

Preispolitik

Gebührenfreies Girokonto: Grunderwartung oder noch Differenzierungsmerkmal?

Von Michael Becky ■ In einer Zeit, in der der bargeldlose Zahlungsverkehr weiter zunimmt, besteht kein Zweifel daran, dass jeder für die Teilnahme am wirtschaftlichen Leben ein Girokonto benötigt. Nach Angaben der Bundesbank tätigt ein erwachsener Deutscher im Durchschnitt 92 Überweisungen im Jahr, bekommt 123 Mal eine Lastschrift abgebucht und zahlt 31 Mal per Karte. 67 Billionen Euro werden so im Jahr bewegt, ohne dass auch nur ein Schein das Portemonnaie wechselt.

Mittlerweile gibt es eine Vielzahl von „kostenlosen“ Girokontomodellen. In der Wirtschaftswelt werden gute Ideen schnell kopiert. Das gilt insbesondere für ein „Einstiegsprodukt“ wie das Girokonto. Nicht alle diese Produkte halten, was sie versprechen und Kundinnen und Kunden stellen oft erst im Nachhinein fest, dass ihre Erwartungen nicht erfüllt werden. Hier differenzieren sich die Sparda-Banken durch ihre besondere Gesellschaftsform als Genossenschaft. Hinzu kommt die mehr als 100-jährige Geschichte der Banken. Betrachtet man die Wurzeln der Sparda-Bank Südwest eG aus dem Jahr 1899, so standen die Existenzsicherung und die Mitgliederförderung an erster Stelle.

Die beiden Kerngeschäftsfelder sind die sichere Geldanlage zu attraktiven Konditionen sowie die private Wohnbaufinanzierung. Diesem klassischen Geschäftsmodell ist die Bank bis heute treu geblieben. Zusammen mit den Mitarbeitern, die ebenfalls Mitglieder sind, ergibt sich eine ganz besondere (Förder)gemeinschaft. Darüber hinaus beteiligt die

Sparda-Bank alle ihre Mitglieder am Gewinn der Bank in Form einer Dividende.

Das kostenlose Girokonto gehört seit der Gründung der Bank zum Selbstverständnis, denn es stellt die direkte Förderung der Mitglieder dar. Alleine im Jahr 2010 hat die Sparda-Bank Südwest auf einen zweistelligen Millionenbetrag verzichtet, wenn man marktübliche Gebührenmodelle als Vergleich zugrunde legt. Dabei stellt die Bank sowohl die Angebote einer Direktbank zur Verfügung als auch den kompletten Service einer Filialbank und ist mit 44 Filialen und 42 SB-Stellen im Geschäftsgebiet Rheinland-Pfalz und Saarland vertreten. Im Gegensatz zu den Angeboten klassischer Direktbanken bietet sie somit ihren Kunden zusätzlich eine gute persönliche Betreuung vor Ort.

O-Euro-Konten sind ein Wachstumsmarkt

Laut einer aktuellen Studie der Icon Wirtschafts- und Finanzmarktforschung vom Oktober 2011 („Mehrwert- versus 0 Euro-Konto“ von Kathrin Eckart) ist der Markt für O-Euro-Konten in Deutschland ein Wachstumsmarkt. Das Potenzial liegt bei 14 Prozentpunkten! Das liegt daran, dass die Kunden immer selbstständiger werden und viele Dinge rund ums Konto im Internet eigenständig erledigen. Die Kunden schauen genauer hin, wofür sie Geld bezahlen. Sie überlegen, ob sie bei einem Anbieter nicht für eine Leistung zahlen, die sie gar nicht mehr in Anspruch nehmen. Aus diesem Grund ist die Kombination aus Filial- und Direktbank optimal für unsere Bank.

Das kostenlose Konto alleine ist für die Wahl des Anbieters heute nicht mehr ausreichend. Neben dem Preis spielen für Kundinnen und Kunden die Werte, für die ein Unternehmen steht, eine immer größere Rolle. Die wahrnehmbaren genossenschaftlichen Werte, wie Solidarität, Fairness, Verantwortung, Transparenz, Kontinuität und die Bereitschaft für Engagement sind für uns das Erfolgsgeheimnis. Hieraus erzielen die Sparda-Banken die Spitzenwerte der Branche.

Eine hohe Kundenzufriedenheit: 97 Prozent der Hauptbank-Kunden der Sparda-Banken geben in der genannten Icon-Studie in der Gesamtzufriedenheit die Noten 1 und 2. Im Kundenmonitor Deutschland sind die Sparda-Banken 2011 zum 19. Mal in der Kundenzufriedenheit auf den ersten Platz gewählt worden. Die mit 97 Prozent hohe Wiederwahlbereitschaft, wie sie die Icon-Untersuchung ausweist, zeigt, dass die Gruppe der Sparda-Banken auf dem richtigen Weg ist.

Die Sparda-Bank Südwest erzielt mit dem guten Gesamtpaket aufeinander abgestimmter Finanzdienstleistungen, in Verbindung mit der Mitgliedschaft, in einigen Filialen einen Marktanteil von über 20 Prozent. Sie konzentriert sich dabei ausschließlich auf die Zielgruppe der privaten Kundinnen und Kunden. Diese Erfolgsposition gibt den Mitarbeitern Sicherheit und Selbstbewusstsein, und die Bank ist ein attraktiver Arbeitgeber, wie wir an den steigenden Bewerberzahlen erkennen.

Michael Becky ist stellvertretender Vorstandsvorsitzender bei der Sparda-Bank Südwest eG, Mainz.