

bm -Blickpunkte

Marktforschung

Kundenzufriedenheit mit den Spardas sinkt

Für die Sparda-Banken ist er schon fast zu einem fest eingeplanten Marketingargument geworden: der Spitzenplatz in der Kategorie Banken beim „Kundenmonitor Deutschland“, mit dem die Servicebarometer AG jährlich die Zufriedenheit der Kunden mit Anbietern aus einer Reihe von Branchen untersucht. Im ver-

zogen“ und das kostenlose Girokonto entweder abgeschafft oder mit Zusatzgebühren etwa für die Girocard oder im Bereich der Bargeldversorgung „garniert“. Im Vergleich zu den meisten Wettbewerbern sind auch diese Entgelte aber noch sehr moderat.

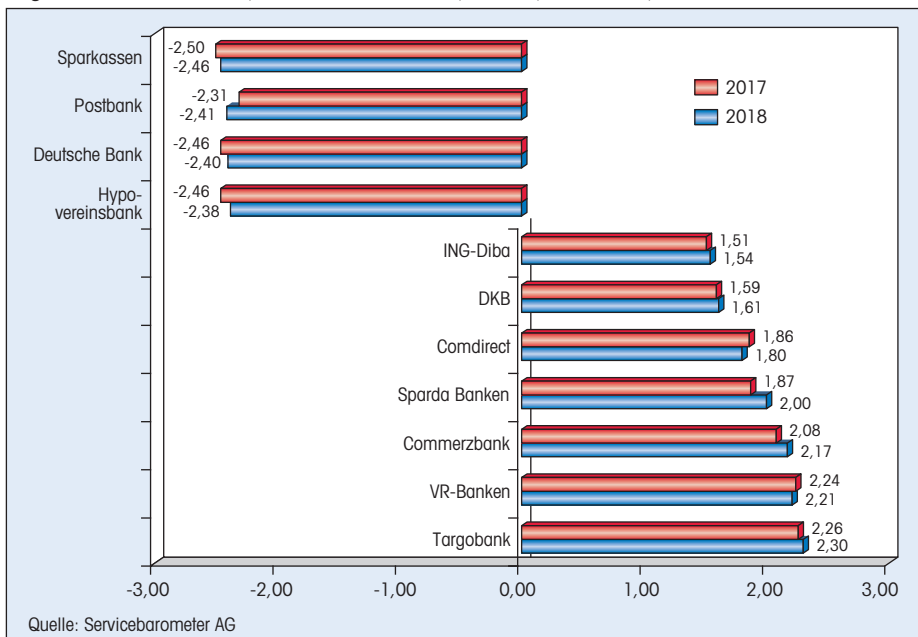
Das Ergebnis des Kundenmonitor 2018 zeigt nun: Offenbar haben Kunden tatsächlich ein gewisses Verständnis für die Nöte der Banken. Und so schneiden die Sparda-Banken erneut unter allen abgefragten

Doch das ist nur die halbe Wahrheit. Denn zum einen hat sich die Kundenzufriedenheit der Sparda-Kunden im Vergleich zu 2017 um 0,13 Punkte verschlechtert. Diese Verschlechterung fällt nicht nur deutlicher aus als im Branchenschnitt, der von 2,23 auf 2,25 sank, sondern sie ist zugleich die größte Veränderung im Vergleich der untersuchten Banken(gruppen).

Zum anderen bedeutet „Spitzenplatz“ eben nur den Spitzenplatz unter den Filialbanken. Eine Beschränkung auf diese Vergleichsgruppe ist zwar legitim, da die Direktbanken andere Voraussetzungen haben, um ihre Kunden zufriedenzustellen. Doch da Direktbanken nun einmal direkte Wettbewerber der Filialbanken im Privatkundengeschäft sind und die Spardas sich ohnehin seit Langem als eine Art Zwitter sehen („Direktbanken mit Filialen“), lohnt auch der direkte Vergleich. Und in diesem Gesamtvergleich belegen ING-Diba, DKB und Comdirect die Plätze 1 bis 3 und die Sparda-Banken kommen nur auf Platz vier. Das ist – wohlgemerkt – immer noch sehr beachtlich. Im Vergleich zu den Zeiten, als man das gesamte Ranking (einschließlich der Direktbanken) anführte, stellt es aber doch eine Verschlechterung dar.

Globalzufriedenheit mit Filial- und Direktbanken 2017 und 2018

Angaben in Noten von 1 (vollkommen zufrieden) bis 5 (unzufrieden)



gangenen Jahr konnten die Spardas hier den 25. Sieg feiern – und sie gaben sich zuversichtlich, es auch 2018 wieder zu schaffen.

Ausgemacht war das nicht. Gerade im Bankensektor hängt die Kundenzufriedenheit schließlich in hohem Maße an der Zufriedenheit mit den Konditionen. Und gerade hier haben einige Sparda-Banken im Vergleich zum Wettbewerb „nachge-

Filialbanken am besten ab. Mit einer Globalzufriedenheit von 2,00 (in Schulnoten) liegen sie deutlich über dem Durchschnitt von 2,33 und auch deutlich vor den Wettbewerbern auf Platz zwei (Commerzbank, Note 2,17) und drei (VR-Banken, Note 2,21). Über alle Kategorien hinweg wurden die Spardas von ihren Kunden mit einem Topranking bewertet und verteidigten den Spitzenplatz, so der Verband der Sparda-Banken.

