

## Neukundengewinnung: Konditionen wichtig, aber nicht alles

Zumindest für die heute Erwachsenen waren die Sparkassen klassische „Einsteigerbanken“ für das erste Konto. Das geht aus einer repräsentativen Kundenstudie zum Themengebiet „Neukunden und Kontoeröffnung“ bei Banken hervor, die das Hamburger Marktforschungsunternehmen Splendid Research im Januar dieses Jahres im Auftrag der Gesellschaft für Qualitätsentwicklung in der Finanzberatung (QIDF) mbH, Stuttgart, durchgeführt hat.

Mehr als die Hälfte der 1 013 repräsentativ ausgewählten Befragten zwischen 18 und 70 Jahren hatte demnach das erste Konto bei einer Sparkasse. 18 Prozent nannten die Volks- und Raiffeisenbanken als erste Bank. Nur insgesamt 2,3 Prozent der Befragten sind mit einem Konto bei den Direktbanken Comdirect oder ING-Diba gestartet.

Die Umfrage belegt aber auch einmal mehr den Kundenschwund nach Eintritt ins Berufsleben. Denn nur 39 Prozent der Befragten gaben an, ihr Konto aktuell bei einer Sparkasse zu haben. Damit liegen die Sparkassen aber noch deutlich vor den

Volks- und Raiffeisenbanken mit 14,5 Prozent (bei denen jedoch offenbar auch die Marktanteilsverluste unter den jungen Erwachsenen geringer ausfallen). Bei der Postbank haben 8,2 Prozent der Befragten ihr Hauptkonto. Rund elf Prozent haben ihr Hauptkonto hingegen bei den drei Direktbanken ING-Diba, DKB und Comdirect eingerichtet.

### Girokontoeröffnung oft ein Grund für Terminvereinbarung

Ein Großteil der Bankkunden bleibt ihrem Institut erstaunlich treu: So haben rund 37 Prozent der Befragten noch nie die Bank gewechselt. Rund jeder Dritte hat immerhin einmal seinem Geldinstitut den Rücken gekehrt. Ein Viertel der Umfrageteilnehmer zeigt sich deutlich wechselfreudiger und hat schon zwei- bis dreimal eine neue Hausbank gesucht, weitere sechs Prozent sogar mindestens viermal.

Als Grund für die Terminvereinbarung bei einer neuen Bank nennen knapp 61 Prozent der Befragten bessere Preise, Zinsen

und Konditionen. Eine Girokontoeröffnung ist für 44,8 Prozent der Befragten ein Grund für einen Termin bei einer neuen Hausbank. 21 Prozent würden sich eine umfassende Beratung wünschen, knapp 20 Prozent eine Beratung zum Thema Geldanlage. Eine Finanzierungsberatung geben 16 Prozent als Motiv für eine Terminvereinbarung an, knapp elf Prozent würden dies tun, um sich in Sachen Altersvorsorge beraten zu lassen. Die Analyse bestehender Versicherungen ist für rund sieben Prozent der Befragten ein Anlass für einen Termin bei einer neuen Bank, eine Versicherungsberatung nannten sechs Prozent als Motiv.

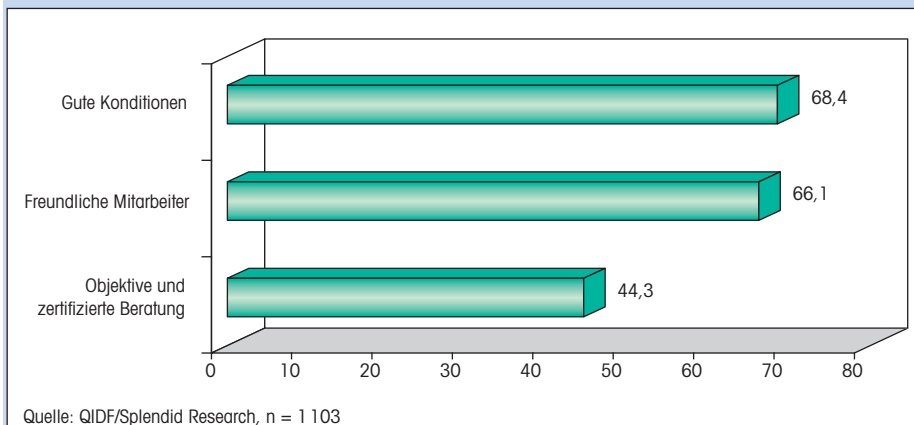
### Kontoeröffnung etwa hälftig online und in der Filiale

Ausschlaggebend bei der Entscheidung für die aktuelle Hausbank war für 38 Prozent der Kunden das kostenlose Girokonto. Für 36 Prozent war ein gutes Online-Banking-Angebots entscheidend. Doch auch die fußläufige Erreichbarkeit der nächsten Filiale ist noch für rund jeden Dritten der ausschlaggebende Faktor.

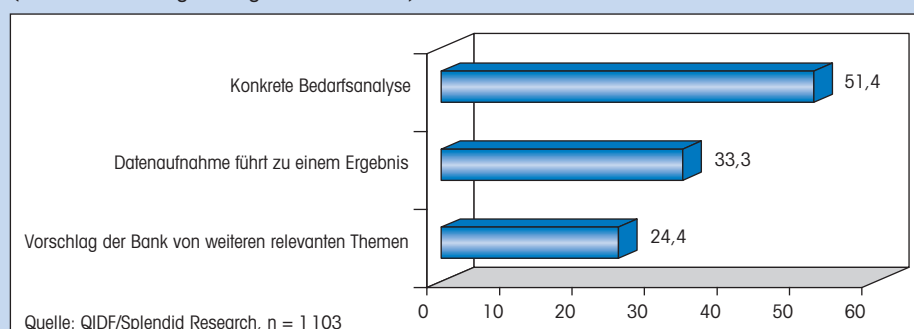
Bei der Art der Kontoeröffnung sprechen sich in etwa gleich viele Befragte für die Varianten „Filiale“ oder „online“ aus: 43,2 Prozent der Befragten würden ihr Konto in einer Filiale eröffnen, 43,6 Prozent würden den Vorgang online abwickeln.

