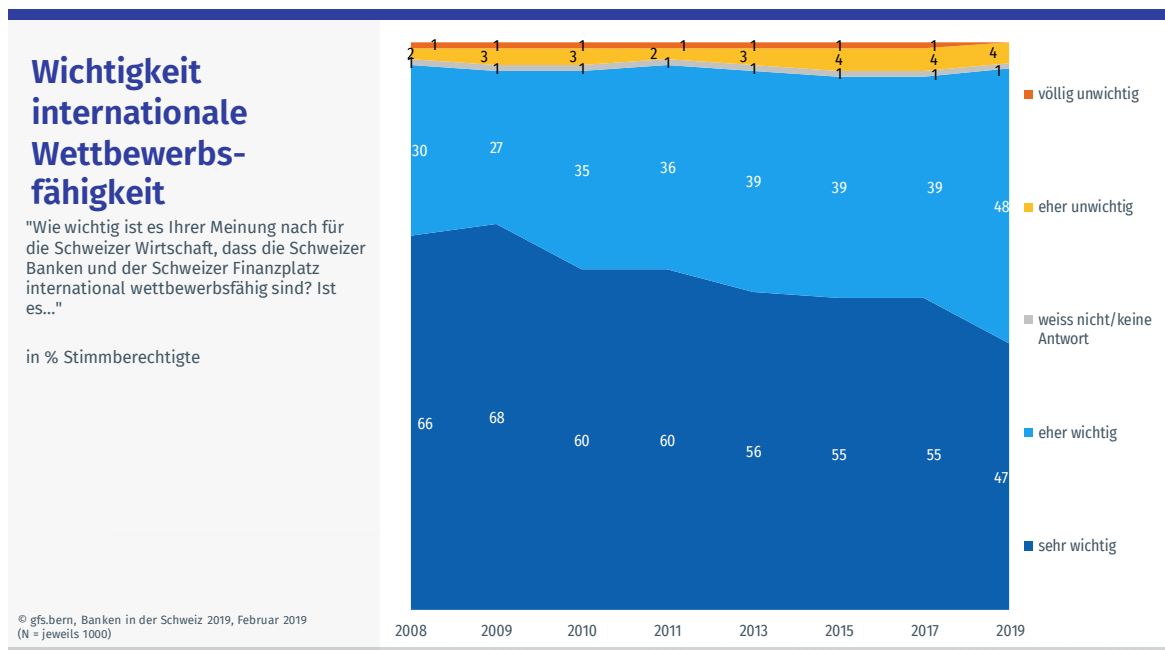
Grafik 14



22 Prozent der Schweizer Stimmberechtigten erwarten mit Blick auf die nächsten fünf Jahre, dass sich die internationale Wettbewerbsfähigkeit der Schweizer Banken verbessern wird. Dies entspricht einem Plus von 5 Prozentpunkten gegenüber 2017.

Sowohl in Bezug auf den räumlichen Vergleich, wie auch die zeitliche Entwicklung findet die Studie keine relevanten Unterschiede entlang der Parteiaffinitäten. Insbesondere geht die kritische Haltung von linker Seite gegenüber der Wirtschaft und den Banken nicht so weit, als dass gegenüber Wichtigkeit der Wettbewerbsfähigkeit der Banken eine grundsätzlich andere Einschätzung getroffen wird.

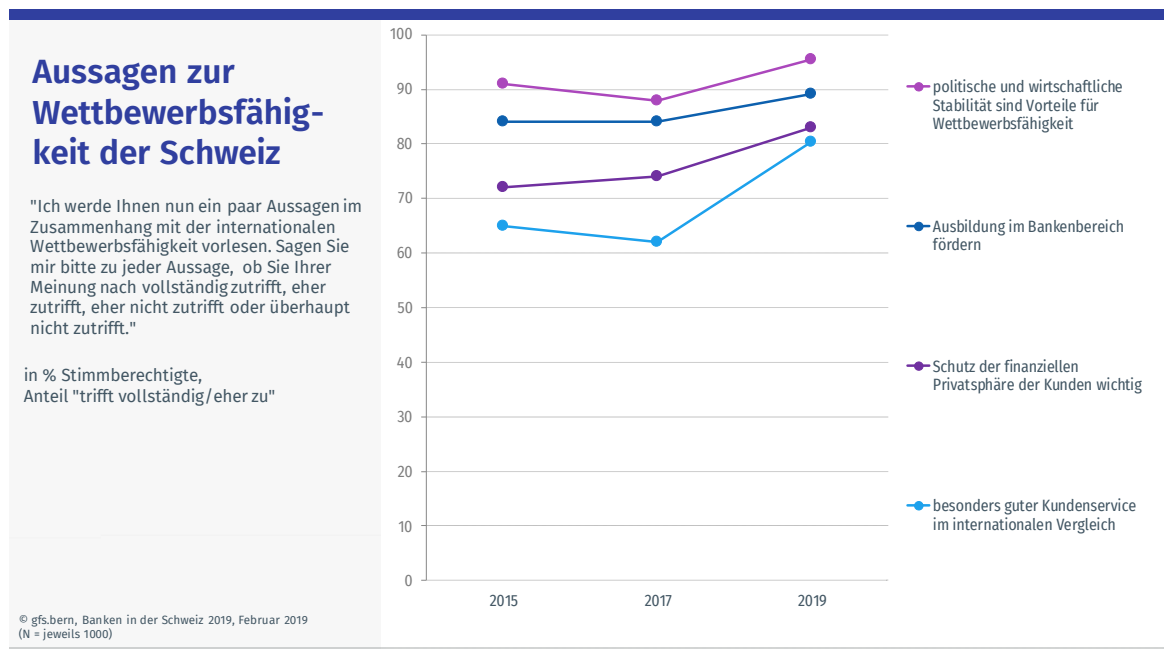
Grafik 15



Die internationale Wettbewerbsfähigkeit des Finanzplatzes Schweiz war zwar auch 2019 für die überragende Mehrheit der Stimmbürgerinnen und Stimmbürger sehr wichtig (47%) oder zumindest eher wichtig (48%). Die Anteile innerhalb dieser Gruppen haben sich allerdings verschoben: Der Anteil der Befragten, welcher die Frage mit "sehr wichtig" beantwortet hat, ist gegenüber 2017 um 8 Prozent gesunken. Umgekehrt haben mehr Stimmberechtigte die Frage mit "eher wichtig" beantwortet (plus 9 Prozentpunkte). Auch mit dieser Dynamik bleibt aber die Grundwahrnehmung zur Wichtigkeit ausgesprochen hoch.

Damit schreibt sich auf der Zeitachse 2019 eine Entwicklung fort, die 2009 begann und 2015 während weniger Jahre stagnierte: Als Folge der Erfahrungen aus der Bankenkrise wurde nicht grundsätzlich an der eminenten Wichtigkeit der Banken für die Schweizer Wirtschaft gezweifelt, es wuchsen aber die leicht kritischen Untertöne, insbesondere unter Linksorientierten. Stand 2019 gelten die Banken ungebrochen als wichtiger oder sogar wichtigster Player, wenn auch in veränderter Form.

Grafik 16



Die politischen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen sind in den Augen von 95 Prozent der Schweizer StimmbürgerInnen Vorteile für die Wettbewerbsfähigkeit des Standortes Schweiz.

Dieser Anteil hat sich im Anschluss an die Finanzkrise noch ausgebaut. 90 Prozent möchten die Ausbildung im Bankenbereich fördern. Auch hier haben sich die Anteile seit 2015 erhöht. Für 84 Prozent ist der Schutz der finanziellen Privatsphäre ein wichtiger Aspekt für die Wettbewerbsfähigkeit der Schweiz. Schliesslich sind 80 Prozent überzeugt, dass die Schweiz im internationalen Vergleich einen besonders guten Kundenservice bietet und dieser entsprechend zur Wettbewerbsfähigkeit der Schweiz beiträgt.

In der Wahrnehmung der Bevölkerung gilt der Schweizer Finanzplatz also im internationalen Vergleich als ausgesprochen kompetitiv, was auf eine Kombination aus politi-

scher und wirtschaftlicher Stabilität, dem Schutz der finanziellen Privatsphäre und besonders gutem Kundenservice zurückgeführt wird. Diese gute Ausgangslage ist aber kein Automatismus. Grosse Mehrheiten betonen, dass gerade die Ausbildung im Bankenbereich ein wichtiger Schlüssel im internationalen Konkurrenzkampf ist.

Aufgrund der hohen Zustimmungswerte finden sich keine Subgruppen, die grundsätzlich anders denken. Sowohl bürgerliche, wie auch linksorientierte Personen stimmen allen vier Aussagen klar mehrheitlich zu.

