

Kleinunternehmen: Die Verbände machen viele richtig

Von Swantje Benkelberg



Das Geschäft mit kleinen Unternehmen ist traditionell fest in der Hand von Sparkassen und Genossenschaftsbanken. Dass das auch heute noch gilt, zeigt eine Umfrage im Auftrag der Targobank. Die hohen Marktanteile von Sparkassen und Volksbanken kommen dieser Studie zufolge nicht von ungefähr. In durchweg allen Kriterien, anhand derer die Befragten die Geschäftsbeziehung beurteilen, schneiden sie besser ab als die privaten Banken.

Unter kleinen Unternehmen ist der Marktanteil von Sparkassen und Volksbanken immer noch sehr hoch. Bei einer von der Targobank in Auftrag gegebenen Forsa-Umfrage vom Mai dieses Jahres unter 300 Finanzentscheidern in Unternehmen mit bis zu neun Mitarbeitern nannten 38 Prozent eine Sparkasse als Hausbank, 33 Prozent eine VR-Bank. Auf Platz drei folgt die Commerzbank mit zehn Prozent, danach werden die Marktanteile einstellig.

Und die Volksbanken und Sparkassen scheinen bei diesem Kundensegment auch vieles richtig zu machen. Denn 47 Prozent der Sparkassenkunden und 46 Prozent der Volksbankkunden unter den kleinen Unternehmen bezeichnen sich als außerordentlich oder sehr zufrieden mit ihrer Hausbank, weitere 40 (Sparkassen) beziehungsweise

41 Prozent (Volksbanken) sind zufrieden. Dahinter bleiben die anderen Banken zurück. Der Anteil in den Topboxen außerordentlich zufrieden und sehr zufrieden liegt zwar nur um drei beziehungsweise zwei Prozentpunkte unter den Werten der Volksbanken und Sparkassen, bei den zufriedenen Kunden ist der Unterschied aber größer. Und so kommt es, dass der Anteil der weniger zufriedenen bei den anderen Banken mit 14 Prozent doppelt so hoch ist wie bei den Sparkassen (7 Prozent). Unter den Volksbankkunden bezeichnen sich 9 Prozent als weniger zufrieden.

Schlechte Konditionen und Betreuung machen unzufrieden

Gründe für Unzufriedenheit sind schlechte Konditionen und schlechte Betreuung gleichermaßen (jeweils 37 Prozent). Auf Platz 2 und 3 folgen das Fehlen eines festen Ansprechpartners beziehungsweise häufige Wechsel (26 Prozent). Dass es vor Ort keine Filiale mehr gibt, nennen nur 14 Prozent der weniger zufriedenen oder unzufriedenen Unternehmen als Grund.

65 Prozent der Befragten haben ihr Privatkonto bei der gleichen Bank, mit der sie auch geschäftlich zusammenarbeiten. Besonders gut gelingt dies den Sparkassen mit 73 Prozent, bei den Volksbanken sind es immerhin zwei Drittel (66 Prozent), die privat und geschäftlich das gleiche Institut als Hausbank bezeichnen. Bei den übrigen

Banken sind es dagegen nur 55 Prozent. Keine nennenswerten Unterschiede gibt es bei dem Eindruck, den die Kunden beim gleichen Haus von der Behandlung als Geschäfts- oder Privatkunde haben. 81 Prozent sehen hier keinen Unterschied.

Bei Geschäftskrediten ist die Hausbank der erste Ansprechpartner

Wenn es um Geschäftskredite geht, ist die Hausbank für einen Großteil der kleinen Unternehmen der erste Ansprechpartner. In der Gesamtstichprobe geben das 79 Prozent der Befragten an. Auch hier liegen die Sparkassen mit 85 Prozent an der Spitze, bei den Volksbanken sind es 80, bei den übrigen Banken nur 69 Prozent. 27 Prozent von deren Kunden suchen zunächst nach einer Alternative (Sparkassen 10, Volksbanken 19 Prozent).

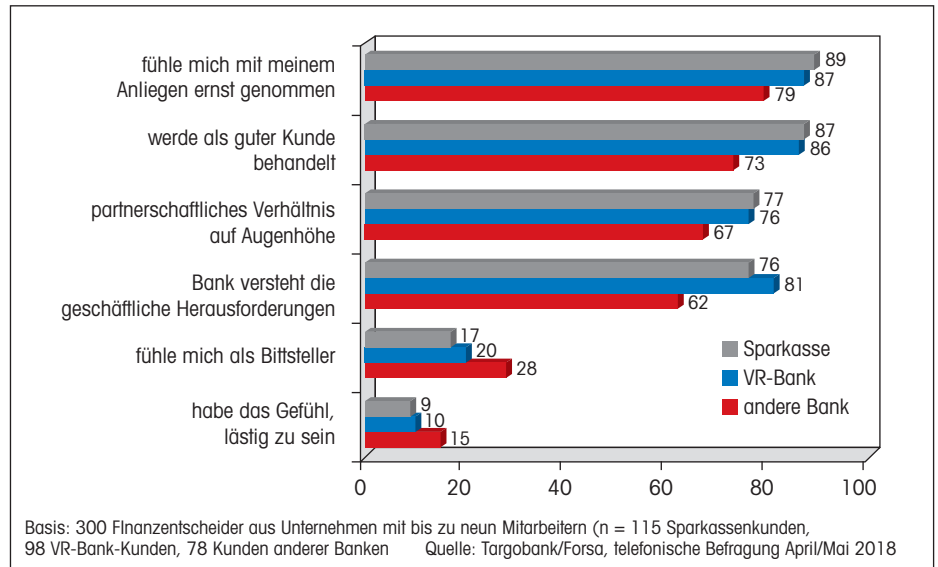
Tatsächlich einen Geschäftskredit beantragt haben schon 56 Prozent der befragten Unternehmen einmal oder mehrmals. Jeweils 38 Prozent taten das bei einer Sparkasse oder VR-Bank, 6 Prozent bei der Commerzbank, 3 Prozent bei der Apo-Bank, jeweils 2 Prozent bei Unicredit und Deutscher Bank. Die Kredithöhe betrug dabei in 62 Prozent aller Fälle bis zu 50 000 Euro. 91 Prozent der Unternehmen wurde der Kredit auch in der gewünschten Höhe bewilligt, zwei Prozent in anderer Höhe. Nur 7 Prozent der kleinen Unternehmen haben den Kredit nicht erhalten.

