



Düsseldorf, den 04. Oktober 2010

**ARAG Allgemeine
Rechtsschutz-
Versicherung-AG**
ARAG Platz 1
40472 Düsseldorf

**Klaus Heiermann
Leiter Hauptabteilung
Konzernkommunikation/Marketing**

Telefon: +49 (0) 211 9 63-22 19
Fax: +49 (0) 211 9 63-22 20
klaus.heiermann@ARAG.de
www.ARAG.de

ARAG Vertrauensmonitor 2010: Deutsche vertrauen nur der eigenen Familie

- **Nicht einmal jeder Fünfte vertraut seinem Nachbarn**
- **Hohe Glaubwürdigkeit der Medien**
- **Familienunternehmen schneiden besser ab als andere Unternehmen**

Die Deutschen vertrauen fast nur ihren unmittelbaren Familienangehörigen. Das geht aus der neuesten repräsentativen Umfrage der ARAG in Zusammenarbeit mit dem renommierten Meinungsforschungsinstitut Emnid hervor. Der aktuelle Vertrauensmonitor des Düsseldorfer Versicherers zeigt: Nach den engsten Familienangehörigen (84 Prozent), dem Partner (75,1 Prozent) und den eigenen Freunden (67,0 Prozent) endet das Vertrauen der Deutschen sehr abrupt. Dem unmittelbaren Nachbarn vertrauen dann auch nur noch 19 Prozent der Deutschen; Kollegen, Arbeitgeber und Behörden liegen noch weit dahinter. Im Durchschnitt vertrauen die Deutschen einem Unbekannten eher als Großkonzernen oder der Politik.

Beim Thema Vertrauen steht bei den Deutschen die Familie hoch im Kurs. Im erstmals durchgeführten ARAG Vertrauensmonitor gibt es keine andere Institution, die es mit der Familie aufnehmen kann. Das ist gut so und wenig überraschend. Interessant sind aber die Abstufungen innerhalb der Familie: Zwar vertrauen Männer und Frauen dem eigenen Partner fast so sehr wie den unmittelbaren Familienangehörigen, trotzdem gibt es eine auffällige Abweichung. Bei Männern ist das Vertrauen gegenüber Familie

Aufsichtsratsvorsitzender:
Gerd Peskes
Vorstand:
Dr. Paul-Otto Faßbender (Vors.),
Dr. Johannes Kathan, Werner Nicoll,
Hanno Petersen, Dr. Joerg Schwarze
Sitz und Registergericht:
Düsseldorf, HRB 1371
USt-ID-Nr.: DE 119 355 995

und Partnern eher gleich verteilt. Die befragten Männer vertrauten der Familie durchschnittlich zu 81,1 Prozent und der Partnerin/dem Partner zu 78,5 Prozent; es ergibt sich eine minimale Differenz von 2,6 Prozentpunkten. Bei den befragten Frauen ergibt sich ein ganz anderes Bild; sie vertrauen zu 86,7 Prozent der Familie und zu 72 Prozent dem Partner. Somit liegt das Vertrauen der Frauen in den Partner 14,7 Prozent unter dem Familien-Wert.

Nach dem hohen Vertrauen in Familie und Freunde fällt der Vertrauensbonus, den die Deutschen für ihre Umwelt bereithalten, drastisch ab. Kollegen (14,3 Prozent), dem Arbeitgeber (8,3 Prozent) und Behörden (3,2 Prozent) bringt jeweils nur noch eine kleine Minderheit ein gerüttelt Maß an Vertrauen entgegen.

Eng mit dem Begriff Vertrauen verknüpft ist die Glaubwürdigkeit von Aussagen und Ratschlägen. Wie zu erwarten sind auch die Ratschläge von Familienangehörigen am glaubwürdigsten. Immerhin 91,4 Prozent aller Befragten finden diese sehr glaubwürdig oder zumindest einigermaßen glaubwürdig. Mit 88,8 Prozent wird dem Ratschlag von Freunden und Bekannten immer noch erheblich mehr Vertrauen entgegengebracht als dem Ratschlag des eigenen Rechtsanwaltes (70,6 Prozent).

Eine hohe Meinung im Vergleich zu anderen Institutionen haben die Deutschen von den Medien: 58 Prozent halten Nachrichten in Zeitungen für glaubwürdig. Sogar 63,4 Prozent der Befragten beziehen dies auf TV-Nachrichten. Das Internet kann da noch nicht mithalten: 40,6 Prozent der Deutschen finden Nachrichten im Internet glaubwürdig.

Nach der Wirtschaftskrise verwundert es nicht, dass die Glaubwürdigkeit von Aussagen der Unternehmen allgemein mit 21,1 Prozent eher gering eingeschätzt wird. Die Aussagen von internationalen Konzernen fanden die Befragten mit gerade einmal 15,3 Prozent noch weniger glaubwürdig; eine einzige Ausnahme bildeten bei der Befragung zur Glaubwürdigkeit die Familienunternehmen, deren Aussagen man nach Meinung von 54,9

Prozent der Befragten vertrauen kann. Bei der allgemeinen Vertrauenswürdigkeit schneidet die Wirtschaft sehr schlecht ab. Nur 1,3 Prozent der Deutschen schenken der Wirtschaft Vertrauen. Dabei variieren die Werte erheblich. Während so genannte Großkonzerne mit 0,5 Prozent Vertrauenswürdigkeit in der Bevölkerung ganz am Ende der Skala liegen, kommen Familienunternehmen noch auf 8,8 Prozent.

58,9 Prozent der Befragten glauben aber auch die Ursache für ihr Misstrauen zu kennen. Sie gehen davon aus, dass oftmals lediglich Missverständnisse für Misstrauen verantwortlich sind. Immerhin ein Ansatz für eine (selbst-)kritische Auseinandersetzung mit dem Thema.

ARAG Vertrauensmonitor

Im Rahmen ihrer allgemeinen Markt- und Gesellschaftsforschung führt die ARAG Allgemeine Rechtsschutz-Versicherungs-AG in Zusammenarbeit mit TNS Emnid regelmäßig repräsentative Umfragen durch. Die Umfrage „ARAG Deutschland Trend“ findet dabei jeweils im Frühjahr und im Herbst statt. 2010 legt die ARAG erstmals ihren ARAG Vertrauensmonitor vor. Die ARAG, als größtes Familienunternehmen in der deutschen Assekuranz, bietet mit ihren Produkten wichtige Unterstützung zur individuellen Absicherung und Risikominimierung.

Der **ARAG Konzern** ist der international anerkannte unabhängige Partner für Recht und Schutz. Die ARAG ist das größte Familienunternehmen in der deutschen Assekuranz. Mit mehr als 3.300 Mitarbeitern erwirtschaftet der Konzern ein Umsatz- und Beitragsvolumen von knapp 1,4 Milliarden €. Außerhalb Deutschlands ist die ARAG in weiteren zwölf europäischen Ländern und den USA für ihre Kunden aktiv. Auf dem US-amerikanischen Rechtsschutzmarkt nimmt die ARAG heute eine Spitzenposition ein. Darüber hinaus ist der Konzern in Spanien und Italien mit seinen Rechtsschutzprodukten Marktführer.