## 2.5 Ansichten zu den Banken in der digitalen Zukunft



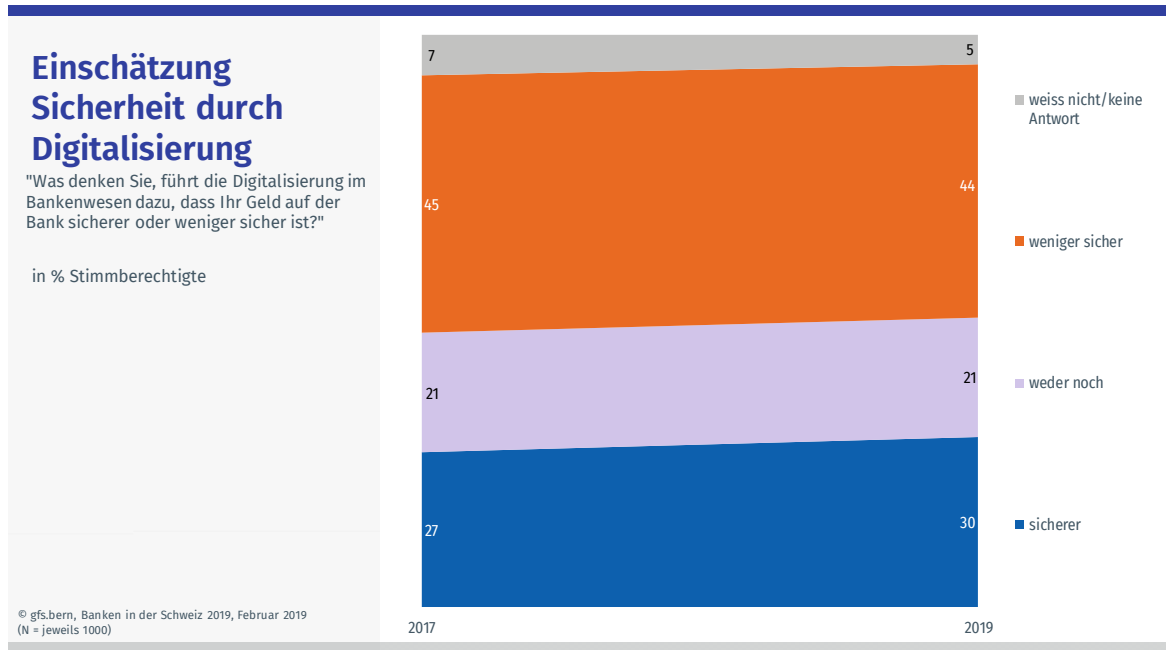
- Die Schweizer Stimmberechtigten haben gegenüber der Digitalisierung gewisse Vorbehalte, nicht zuletzt bezüglich der Frage, wie sicher das eigene Geld auf einer digitalisierten Bank ist.
- Aus Sicht der Schweizer Stimmberechtigten können Banken als Gewinner aus diesem Prozess herauskommen, vorausgesetzt Bildung, Digitalstrukturen und erleichterte gesetzliche Regelungen unterstützen sie dabei.
- Über 90 Prozent der Befragten geht davon aus, dass auch in 20 Jahren Banken Finanzdienstleistungen anbieten und die Banken nicht durch andere Anbieter ersetzt werden.

Seit 2017 haben sich die Einschätzungen darüber, ob durch die Digitalisierung das Geld auf der Bank sicherer oder weniger sicher ist wenig verändert. 30 Prozent gehen aktuell davon aus, dass das Geld auf den Banken durch die Digitalisierung sicherer ist, die relative Mehrheit von 44 Prozent erwartet, dass es weniger sicher ist. Konstante 21 Prozent können sich nicht für eine der beiden Einschätzungen entscheiden.

Eine solche Einschätzung ist für eine Institution, deren zentrale Prämisse Sicherheit in Bezug auf Geldvermögen und Zahlungsverkehr ist, nicht unproblematisch, wenn auch das Gefühl von Unsicherheit zumindest nicht zunimmt. Allerdings ist es auch nicht zu überzeichnen: Schweizer Banken gelten wie vorgängig festgehalten grundsätzlich als hochgradig zuverlässig und vertrauenswürdig. Es kann entsprechend vermutet werden, dass die Schweizer Stimmberechtigten mit dieser Einschätzung eher eine negative Befindlichkeit gegenüber der Digitalisierung generell und nicht gegenüber den Banken zum Ausdruck bringen.

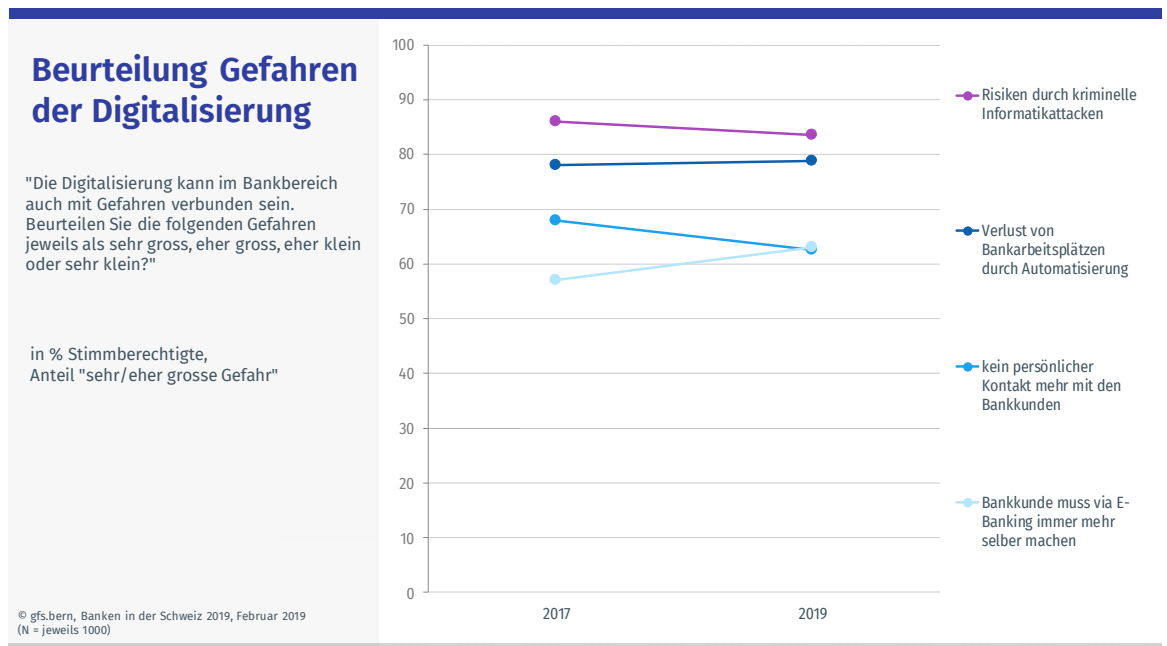
Dabei finden sich zwei Faktoren, welche das Gefühl von Unsicherheit befördern: Einerseits findet die Studie ein leicht höheres Gefühl von Unsicherheit unter Personen über 65 Jahren. Dies überrascht nicht und ist in Bezug auf technologische Entwicklungen öfters beobachtbar. Im Hintergrund stehen dabei fast immer nicht direkt schlechte Erfahrungen, sondern erhöhte Berührungsängste mit neuen Technologien. Andererseits zeigen sich auch minimale Unterschiede entlang einer Links-Rechts-Achse. Auch wenn diese nur ausgesprochen klein sind, bestätigt sich doch einmal mehr, dass Einschätzungen gegenüber Banken schlussendlich auch auf einem Wertefundament beruhen und nicht nur auf individuellen Erfahrungen.

Grafik 17



Das grösste Risiko mit Blick auf die Digitalisierung im Bankbereich sehen 84 Prozent in kriminellen Informatikattacken, 79 Prozent sehen an zweiter Stelle den Verlust von Bankenerbeitsplätzen durch Automatisierung. Während diese Anteile im Zeitablauf relativ konstant sind, hat sich der Anteil, welcher davon ausgeht, dass die Digitalisierung den persönlichen Kontakt mit dem Bankkunden vermindern wird, seit 2017 reduziert. Aktuell gehen 63 Prozent von dieser Entwicklung aus. Gleichzeitig hat sich seit 2007 der Anteil Befragter, welcher durch die Einführung von E-Banking eine Umlagerung der Dienstleistungen auf den Kunden sehen, von 57 Prozent auf 63 Prozent verstärkt.

