

Vertriebspolitik

Schalterlose Bankfiliale: Kunden bleiben skeptisch

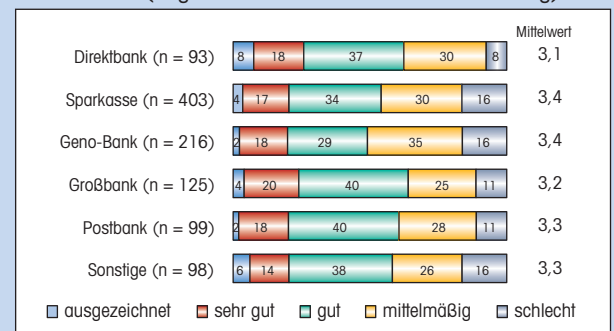
Wo immer heute Bankfilialen modernisiert werden, wird der klassische Schalter abgeschafft. Übrig bleiben ein Empfangstisch, Stehtische oder sonstige offene Bereiche, in denen Berater und Kunden weniger sensible Dinge wie beispielsweise Kontoeröffnungen regeln können, Malecken für die Kinder und immer mehr Beratungsräume. Offen sollen die neuen Konzepte sein, eine Wohlfühlatmosphäre schaffen und Barrieren abbauen.

Wie die Kunden solche neuen Konzepte beurteilen, hat die Nordlight Research GmbH, Hilden, für ihre Studie Trendmonitor Finanzdienstleistungen 2013 abgefragt – mit ernüchterndem Ergebnis: Echte Begeisterung wecken schalterlose Geschäftsstellen beim Kunden nicht. Lediglich 21 Prozent der Befragten bewerten sie als ausgezeichnet oder sehr gut, gegenüber zusammen 44 Prozent, die solche Konzepte mittelmäßig (30 Prozent) oder gar schlecht (14 Prozent) finden.

Skeptisch zeigen sich keineswegs nur die älteren Jahrgänge, die noch die klassische „Schalterhalle“ gewöhnt sind, wenngleich der Anteil derer, die die schalterlose Filiale skeptisch beurteilen, bei den über 60-Jährigen mit 52 Prozent (22 Prozent Zustimmung für „schlecht“ beziehungsweise 30 Prozent für „mittelmäßig“) am höchsten ist. Auch in den Altersgruppen von 18 bis 49 Jahren liegt die Quote der Skeptiker durchgängig über 40 Prozent und damit in etwa doppelt so hoch wie der Anteil derjenigen, die den neuen Gestaltungsansatz ausgezeichnet oder sehr gut finden. Lediglich die Gruppe der 50- bis 59-Jährigen ist ein

wenig offener. Dass die schalterlose Filiale ausgerechnet die Direktbankkunden überzeugt, die sich ja gegen die Filialnutzung entschieden haben, macht die Sache nicht besser. Unter den Kunden der Sparkassen und Genossenschaftsbanken, die doch gerade mit der – auch wörtlich verstandenen – Kundennähe punkten wollen, ist der Anteil der Skeptiker deutlich höher. Unter

Wie Kunden das Konzept der schalterlosen Bankfiliale beurteilen? (Angaben in Prozent nach Bankverbindung)



den Kunden der Genossenschaftsbanken sind sie sogar knapp in der Mehrheit. Insgesamt übersteigt die allgemeine Akzeptanz zwar die Ablehnung deutlich. Die Begeisterung bleibt aber aus. Dabei macht es auch keinen nennenswerten Unterschied, ob die Kunden bereits Beratung in Anspruch genommen haben oder nicht.

Diese Ergebnisse zeigen: Aufwendige Neugestaltungen, in die manche Häuser große Erwartungen setzen, können diese Hoffnungen nur sehr bedingt erfüllen. Einem Großteil der Kunden ist das Filialkonzept vermutlich schlicht und einfach gar nicht so wichtig. Das heißt nicht, dass die Kunden die neue „Wohlfühlatmosphäre“ nicht wohlwollend registrieren – sie ist aber auch nicht ausschlaggebend dafür, ob die Filiale aufgesucht wird oder nicht. Ein Allheilmittel in Sachen Kundenfrequenz sind die offenen Konzepte also gewiss nicht. **Red.**