

MSR-Marktstudie

Vergessen Bausparkassen ihre Kunden?

Ein Viertel früherer Bausparer kann sich vorstellen, wieder einen Vertrag bei der ehemaligen Bausparkasse abzuschließen. Zu diesem Ergebnis kommt die aktuelle Marktstudie Kubus Bausparen von MSR Consulting aus Köln, zu der deutschlandweit rund 7 000 Bausparer und Nicht-Bausparer telefonisch befragt wurden. Angesichts rückläufiger Vertragszahlen schlummert hier ein erhebliches Potenzial in den Kundendatenbanken der Bausparinstitute.

Aus Vertriebsicht werde häufig übersehen, dass die ehemaligen Bausparer durchaus offen für neue Verträge sind. Mit bedarfsgerechten Konzepten wie zum Beispiel Renovierungsdarlehen stoßen die Anbieter auf offene Ohren. Bereits durch die Arbeit mit ihren eigenen Kundendaten könnten

die Bausparkassen im Wettbewerb um Abschlüsse punkten, da ehemalige Bausparer relativ treu sind. Nur 15 Prozent der früheren Bausparer denken daran, abzuwandern und gegebenenfalls bei einem anderen Anbieter zu unterschreiben.

Ein weiteres Ergebnis der Marktstudie ist, dass fast jeder fünfte aktuelle Nicht-Bausparer sich vorstellen kann, zu einem späteren Termin einen Vertrag abzuschließen. Die Bauspar-Affinen sind mit durchschnittlich 32 Jahren jung und das Haushalts-Netto-Einkommen dementsprechend (noch) relativ niedrig. Doch immerhin ein Viertel hat bereits über 2 000 Euro zur Verfügung. Die Hälfte der Bauspar-Affinen hat Abitur oder einen Hochschulabschluss. Sie leben überwiegend in Mehrpersonenhaushalten zur Miete und sind meist (noch) nicht ver-

heiratet. Fast 60 Prozent der Affinen geben an, sich bisher gegen einen Bausparvertrag entschieden zu haben, weil sie das Geld anderweitig benötigten. Nur 37 Prozent von ihnen nutzen bisher andere Sparformen, wobei dieser Anteil mit zunehmendem Alter steigt. Aus Vertriebsicht heißt das für die Bausparkassen, geeignete Einstiegskonzepte für junge Zielgruppen anzubieten. Bei steigenden Bausparsummen ist es umso interessanter für die Anbieter, die Kunden von morgen stärker ins Visier zu nehmen – und früh zu binden.

Und die eigenen Kunden erleichtern den Vertrieb zusätzlich, denn für 23 Prozent der Neu-Bausparer hat die Empfehlung von Freunden, Verwandten und Bekannten bei der Entscheidung eine große Rolle gespielt.