Grafik 18

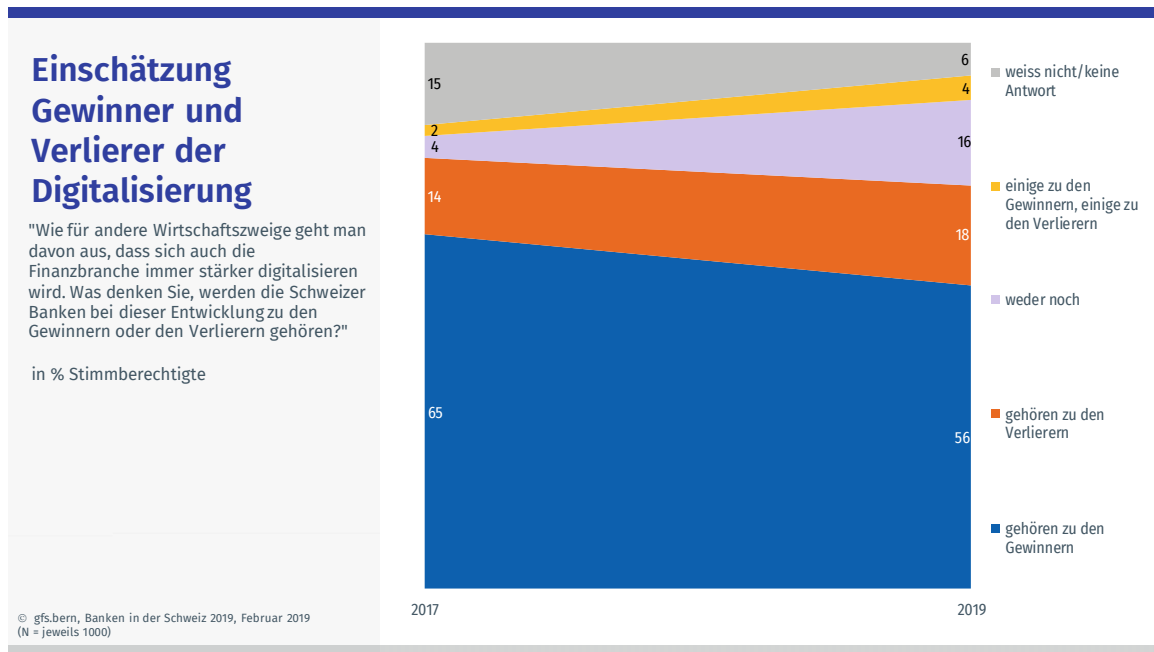


Bezeichnenderweise haben diese Einzelemente nur am Rande eine Auswirkung darauf, ob eine Person ihr Geld auf der Bank wegen der Digitalisierung als sicherer betrachtet

oder nicht. Das individuelle Gefühl von Sicherheit oder Unsicherheit ist damit hauptsächlich ein Bauchgefühl, ohne damit klar spezifizierbare Risiken zu verbinden.

Diese tendenziellen Vorbehalte gegenüber der Digitalisierung findet sich im Weiteren nicht nur bei der Folgeabschätzung zur Sicherheit des eigenen Geldes, sondern auch in der Abschätzung, ob Digitalisierung den Schweizer Banken nützt oder nicht.

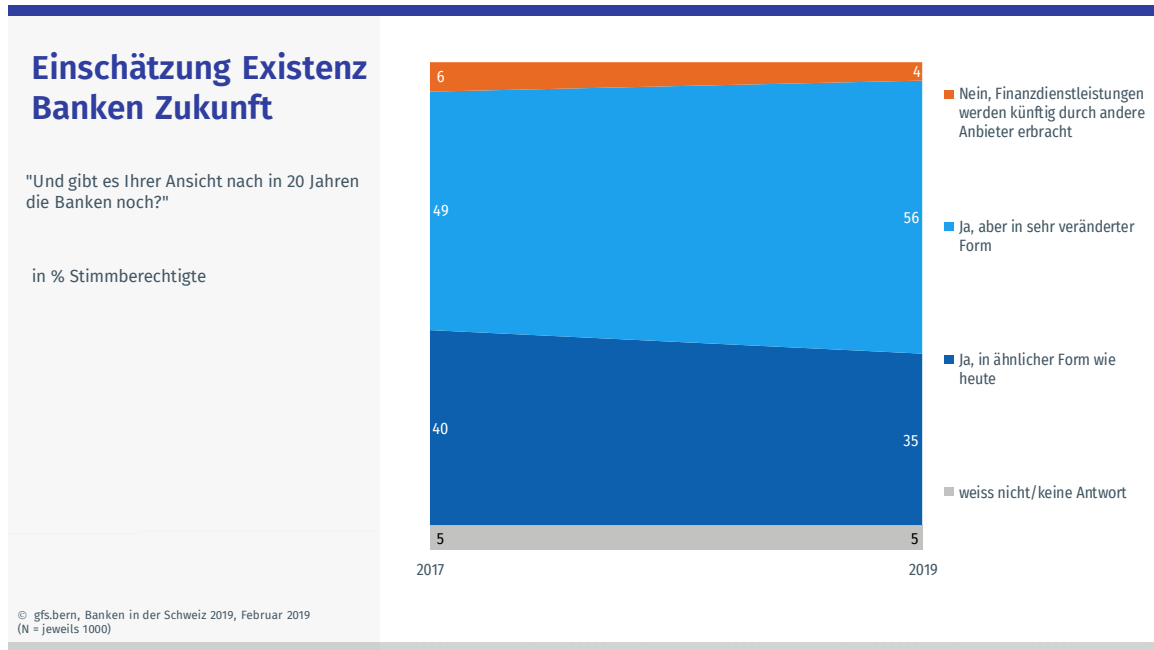
Grafik 19



Zwar geht auch 2019 noch eine Mehrheit davon aus, dass die Schweizer Banken zu den Gewinnerinnen der Digitalisierung gehören. Dennoch hat sich diese Mehrheit von 65 Prozent im Jahr 2017 auf 56 Prozent im Jahr 2019 zurückentwickelt, während sich der Anteil, für welchen die Richtung der Entwicklung prinzipiell noch offen ist, ausgebaut hat. Dieser Anteil hat sich seit 2017 von 4 auf 16 Prozent erhöht und ist prinzipiell ein Indikator dafür, dass die intensive Beschäftigung mit dem Thema, insbesondere die aktuelle mediale Berichterstattung zur Digitalisierung generell, zunächst einmal zu einer grösseren Unsicherheit geführt hat.

Bezeichnenderweise findet die Studie hier den quantitativ wichtigsten Unterschied entlang des Alters. Personen unter 40 Jahren, sehen Schweizer Banken mit 49 Prozent Zustimmung nur minderheitlich (wenn auch gewichtig) unter den Gewinnern. Augenscheinlich führt das direkte regelmässige Erleben von radikalen Veränderungen im Digitalen zu einer leicht erhöhten Erwartung von Erosion in traditionellen Branchen. Explizit gehen Junge aber auch mit 25 Prozent nur klar minderheitlich davon aus, dass Banken zu den Verlierern gehören.

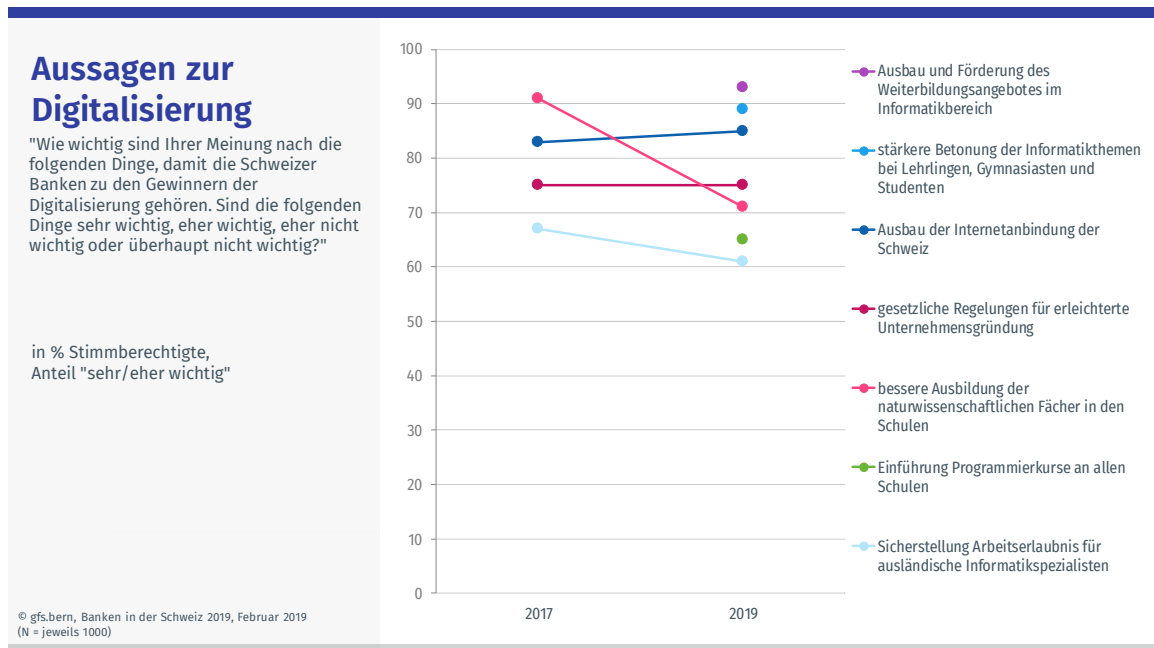
Grafik 20



Relativ einig sind sich die Befragten hingegen, dass die Digitalisierung die Banken verändern wird: 56 Prozent aller Befragten rechnen damit, dass es Schweizer Banken auch in 20 Jahren noch gibt, allerdings in sehr veränderter Form. Dass Finanzdienstleistungen in Zukunft nur noch durch ganz andere Anbieter erbracht werden, können sich nur marginale vier Prozent vorstellen. Auch wenn es gerade Kern von disruptiven Technologien ist, dass man sich neue Anbieter nicht im Voraus vorstellen kann, zeigt es doch zumindest, dass eine digitale Bankenzukunft mit den bisherigen Anbietern flächendeckend stimmig erscheint. Dies gilt insbesondere für die besonders disruptionssensitiven Jungen: Auch hier gehen nur marginale sechs Prozent davon aus, dass Finanzdienstleistungen in Zukunft durch andere Anbieter erbracht werden.

