

SEPA-Umstellung: Fast jeder zweite Deutsche erwartet Probleme

Fast jeder zweite Bundesbürger (47 Prozent) erwartet Probleme bei der Umstellung der Kontoverbindung zum internationalen SEPA-System. Ebenfalls fast die Hälfte der Deutschen (49 Prozent) fühlt sich nicht ausreichend über SEPA und die Folgen für Verbraucher und Unternehmen informiert.

Fast jeder zweite Bundesbürger (47 Prozent) erwartet Probleme bei der Umstellung der Kontoverbindung zum internationalen SEPA-System. Ebenfalls fast die Hälfte der Deutschen (49 Prozent) fühlt sich nicht ausreichend über SEPA und die Folgen für Verbraucher und Unternehmen informiert. Dies sind die Ergebnisse einer aktuellen Studie des Kölner Marktforschungs- und Beratungsinstituts YouGov, für die 1.000 Personen vom 16.10. bis 18.10.2013 repräsentativ befragt wurden.

Wie die Studienergebnisse zeigen, sehen die Verbraucher neben ihrem mangelnden Kenntnisstand und der allgemeinen Verunsicherung beim Thema SEPA zusätzlich auch Gefahren für die deutsche Wirtschaft: So befürchtet fast jeder Sechste (18 Prozent), dass nicht alle Unternehmen ausreichend vorbereitet sind. Unter der deutschen Bevölkerung selbst ist fast jeder Achte (12 Prozent) nicht ausreichend auf den Wechsel eingestellt. Auch die Bundesbank gab am vergangenen Donnerstag bekannt, dass viele Unternehmen in Deutschland noch nicht auf das neue System umgestellt haben. Sie dürfen bei nicht rechtzeitiger Umstellung von Februar 2014 an kein Geld mehr von ihren Kunden einziehen.

Zeitpunkt der Umstellung bei vielen unbekannt

Große Unwissenheit herrscht unter den Befragten auch bei dem genauen Zeitpunkt der Umstellung, denn die Mehrheit (65 Prozent) kann dafür kein Datum nennen. Lediglich 12 Prozent wissen das konkrete Datum (01.02.2014), an dem SEPA für Unternehmen und Vereine verbindlich wird. 23 Prozent nennen ein falsches Datum.

Obwohl die Banken offenbar schon maßgeblich zur Aufklärung beigetragen haben, sind noch nicht alle Hausaufgaben gemacht. Auf die Frage, wer nach Meinung der Befragten noch besser über SEPA informieren sollte, nennen drei von fünf Befragten ihre Hausbank. Aber auch die Medien sollten aus Sicht von 56 Prozent der Deutschen noch besser informieren. Eine noch bessere Informationsarbeit der Bundesregierung (24 Prozent) und der Verbraucherzentralen (21 Prozent) wünschen sich hingegen deutlich weniger.

„Die Skepsis gegenüber einer problemlosen SEPA-Einführung rührt vor allem aus einem Misstrauen gegenüber den Anstrengungen bei Unternehmen und Banken“, weiß Guido Kiell, Head of Financial Research bei YouGov. „Vor dem Hintergrund der durch die Verbraucher zum Ausdruck gebrachten Informationsdefizite, muss man derzeit von einer psychologischen Kontrollillusion beim Verbraucher sprechen. Man weiß zwar nicht genau worum es geht, wird aber beizeiten schon alles im Griff haben“, so Kiell weiter.

Vom 1. Februar 2014 an dürfen Kreditinstitute Überweisungen und Lastschriften von Unternehmen und Vereinen nur im SEPA-Format (Single Euro Payment Area) bearbeiten. Hierbei kommen künftig die internationale Bankkontonummer (IBAN) und die internationale Bankleitzahl (BIC) statt der gewohnten deutschen Kontonummer und Bankleitzahl zum Einsatz.

Pressekontakt:

Nikolas Buckstegen
- Manager PR -
Telefon: 0221 / 420 61 - 444
E-Mail: presse@yougov.de

Kontakt zur Studienleitung:

Guido Kiell
- Head of Business Unit Financial Research -
Telefon: 0221 / 420 61 - 313
E-Mail: guido.kiell@yougov.de

Unternehmen:

YouGov Deutschland AG
Gustav - Heinemann - Ufer 72
50968 Köln

Internet: www.yougov.de

Über YouGov Deutschland AG:

YouGov ist ein börsennotiertes Marktforschungsinstitut und einer der Pioniere im Einsatz von Online-Erhebungen zur Bereitstellung hochwertiger Daten in den Feldern Markt- und Sozialforschung. Neben dem Hauptsitz in London umfasst die weltweite YouGov-Gruppe u.a. Standorte in den USA, Skandinavien, Deutschland und dem Nahen Osten. YouGov ist ausgewiesener Spezialist für die Erforschung der Finanzdienstleistungs- und Versicherungsmärkte. Zahlreiche Unternehmen vertrauen seit vielen Jahren auf unsere Leistungen und unsere Erfahrung. YouGov liefert die relevanten Informationen rund um Marken, Produkte, Zielgruppen und Servicequalität und damit hochwertiges Entscheidungswissen für die Strategieentwicklung und die Optimierung von Marketing und Vertrieb. Individuelle Ad-Hoc-Studien werden ergänzt durch zahlreiche, zum Teil langjährige Monitorings im Privat- und Gewerbekundenmarkt, Image- und Werbetrackings, Vertriebspartner-befragungen und kontinuierliche Studien zu Produktinnovationen. Wir verzahnen unsere fundierten wirtschaftspsychologischen Analysen zudem mit onlinebasiertem Realtime Research für tägliche Informationen „in Echtzeit“.

Weitere Informationen finden Sie unter www.research.yougov.de