29 Prozent der Befragten gaben die Dauer bis zur Kreditentscheidung mit bis zu 48 Stunden an. Bei den Sparkassenkunden waren es 35 Prozent, bei den Volksbanken 32 Prozent, bei den übrigen Banken nur 9 Prozent. Innerhalb einer Woche schafften es 38 Prozent der VR-Banken, 32 Prozent der Sparkassen und 27 Prozent der übrigen Banken.

In der Gesamtstichprobe wartete jedoch fast jedes zweite der kleinen Unternehmen (24 Prozent) länger als zwei Wochen nach dem Beratungsgespräch auf die Kreditentscheidung. Am geringsten fiel dieser Anteil bei den Volksbanken aus (14 Prozent), am höchsten bei den übrigen Banken (39 Prozent). Unter dem Strich sind deshalb nur 48 Prozent mit der Schnelligkeit der Kreditvergabe außerordentlich oder sehr zufrieden, 16 Prozent weniger zufrieden oder unzufrieden. Bemängelt wird etwas anderes: Jedes dritte Unternehmen, von dem Sicherheiten verlangt wurden (das waren 66 Prozent), empfand deren Ausmaß als zu hoch. Und nur jedes vierte Unternehmen ist mit den Zinsen und Kreditkonditionen außerordentlich oder sehr zufrieden. Weniger zufrieden oder unzufrieden sind gleichwohl nur 11 Prozent.

Sehr wichtig oder wichtig sind den Befragten vor allem ein partnerschaftliches Verhältnis auf Augenhöhe (87 Prozent), Verständnis für ihre geschäftlichen Herausforderungen (85 Prozent) und ein einfaches und gut verständliches Produktangebot (80 Prozent). In der tatsächlichen Geschäftsbeziehung sehen allerdings nur 73 Prozent

Abbildung 1: Wie kleine Unternehmen die Geschäftsbeziehung zu ihrer Hausbank beurteilen (Angaben in Prozent)



das partnerschaftliche Verhältnis auf Augenhöhe voll und ganz verwirklicht. Gleiches gilt für das Verständnis der geschäftlichen Belange seitens der Bank.

Fester Ansprechpartner ist am wichtigsten

In der Gesamtbeurteilung der Geschäftsbeziehung schneiden Sparkassen und Volksbanken durchweg besser ab als die übrigen Banken. Mit Bezug auf Letztere gibt es eine besonders alarmierende Zahl: 28 Prozent ihrer kleinen Unternehmenskunden fühlen sich bei ihrer Bank als Bittsteller. Am wichtigsten unter den abgefragten Produkten und Leistungen der Hausbank ist ein fester Ansprechpartner,

der für alle Themen und Belange zuständig ist. Der muss aber nicht unbedingt außerhalb der regulären Öffnungszeiten erreichbar sein. Das ist nur jedem Vierten der Befragten wichtig oder sehr wichtig.

Die Bedeutung des persönlichen Ansprechpartners spiegelt sich auch in den Antworten auf die Frage wider, über welche Kanäle sich die Befragten vorstellen können, einen Kredit für ihr Unternehmen abzuschließen. Die Antwort von 88 Prozent lautet hier: Persönlich in der Filiale. Unter den Volksbank-Kunden sind es sogar 93 Prozent. Auf Platz zwei folgt der Abschluss in einem Telefonat mit dem Berater (34 Prozent). Der Online-Abschluss kommt dagegen nur auf 13 Prozent insgesamt, bei den Sparkassenkunden sogar nur auf 9 Prozent. Vergleichsportale (insgesamt 9 Prozent) oder Kreditmarktplätze (insgesamt 5 Prozent) sind ebenfalls nur für vergleichsweise wenige Unternehmen eine Option. Bei den Sparkassen liegen diese Anteile besonders niedrig. Das heißt natürlich nicht, dass kleine Unternehmen keine Online-Dienstleistungen wünschen und man in diesem Segment die Digitalisierung getrost vergessen kann. Das persönliche Element darf darüber aber nicht vernachlässigt werden. Dann das ist das Pfund, mit dem die regionalen Banken wuchern können.

Abbildung 2: Zufriedenheit kleiner Unternehmen mit ihrer Hausbank (Angaben in Prozent)