Unabhängig davon, ob die einzelnen Befragten die Digitalisierung als Chance oder als Risiko für Banken betrachten, gibt es zumindest flächendeckende Einigkeit darüber, dass die Digitalisierung weitgehende Hausaufgaben bedeutet:

Grafik 21



Für die meisten StimmbürgerInnen sind Ausbau und Förderung des Weiterbildungsangebotes sehr oder eher wichtig, wenn es darum geht, ob Banken zu den Gewinnern oder Verlierern der Digitalisierung gehören. Gefolgt wird diese Mehrheit von einer stärkeren Betonung der Informatikthemen bei Lehrlingen und Gymnasiasten und Studierenden. Den Ausbau der Internetanbindung in der Schweiz sehen aktuell 85 Prozent als wichtig an. Erleichterte gesetzliche Regelungen für Unternehmensgründungen sind für drei Viertel der StimmbürgerInnen zentral. Rahmenbedingungen, wie die bessere Ausbildung in naturwissenschaftlichen Fächern an den Schulen sind für 71 Prozent sehr oder eher wichtig. 65 Prozent werten Programmierkurse als essenziell und schliesslich empfindet die kleinste Mehrheit von 61 Prozent die Sicherstellung von Arbeitsbewilligungen für ausländische Informatikspezialisten als prioritär.

Insgesamt steht damit die informatikseitige Ausbildung auf allen Ebenen im Zentrum, gefolgt von Investitionen in die schweizerische Infrastruktur und regulatorische Erleichterungen für Unternehmensgründungen. In die Pflicht genommen werden damit gleichermassen Gesellschaft, Staat, aber auch Wirtschaft.

In dieser Frage finden sich zudem nur marginale Unterschiede entlang der Links-Rechtsverortung. Im Grundsatz soll Gesellschaft, Staat wie auch Wirtschaft unabhängig von der eigenen politischen Werthaltung in die aktive Begleitung der Digitalisierung eingebunden werden.



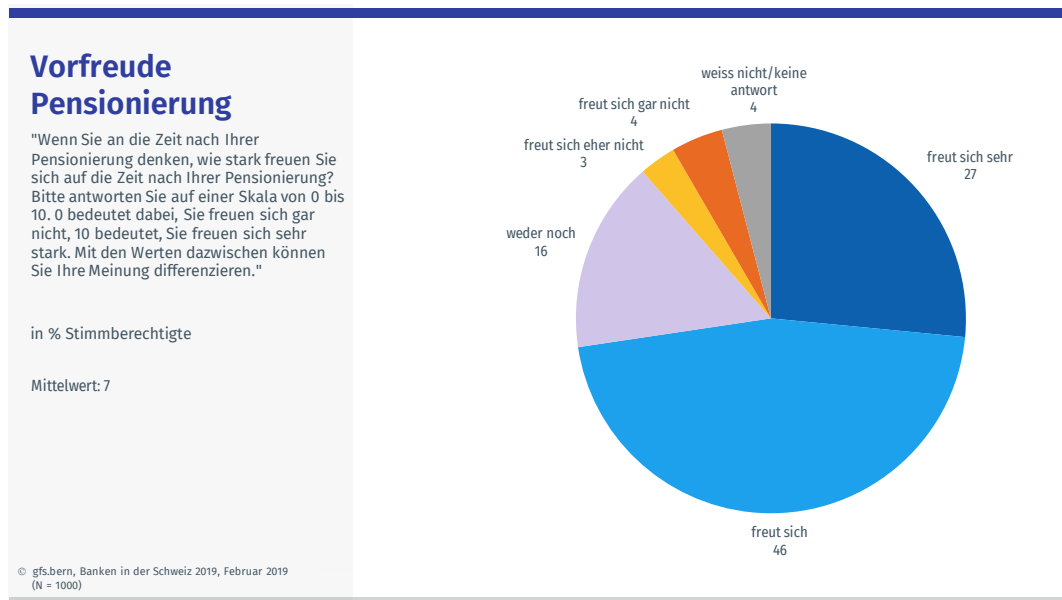
## 2.6 Spezialteil: Altersvorsorge

Die Meinungsumfrage zu den Banken wird auch regelmässig mit einem Thema aus der aktuellen politischen Diskussion ergänzt, in das Banken in einem weiteren Sinne involviert sind. Die Meinungsumfrage zu den Banken 2019 befasst sich in diesem Rahmen mit Fragen zur Altersvorsorge.



- Die Schweizerinnen und Schweizer blicken ihrer Pensionierung optimistisch entgegen. Man erlebt und erwartet ein geldsorgenfreies, selbstbestimmtes Leben.
- Die aktuellen technologischen Entwicklungen steigern diese Erwartung.
- Gerade der Blick in die Zukunft trübt sich aber zunehmend: Angewachsene 47 Prozent erwarten, dass die Altersvorsorge in Zukunft schlechter funktioniert. Dies sind sichtbar mehr als 2014 mit 31 Prozent beobachtet.
- Allerdings sind die Sorgen nicht sichtbarer Teil des eigenen Alltags und in der eigenen Handlungsrelevanz noch weiter entfernt – ein eminenter Problemdruck spüren die Befragten nach wie vor nicht.
- Banken leisten aus Sicht der Schweizer Stimmberechtigten einen wichtigen Beitrag als dritter Beitragszahler.

Grafik 22



Die Pensionierung ist aus Sicht der Schweizerinnen und Schweizer eine Erfolgsgeschichte. Grosse Mehrheiten freuen sich nicht nur auf die dritte Lebensphase, sondern gehen auch davon aus, dass sie in dieser Phase Zeit und Musse zur Erfüllung persönlicher Ziele erhalten – insbesondere in den Bereichen Hobby/Freizeit. Je älter eine Person ist, desto grösser ist die (Vor-)Freude. Aber selbst unter den jungen Befragten, welche sich wahrscheinlich stärker Gedanken über ihre berufliche Karriere machen, überwiegt die Vorfrende klar. Dies gilt auch für Personen in Haushalten mit tiefen Einkommen: Die

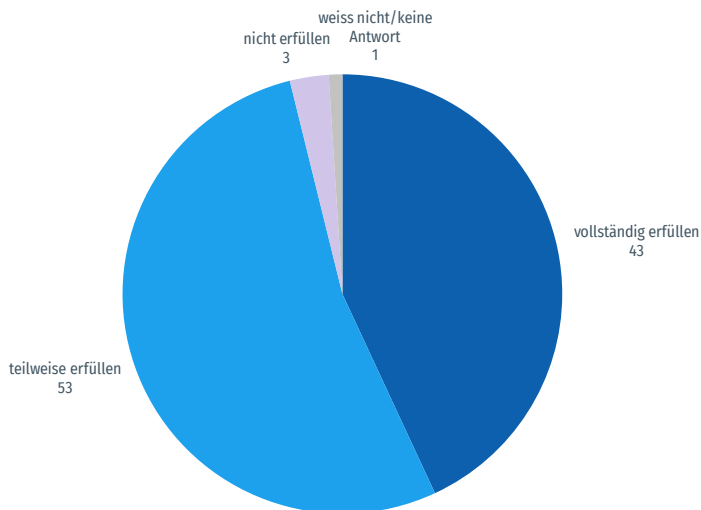
Vorfreude ist etwas verhaltener, dennoch mit einem 70%-Anteil derer, die sich (sehr) freuen, klar mehrheitlich.

