

Privatkundengeschäft

Digitale Services besser kommunizieren

Privatkunden in Deutschland fühlen sich bei ihren Sparkassen und Banken überwiegend gut aufgehoben. Das geht aus einer Umfrage der Star Finanz unter rund 15.000 Online-Banking-Kunden hervor. Fast 40 Prozent der Befragten haben demnach zwar bei drei bis fünf Kreditinstituten Konten. 84 Prozent fühlen sich jedoch von ihrer Bank oder Sparkasse gut bis sehr gut betreut. Und 85 Prozent denken nicht über einen Wechsel nach.

Aus der Stichprobe ergeben sich dabei gewisse Einschränkungen hinsichtlich der Aussagekraft. Denn die im Juli und August dieses Jahres durchgeführte Umfrage beschränkte sich auf die Kunden der Online-Banking-Software Star Money. Ein Großteil der Teilnehmer ist deshalb 50 Jahre oder älter. Im Speziellen sind Nutzer der Software häufig Angestellte oder Rentner und Pensionäre. Dieser spezielle Zuschnitt der Zielgruppe erklärt vielleicht die vergleichsweise geringe Wechselbereitschaft, die in vielen Studien in den älteren Kundengruppen abnimmt. Und er könnte auch eine Ursache dafür sein, dass für viele der Probanden die Filiale ein fester Bestandteil ihres Bankings bleibt, obgleich alle Befragten das Online-Banking nutzen. Rund 33 Prozent geben an, im letzten Monat mindestens einmal in einer Filiale gewesen zu sein. Weitere 20 Prozent sagen, zuletzt vor ein bis drei Monaten eine solche besucht zu haben. Auch diese Zahlen wären in einer repräsentativen Stichprobe vielleicht anders ausgefallen. Mehr als jeder Fünfte (22 Prozent) war jedoch auch dieser Umfrage zufolge seit mehr als einem Jahr in keiner Filiale einer Sparkasse oder Bank mehr.

Selbst die hohe Zufriedenheit mit den digitalen Angeboten hängt möglicherweise mit dem vergleichsweise hohen Durchschnittsalter der Befragten zusammen. Bei einem

höheren Anteil von „Digital Natives“ (die vermutlich gar keine Online-Banking-Software mehr nutzen), hätten die Zahlen vielleicht nicht ganz so positiv ausgesehen. Denn von den Befragten empfanden 85 Prozent die digitalen Angebote ihrer Bank als passend. Sie haben hier noch nie einen Grund zum Wechseln gesehen. 35 Prozent geben an, dass die digitalen Angebote ihrem persönlichen Bedarf sehr gut entsprechen, weitere 51 Prozent finden die Apps sowie Online-Banking-Plattformen und Software-Lösungen ihrer Sparkasse beziehungsweise Bank eher gut. Der Anteil der Unzufriedenen ist mit rund 14 Prozent gering.

Vorgenommene Verbesserungen bei den digitalen Angeboten kommen bei den Kunden jedoch offenbar nur bedingt an.

■ 39 Prozent der Studienteilnehmer haben nicht das Gefühl, dass ihre Bank ihre digitalen Produkte in den letzten sechs Monaten verbessert hat.

■ Rund ein Drittel hat Verbesserungen wahrgenommen.

Bei der Kommunikation digitaler Services hat die Branche somit offenbar noch Verbesserungspotenzial. Denn wenn sich nur 42 Prozent der Befragten gut bis sehr gut darüber informiert fühlen, während 33 Prozent ihren Informationsstand nur als ausreichend empfinden und 25 Prozent sich als wenig bis überhaupt nicht informiert ansehen, dann sind hier noch Defizite zu verzeichnen. Mit noch mehr Kommunikation zum Thema ließe sich somit vielleicht auch die Wahrnehmung von Verbesserungen bei den digitalen Services steigern. Und dabei ist es sicher ratsam, gerade das Segment „50 plus“ besonders in den Fokus zu nehmen. **Red.**