Der persönliche Kontakt wird von vielen Bankkunden – auch in Zeiten von Online-Banking – geschätzt. So gab knapp die Hälfte der Befragten an, dass sie sich den Wechsel zu einer Filialbank vorstellen können, weil die Klärung ihrer Anliegen dort sofort möglich sei.

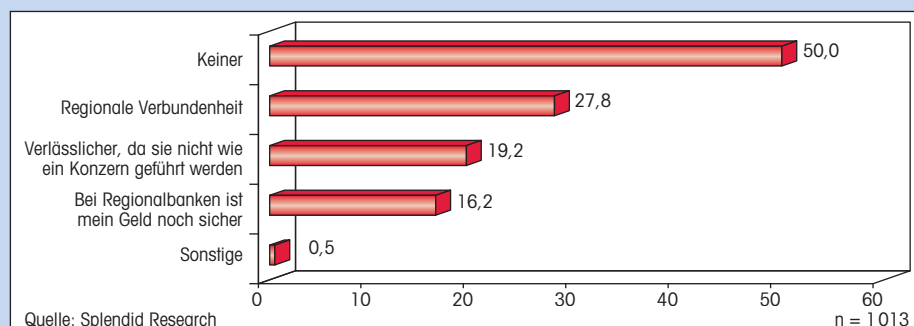
**Abbildung 1: Hauptgründe für die Weiterempfehlung einer Bank aus Kundensicht**  
(Mehrfachnennungen, Angaben in Prozent)



**Abbildung 2: Die Top-3-Kriterien für ein gutes Beratungsgespräch aus Kundensicht**  
(Mehrfachnennungen, Angaben in Prozent)



**Abbildung 3: Gründe, die Verbraucher zum Wechsel zu einer Regionalbank bewegen könnte**  
(Mehrfachnennungen möglich, Angaben in Prozent)



Rund 37 Prozent der Umfrageteilnehmer finden den Gang zur Filiale praktischer als die Online-Abwicklung von Bankgeschäften. Rund ein weiteres Drittel gibt den persönlichen Kontakt als Grund für einen Wechsel zu einem Filialinstitut an. Rund jeder Vierte kann sich zudem für wichtige Beratungsthemen wie Altersvorsorge und Baufinanzierung keine Online-Beratung vorstellen.

Für rund die Hälfte der Befragten gibt es keinen speziellen Grund, das Konto bei einer Regionalbank zu führen. Umgekehrt entscheiden sich viele Befragte aus verschiedenen Gründen bewusst für solche Geldinstitute: Für knapp 28 Prozent der Befragten spielen sie eine Rolle, weil sie die

regionale Verbundenheit des Geldinstituts schätzen. Knapp 20 Prozent der Befragten meinen zudem, dass sie verlässlicher sind, da sie nicht wie ein Konzern geführt werden. Und rund 16 Prozent meinen, dass ihr Geld bei diesen Instituten noch sicher ist.

#### Beratungsgespräche kurz halten

Ein erstes ideales Beratungsgespräch darf nach Einschätzung rund der Hälfte der Befragten bis zu 30 Minuten dauern. 39 Prozent räumen der Bank bis zu 60 Minuten ein. Längere Termine sind also nur bei einer Minderheit gern gesehen. Auf den Faktor „Gesprächszeit“ zu achten, ist also für Banken sehr sinnvoll.

Generell steht die Bedarfserfüllung bei Beratungsterminen im Vordergrund: 64 Prozent wollen relevante Themen besprechen. Als gute Beratung empfinden es sieben von zehn Umfrageteilnehmern, wenn ihre Erwartungen erfüllt wurden. Rund die Hälfte versteht darunter, dass jeder Bedarf konkret und gut verständlich besprochen wurde. Jeder Dritte empfindet das Gespräch als positiv, wenn eine umfassende Datenaufnahme auch zu einem konkreten Ergebnis führt. Bei einem ersten Beratungsgespräch erwarten sogar 46,5 Prozent konkrete Empfehlungen und Preise.

#### Weiterempfehlung vor allem bei guten Konditionen

Mit dem Ansprechen von Themen, die der Kunde selbst nicht zum Gegenstand des Gesprächs gemacht hat, sollten Berater hingegen behutsam umgehen. Rund ein Viertel der Befragten wertet das zwar positiv. Nicht zuletzt mit Blick auf die Dauer des Gesprächs wird ein solches Vorgehen aber längst nicht bei jedem Kunden gut ankommen.

Mit Blick auf die Mund-zu-Mund-Propaganda gilt: Mag eine Bank oder Sparkasse noch so sehr mit der Beratung punkten – für die Weiterempfehlungsabsicht zählen an erster Stelle doch gute Konditionen (68 Prozent), gefolgt von freundlichen Mitarbeitern (66 Prozent). Eine objektive und zertifizierte Beratung ist hingegen unter den Gründen für eine Weiterempfehlung mit nur 44 Prozent der Nennungen deutlich abgeschlagen. Immerhin rund 31 Prozent tendieren zu einer Empfehlung, wenn viele Geschäfte online abgeschlossen werden können. **Red.**