Grafik 23

### Erfüllung Ziele nach Pensionierung

"Konnten Sie sich ihre Ziele und Vorstellungen für die Zeit nach der Pensionierung vollständig erfüllen, teilweise erfüllen, oder nicht erfüllen?"

in % Stimmberechtigte, die 65 Jahre und älter sind



© gfs.bern, Banken in der Schweiz 2019, Februar 2019 (n = 261)

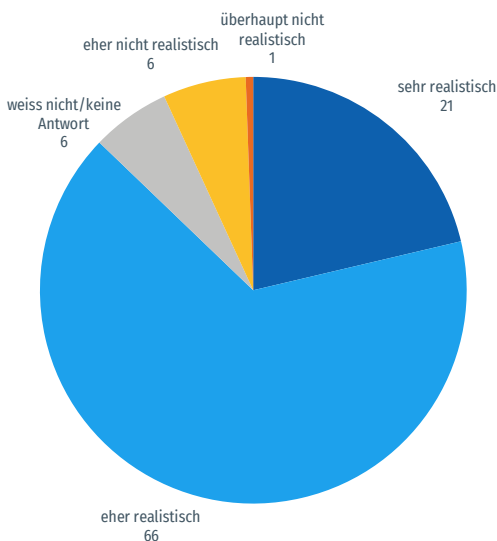
Diese Vorfreude geschieht aus gutem Grund: Befragte im Pensionsalter bestätigen, dass dieser Wunsch grossmehrheitlich auch Realität wird. Über 40 Prozent konnten ihre Ziele vollständig erfüllen, über die Hälfte zumindest teilweise. Es scheint vor allem vom finanziellen Polster der Pensionierten abzuhängen, wie stark sie ihre Ziele erfüllen konnten. Nur die wenigsten konnten ihre Ziele nicht erfüllen.

Grafik 24

### Einschätzung Erfüllung Ziele nach Pensionierung

"Was ist Ihr Eindruck: Ist es realistisch, dass Sie Ihre Ziele für die Zeit nach der Pensionierung erfüllen können? Ist es sehr realistisch, eher realistisch, eher nicht realistisch, oder überhaupt nicht realistisch?"

in % Stimmberechtigte, die jünger als 65 Jahre sind



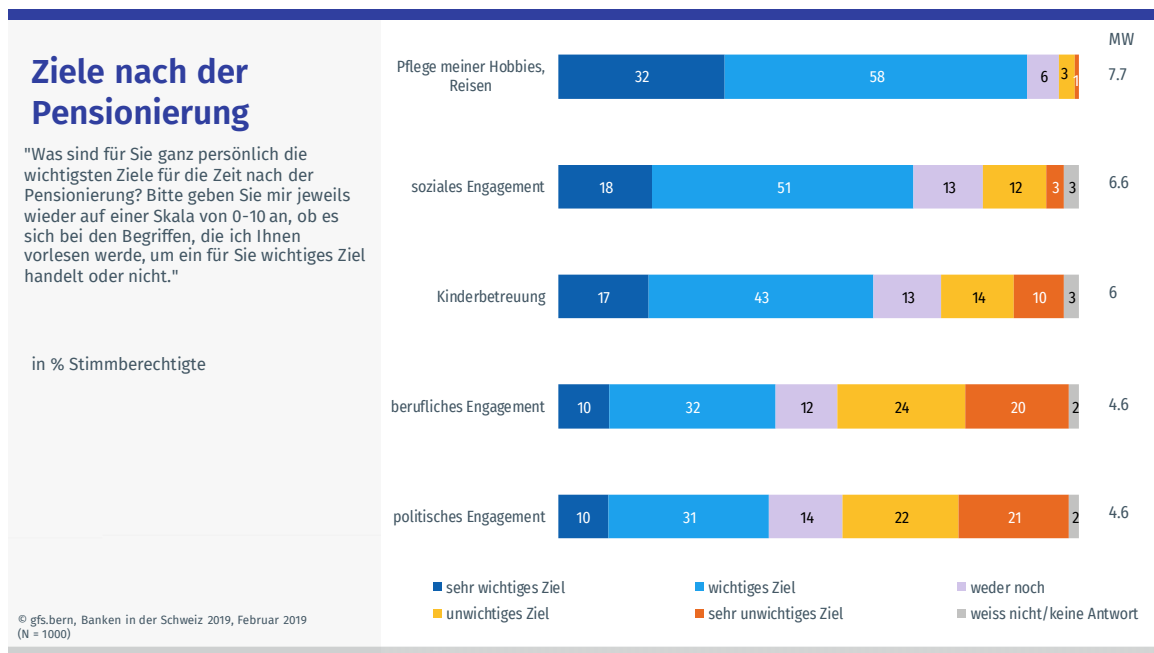
© gfs.bern, Banken in der Schweiz 2019, Februar 2019 (n = 739)

Auch die Nicht-Pensionierten sind optimistisch, was die Erfüllung ihrer Ziele nach der Pensionierung anbelangt. 87 Prozent halten dies zumindest für eher realistisch. Gerade mal sieben Prozent halten sie für (eher) nicht realistisch. Der Anteil ist bei tieferen Einkommenschichten leicht überdurchschnittlich. Jedoch erachten auch Befragte mit geringen Einkommen ihre Ziele klar mehrheitlich als realistisch.

Bemerkenswerterweise sind diese positiven Einschätzungen im Zeitvergleich stabil. Gerade die Vorstellung, dass die eigenen Pläne für die dritte Lebensphase realistisch sind, ist beim Schweizer Stimmvolk seit 2011 (in verschiedenen Studien gemessen) immer wieder in fast gleichem Ausmass vorhanden. Die aktuelle Diskussion rund um die Finanzierungsprobleme der Altersvorsorge hat also zwischen 2011 und 2019 auf der Ebene der individuellen Erwartungen faktisch nichts verändert.

Damit bleibt aber auch der Schluss der gleiche, der seit 2011 gut zu beobachten ist: Zumindest im eigenen Alltag ist die Schweizer Altersvorsorge bis heute ein Erfolgsprodukt – man erlebt das direkt oder indirekt so und man erwartet es gleichermassen. Entsprechend gibt es nach wie vor keinen bevölkerungsseitigen Problemdruck aus dem Alltag heraus, was die Zustimmung zu Reformen in diesem Bereich nach wie vor erschwert.

Grafik 25



Nach der Pensionierung wollen sich die Befragten stärker ihren Hobbies und dem Reisen widmen. Flächendeckend wird dies als wichtiges Ziel genannt.

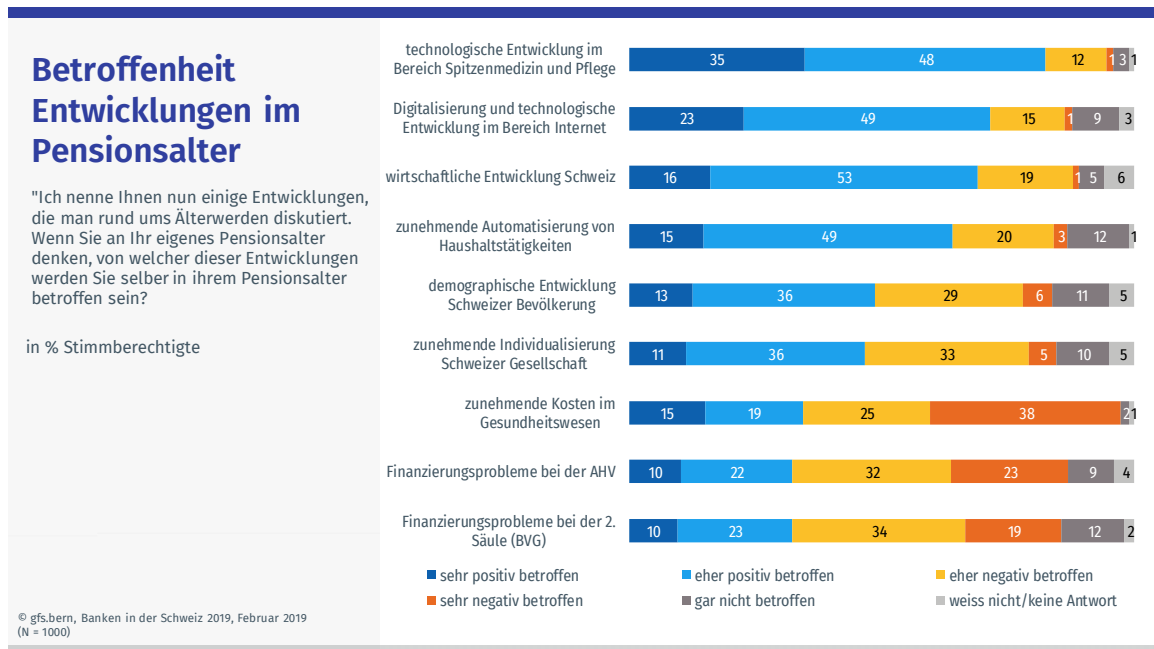
Viele wollen sich sozial engagieren. Dies trifft deutlich auf die Anhängerschaft der GPS zu, gefolgt von derjenigen der SP. Allerdings finden sich auch in den anderen Parteilagern klare Mehrheiten, welche ein soziales Engagement als wichtiges Ziel für sich ausmachen.

Auch die Kinderbetreuung wird mehrheitlich als wichtiges Ziel nach der Pensionierung angesehen. In der Deutschschweiz ist dieser Wunsch am stärksten ausgeprägt, während

in der italienischsprachigen Schweiz dieses Ziel von einer Mehrheit als unwichtig eingestuft wird. Bei den obersten Einkommensschichten ist die Kinderbetreuung weniger wichtig als bei den tiefen bis mittleren Einkommen.

Im Vergleich zu den drei erstgenannten Zielen sind berufliches oder politisches Engagement für die meisten Befragten weniger wichtig. Politisch wollen sich eher diejenigen engagieren, welche sich schon heute eher einer Partei zugehörig fühlen. Vor allem GPS-Sympathisierende streben ein politisches Engagement nach der Pensionierung an; mehrheitlich gilt das auch für die Anhängerschaft der SVP. Letztere möchte sich mehrheitlich nach der Pensionierung auch (weiter) beruflich engagieren. Der Wunsch nach einem beruflichen Engagement findet sich klar überdurchschnittlich bei Personen, die zurzeit berufstätig sind, und ist weitgehend auf die Deutschschweiz fokussiert. In der italienischsprachigen Schweiz möchten sich nur die wenigsten nach der Pensionierung noch beruflich engagieren.

Grafik 26



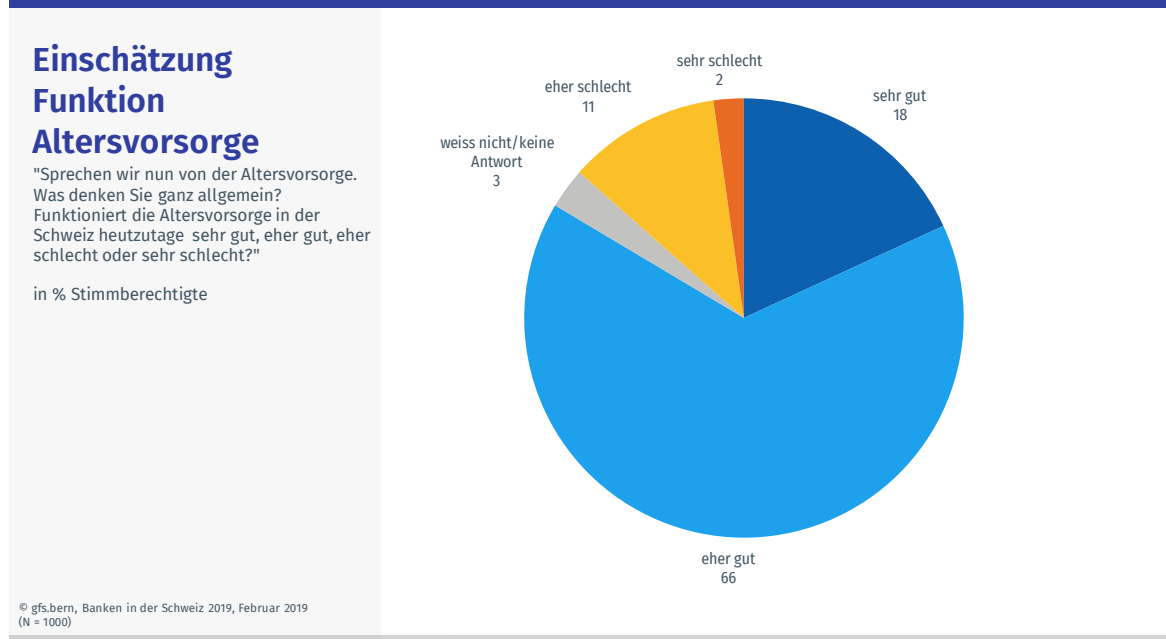
Auf einer technologischen Ebene tragen viele Entwicklungen, die aktuell in der Schweiz zu beobachten sind, zum positiven Grundgefühl bei. Gerade der technologische Fortschritt bei Spitzenmedizin und Pflege sowie im Bereich Internet/Digitalisierung, die wirtschaftliche Entwicklung der Schweiz oder die zunehmende Automatisierung auch von Haushaltstätigkeiten werden als klare Beförderer einer individuell zufriedenstellenden Situation im Pensionsalter wahrgenommen.

Allerdings sehen die Stimmberechtigten in Zukunft anwachsende Probleme: Zunehmende Kosten im Gesundheitsbereich sowie die zunehmenden Finanzierungsprobleme bei der ersten und zweiten Säule werden grossmehrheitlich anerkannt und deren negative Wirkung wird verstanden.

Umstritten ist die Wirkung von demographischem Wandel und Individualisierung auf die eigene Zeit nach der Pensionierung: Jeweils eine relative Mehrheit denkt, dass sie individuell von den beiden Entwicklungen sehr oder eher positiv betroffen sein wird. Eine

nicht zu vernachlässigende Minderheit von jeweils über einem Drittel stuft die individuellen negativen Implikationen von demographischem Wandel und Digitalisierung höher ein.

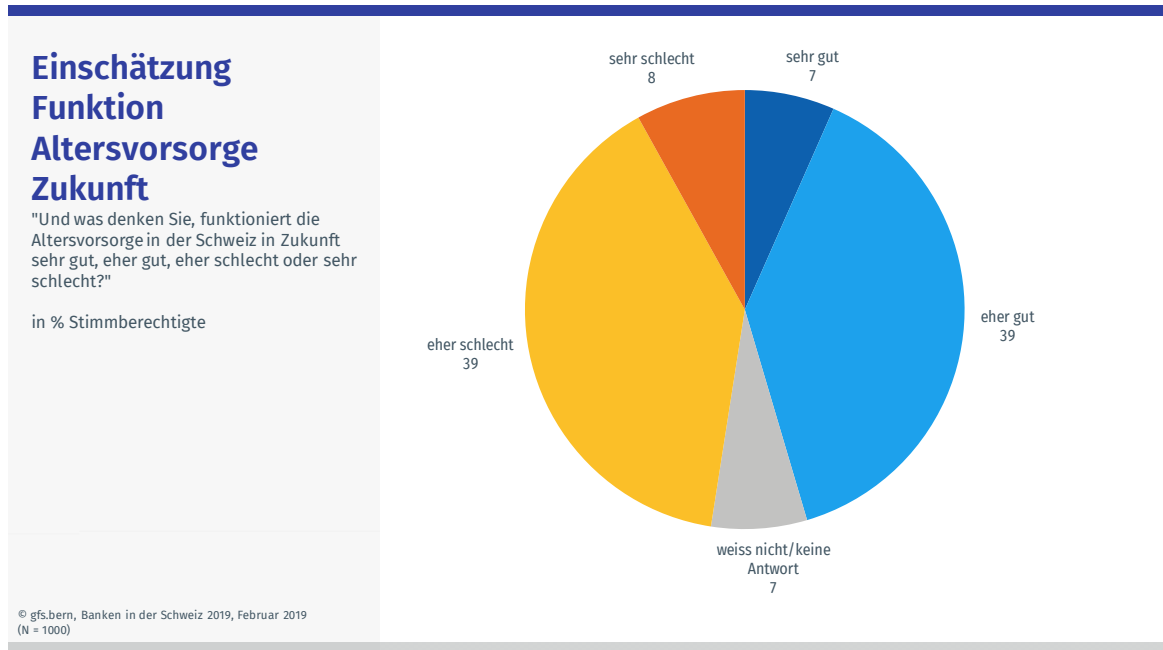
Grafik 27



Wie es die Vorfreude auf die eigene Zeit nach der Pensionierung und die (erwartete) Zielerfüllung nahelegen, erachtet eine grosse Mehrheit der Stimmberechtigten das heutige System der Altersvorsorge als eher bis sehr gut funktionierend. Mit rund zwei Dritteln der Stimmberechtigten liegt der Schwerpunkt dabei auf einer eher guten Einschätzung. Das zeugt erneut davon, dass die Befragten von der Altersvorsorge nicht nur schwärmen, sondern bei allem Lob auch kritische Punkte sehen.

Nur klar minderheitliche 13 Prozent erachten die heutige Altersvorsorge als "eher" bis "sehr" schlecht funktionierend. Der Anteil ist in allen untersuchten soziodemographischen Untergruppen minderheitlich, macht bei den tiefsten Einkommen aber immerhin 30 Prozent aus.

Grafik 28



Es erstaunt nicht, dass der Blick auf die zukünftige Funktionsweise der Schweizer Altersvorsorge sichtbar weniger positiv ist, als der individuelle Blick auf die eigene Vorsorgesituation und das heutige Funktionieren der Altersvorsorge. Praktisch gleich grosse Gruppen betrachten die Zukunft als schlecht oder gut.

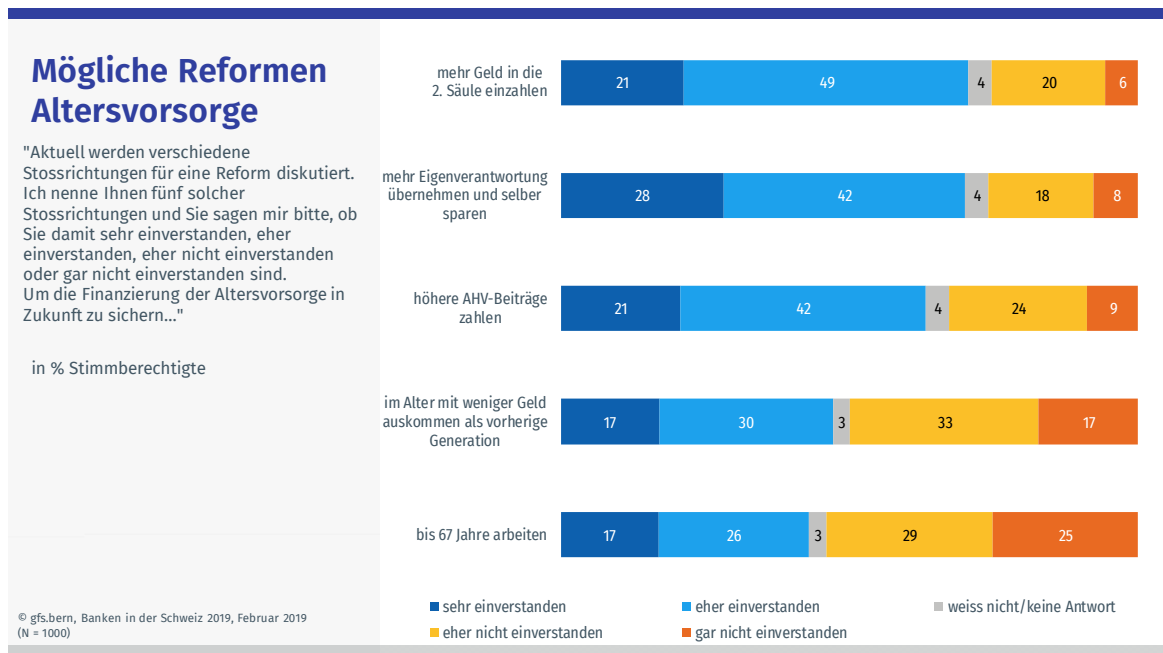
Hier zeigt sich gerade im Zeitvergleich doch eine wesentliche Entwicklung: 2014<sup>2</sup> gingen deutlich tiefere 30 Prozent davon aus, dass sich die Funktionsweise der Altersvorsorge in Zukunft verschlechtert, während mehrheitliche 64 Prozent davon ausgingen, dass die Altersvorsorge auch in Zukunft gut funktioniert. Damit gibt es zwar auch 2019 keinen direkten Problemdruck aus dem eigenen Alltag, es gibt aber eine sichtbar angewachsene Sorge, dass die Situation der Altersvorsorge schwieriger werden könnte.

Es zeigen sich diesbezüglich grössere Unterschiede zwischen den Landesteilen: Während in der deutschsprachigen Schweiz eine knappe absolute Mehrheit optimistisch ist, trifft dies in der Westschweiz Schweiz auf weniger als ein Fünftel zu. In der Westschweiz sind fast zwei Drittel der Meinung, dass die Schweizer Altersvorsorge in Zukunft (eher) schlecht funktionieren wird. In der italienischsprachigen Schweiz wollen sich überdurchschnittlich viele nicht in die eine oder andere Richtung äussern.

Sozioökonomisch interessant ist die Feststellung, dass vor allem Personen mit mittleren Einkommen optimistisch in die Zukunft blicken, während sowohl bei den tiefsten als auch den höchsten Einkommensschichten Mehrheiten pessimistisch gestimmt sind. Parteipolitisch zeigt sich ein uneindeutiges Bild: Sympathisierende von CVP und SVP sind knapp mehrheitlich optimistisch, jene von SP und FDP knapp mehrheitlich pessimistisch, während die GPS-Anhängerschaft gespalten ist.

<sup>2</sup> Altersvorsorgemonitor 2014, gfs.bern, im Auftrag des Schweizerischen Versicherungsverbands - <https://www.gfs-bern.ch/de-ch/Detail/altersvorsorgemonitor-2014>

Grafik 29



Als Reaktion auf die kommenden Schwierigkeiten stehen verstärkte Einzahlungen in die erste oder zweite Säule sowie erhöhte Eigenverantwortung durch eigene Sparleistungen sichtbar im Vordergrund.

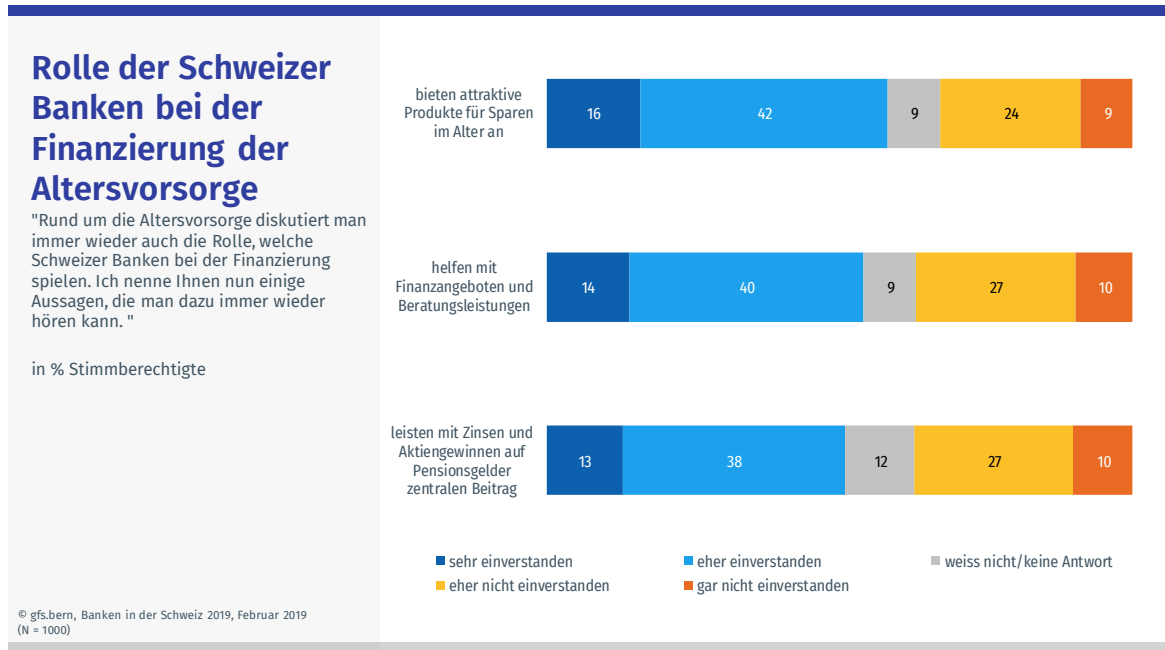
Alle drei möglichen Reformvorschläge finden auch in allen Lagern der grössten Parteien mehrheitlich Anklang, wobei mehr Eigenverantwortung bei FDP- und SVP-Sympathisierenden, höhere AHV-Beiträge hingegen bei GPS- und SP-Sympathisierenden stärker gefordert werden. Die lateinische Schweiz ist hinsichtlich höherer AHV-Beiträge kritischer als die Deutschschweiz. Weiter ist über ein Drittel der Personen aus Haushalten mit den tiefsten Einkommen gegen höhere Pensionskassen-Beiträge.

Finanzieller Verzicht oder eine Erhöhung des Renteneintrittsalters auf 67 Jahre haben im Vergleich zu den anderen Vorschlägen einen schweren Stand. Für einen Verzicht könnte sich eine (knappe) Mehrheit der ab 65-Jährigen sowie die Sympathisierenden von GPS und SVP erwärmen. Ein höheres Rentenalter ist bei den befragten GPS-, FDP- und SVP-Sympathisierenden knapp mehrheitsfähig, wird aber von der Anhängerschaft der SP sowie in der italienischsprachigen Schweiz klar verworfen. Allerdings wächst die Zustimmung im Zeitvergleich leicht an: 2014 sprachen sich erst 34 Prozent für eine Erhöhung des Rentenalters aus.<sup>3</sup>

Eine solche Einschätzung möglicher Reformvorhaben sind so seit über 10 Jahren zu beobachten, wenn auch eine Erhöhung des Rentenalters in der Vergangenheit sichtbar mehr Ablehnung erhalten hat.

<sup>3</sup> Altersvorsorgemonitor 2014, gfs.bern, im Auftrag des Schweizerischen Versicherungsverbands - <https://www.gfs-bern.ch/de-ch/Detail/altersvorsorgemonitor-2014>

Grafik 30



Ebenfalls einen mehrheitlich akzeptierten Beitrag zur Altersvorsorge leisten in der Wahrnehmung der Schweizer Stimmberechtigten auch die Schweizer Banken, sei dies in Form attraktiver Produkte zum Sparen im Alter, mit Beratungsleistungen, aber auch als dritter Beitragszahler in Form von Zinsen und Aktiengewinnen. Mit allen drei Beiträgen sind die Befragten knapp mehrheitlich einverstanden.

Wer insgesamt den Banken gegenüber positiver eingestellt ist, spricht ihnen auch die genannten Rollen überdurchschnittlich oft zu.

Gegenüber den anderen Parteilagern sind auch die SVP-Sympathisierenden jeweils stärker der Meinung, dass die Banken eine Rolle spielen sollen. Bezüglich der attraktiven Sparangebote sind es überdurchschnittlich Personen im mittleren bis leicht unterdurchschnittlichen Einkommenssegment, welche ein Engagement der Banken befürworten.



## 3 Anhang

Der vorliegende Bericht zeigt die Resultate der Meinungsumfrage 2019 zu den Banken in der Schweiz, die im Auftrag der Schweizerischen Bankiervereinigung (SBVg) seit 2002 erhoben wird. Neben der Wahrnehmung des Images der Schweizer Banken und der Meinungsbildung rund um den Finanzplatz steht 2019 auch das Schwerpunktthema Altersvorsorge im Zentrum.

Die Studie wurde 2019 erstmals durch das Forschungsinstitut gfs.bern durchgeführt. In diesem Rahmen wurden Fragebogenformulierungen, Befragungsmethode sowie statistische Auswertungsverfahren modernisiert.

### 3.1 Befragungskonzept und Methode

Die Ergebnisse des Bankenmonitors 2019 basieren auf einer repräsentativen Befragung von 1'000 Stimmberechtigten aus der gesamten Schweiz. Die Befragung wurde zwischen dem 9. und dem 29. Januar 2019 mittels computerunterstützten Telefoninterviews (CATI) durchgeführt. Befragt wurde mittels eines Random Digit Dialing (RDD)/Dual-Frame-Verfahrens via Festnetz und Handy. Über die technischen Eckwerte der nationalen Umfrage orientiert die nachstehende Übersicht:

Tabelle 1: Methodische Details

<b>Auftraggeber</b>	Schweizerische Bankervereinigung SBVg
<b>Grundgesamtheit</b>	Stimmberechtigte
<b>Befragungsgebiet</b>	gesamte Schweiz
<b>Herkunft der Adressen</b>	Stichprobenplan Gabler/Häder für RDD/Dual-Frame; Verwendung der Swiss-Interview-Liste
<b>Datenerhebung</b>	telefonisch, computergestützt (CATI)
<b>Stichprobengrösse</b>	Total Befragte N = 1000 n DCH = 700, n FCH = 240, n ICH = 60
<b>Art der Stichprobenziehung</b>	Random-Quota; Geburtstagsmethode im Haushalt
<b>Befragungszeitraum</b>	9. bis 29. Januar 2019
<b>Stichprobenfehler</b>	±3.1 Prozent bei 50/50 und 95-prozentiger Wahrscheinlichkeit
<b>Quotenmerkmale</b>	Alter/Geschlecht interlocked, Festnetz/Handy
<b>Gewichtung</b>	Dual-Frame-Gewichtung, Designgewichtung nach Sprachregion, zusätzliches Redressement entlang von Alter/Geschlecht, Parteibindung und Bildung

©gfs.bern, Bankenmonitor, März 2019

Zur Angabe des Stichprobenfehlers in der obigen Tabelle: Einerseits setzt man bei der Umfrageforschung zumeist auf ein Sicherheitsmass von 95 Prozent; das heisst man akzeptiert eine Irrtumswahrscheinlichkeit von 5 Prozent, dass der nachgewiesene statistische Zusammenhang so in der Bevölkerung nicht vorhanden ist. Andererseits unterliegen statistische Aussagen einem Stichprobenfehler, welcher von der Grösse der Stichprobe und der Basisverteilung der Variable in der Bevölkerung abhängt, wobei der Fehler kleiner wird, je grösser die Stichprobe ist.

Tabelle 2: Stichprobenfehler

Ausgewählte statistische Stichprobenfehler nach Stichprobengrösse und Basisverteilung		
Stichprobengrösse	Fehlerquote Basisverteilung	
	50% zu 50%	20% zu 80%
N = 1'000	±3.2 Prozentpunkte	±2.5 Prozentpunkte
N = 600	±4.1 Prozentpunkte	±3.3 Prozentpunkte
N = 100	±10.0 Prozentpunkte	±8.1 Prozentpunkte
N = 50	±14.0 Prozentpunkte	±11.5 Prozentpunkte

Lesebeispiel: Bei rund 1'000 Befragten und einem ausgewiesenen Wert von 50 Prozent liegt der effektive Wert zwischen 50 Prozent ±3.2 Prozentpunkte, bei einem Basiswert von 20 Prozent zwischen 20 Prozent ±2.5 Prozentpunkte.

©gfs.bern

Der Stichprobenfehler ist auf dieser Basis eine wichtige Masszahl für die Irrtumswahrscheinlichkeit und Irrtumsgrösse einer getroffenen statistischen Aussage.

## 3.2 gfs.bern-Team

---

### URS BIERI

Co-Leiter und Mitglied des Verwaltungsrats gfs.bern, Politik- und Medienwissenschaftler, Executive MBA FH in strategischem Management, Dozent an der Kalaidos Fachhochschule und der ZHAW

✉ [urs.bieri@gfsbern.ch](mailto:urs.bieri@gfsbern.ch)



Schwerpunkte:

Themen- und Issue-Monitoring, Image- und Reputationsanalysen, Risikotechnologien, Abstimmungsanalysen, Kampagnenvorbereitung und -begleitung, Integrierte Kommunikationsanalysen, Qualitative Methoden

Publikationen in Sammelbänden, Fachmagazinen, Tagespresse und im Internet

---

### PETRA HUTH

Projektleiterin, Politikwissenschaftlerin und Ökonomin

✉ [petra.huth@gfsbern.ch](mailto:petra.huth@gfsbern.ch)



Schwerpunkte:

Politische Ökonomie, Wirtschafts- und Sozialpolitik, Themen- und Issue-Monitoring, Abstimmungsanalysen, Kampagnenvorbereitung, Qualitative Methoden, Politische Bildung, Fact Scouting und Kontext- und Benchmarkanalysen

---

### JONAS PHILIPPE KOCHER

Projektleiter, Politikwissenschaftler

✉ [jonas.kocher@gfsbern.ch](mailto:jonas.kocher@gfsbern.ch)



Schwerpunkte:

Analyse politischer Themen und Issues, Abstimmungen und Wahlen, Kampagnenvorbereitung und -begleitung, Gesellschaftsthemen, Integrierte Kommunikationsanalysen, Medieninhaltsanalysen, Hochrechnungen, Feldaufträge

---



### ALEXANDER FRIND

Projektleiter, Politikwissenschaftler

✉ [alexander.frind@gfsbern.ch](mailto:alexander.frind@gfsbern.ch)

Schwerpunkte:

Analyse politischer Themen und Issues, Abstimmungen und Wahlen, Gesellschaftsthemen, Medieninhaltsanalysen, Qualitative Methoden

---



### KATRIN WATTENHOFER

Projektassistentin, Politikwissenschaftlerin

✉ [katrin.wattenhofer@gfsbern.ch](mailto:katrin.wattenhofer@gfsbern.ch)

Schwerpunkte:

Datenanalyse, Programmierungen, Qualitative Methoden, Recherchen, Medienanalysen, Visualisierungen

---



### JOSÉ KRESS

Projektassistent, Soziologe

✉ [jose.kress@gfsbern.ch](mailto:jose.kress@gfsbern.ch)

Schwerpunkte:

Programmierung und Auswertung quantitative Projekte, Modellierungen, Visualisierungen, qualitative Datenanalyse, Lektorate

---



### LAURA SALATHE

Projektassistentin, Politikwissenschaftlerin

✉ [laura.salathe@gfsbern.ch](mailto:laura.salathe@gfsbern.ch)

Schwerpunkte:

Datenanalyse, Programmierungen, Qualitative Methoden, Recherchen, Medienanalysen, Visualisierungen

---



## **NOAH HERZOG**

Sekretariat und Administration, Kaufmann EFZ

✉ [noah.herzog@gfsbern.ch](mailto:noah.herzog@gfsbern.ch)

Schwerpunkte:

Desktop-Publishing, Visualisierungen, Projektadministration,  
Vortragsadministration

---

gfs.bern ag  
Effingerstrasse 14  
Postfach  
CH – 3001 Bern  
+41 31 311 08 06  
info@gfsbern.ch  
www.gfsbern.ch

Das Forschungsinstitut gfs.bern ist Mitglied des Verbands Schweizer Markt- und Sozialforschung und garantiert, dass keine Interviews mit offenen oder verdeckten Werbe-, Verkaufs- oder Bestellabsichten durchgeführt werden.

Mehr Infos unter [www.schweizermarktforschung.ch](http://www.schweizermarktforschung.ch)



**SCHWEIZER  
MARKTFORSCHUNG**

**Kein Verkauf - Wissenschaftlich - Anonym**

**gfs.bern**  
Menschen. Meinungen. Märkte.