In Sachen Kundenloyalität liegen die ehemaligen Eisenbahnerbanken allerdings weiterhin vorn. Für die Weiterempfehlungsabsicht gibt es einen Spitzenwert von 1,86 bei einem Branchendurchschnitt von 2,47, wie der Verband der Sparda-Banken mitteilt. Die unzufriedensten Kunden haben dem Kundenmonitor 2018 zufolge immer noch die Sparkassen, obgleich sie sich im Vergleich zum Vorjahr verbessern konnten. Und die Postbank – im Vorjahr noch auf dem drittletzten Platz in Sachen Kundenzufriedenheit – hat es geschafft, auf den vorletzten Platz abzurutschen. **Red.**

Regionale Banken

Zu klein oder gut für den Mittelstand?

„Regional tätige Finanzinstitute wie Sparkassen, Genossenschaftsbanken und Förderbanken sind wichtige Finanzpartner vieler Menschen und Unternehmen in unserem Land. Wir sehen sie als wichtige Säule für die Stabilität im Finanzsystem und kämpfen daher für ihren Erhalt. Wir werden bei der Regulierung danach unterscheiden, ob es sich um Sparkassen, Genossenschaftsbanken, Förderbanken beziehungsweise kleine und mittlere Privatbanken mit risikoarmen Geschäftsmodellen handelt oder um systemrelevante Großbanken.“ So steht es im Koalitionsvertrag der Koalitionäre CDU/CSU und SPD für die laufende Legislaturperiode im Bund.

Vermutlich gerade deshalb haben die Äußerungen von Bundesfinanzminister Olaf Scholz auf dem Handelsblatt-Bankengipfel Ende August so große Wellen geschlagen. Denn dort hatte Scholz die Schwäche der europäischen und deutschen Banken beklagt. Die mangelnde Größe der Institute sei ein Problem für die heimischen Volkswirtschaften. Damit stößt Scholz eher ins Horn europäischer Politiker, die die gewachsene Struktur der deutschen Kreditwirtschaft nie wirklich verstanden haben, als dass er den regionalen Banken den Rücken stärkt.

Im europäischen Ausland scheint sich da und dort jedoch ein Stück weit herumgesprochen zu haben, dass gerade kleinere Kreditinstitute nahe an der regionalen Wirtschaft sind und der deutsche Mittelstand die Finanzkrise vor zehn Jahren gerade aufgrund der Struktur des deutschen Kreditgewerbes ohne Kreditklemme überstanden hat.

Am 10. und 11. September haben sich deshalb Mitglieder des Finanzausschusses des Irischen Parlaments über kommunale Sparkassen und das dezentrale Banken-

system in Deutschland informiert, berichtet der DSGVO. Infolge der Banken- und Finanzkrise wachse in Irland das Interesse, den Zugang zu Finanzdienstleistungen außerhalb der Metropolen zu stärken – besonders für kleine und mittlere Betriebe. Der Aufbau von kommunalen Sparkassen nach deutschem Vorbild wurde vom irischen Finanzministerium und dem Ministerium für Regionalentwicklung im Juli 2018 in einem „Report on Public Banking“ untersucht und soll weiter geprüft werden. **Red.**

Vertriebspolitik

Rollende Filiale – kein Anachronismus

Seit dem 10. September betreibt die Berliner Volksbank einen neuen Bank-Bus, der regelmäßig elf Orte in Brandenburg ansteuert und dabei pro Woche mehr als 600 km zurücklegt. Anders als bei anderen rollenden Filialen geht es dabei nicht um die Bargeldversorgung, die in allen

wünsche rund um Konto, Karten und Kredite“ zu bieten. Ausgestattet ist der Bus deshalb mit einem Wartebereich und einem separaten Beratungsraum mit zwei Kundenplätzen.

Im Fokus steht somit weniger das große Anliegen wie die Baufinanzierung oder eine umfassende Vorsorgeplanung, also diejenigen Themen, für die Kunden erfahrungsgemäß auch weitere Wege in Kauf nehmen. Sondern es geht um die kleineren, schneller zu erledigenden Angelegenheiten, die Kunden aber doch lieber mit einem Mitarbeiter erledigen.

Genau hierfür hat die Bank seit April dieses Jahres in zwei Standorten noch eine weitere Neuerung im Test: die Erledigung von Serviceangelegenheiten per Videoberatung. Hierzu wurde in den beiden Testfilialen ein für Dritte nicht einsehbarer Raum eingerichtet, in dem der Kunde Servicethemen, wie beispielsweise eine Adressänderung oder die Bearbeitung einer Bankvollmacht, mit einem Mitarbeiter aus dem Kunden-

service per Videoberatung persönlich besprechen kann, ohne dass dazu technische Kenntnisse, eine vorherige Anmeldung oder eine Freischaltung erforderlich ist. Vor allem dann, wenn alle Mitarbeiter vor Ort im Gespräch sind, sollen damit Warteschlangen in der Filiale vermieden werden.

Mit diesem Angebot reagiert die Bank auf die eigenen Angaben zufolge ge-

stiegenen Online- und Telefonleistungen. In diesen Kontext passt auch der neue Bus.

Natürlich ließen sich die meisten Anliegen, die per Videoberatung oder im Bus

geklärt werden, genauso gut online oder per telefonischem Service erledigen, möglicherweise sogar per Sprachcomputer. Viele Kunden erwarten von einer Filialbank aber nicht nur Beratung in den „großen“ Fragen, sondern gerade auch persönlichen Service.

Neueren Studien zufolge gilt das auch vermehrt für die Digital Natives. Persönlichen Service nicht zu vernachlässigen könnte somit mehr denn je zu einem Differenzierungsmerkmal werden. Die „rollende Filiale“, die immer mehr regionale Institute wiederentdecken, ist deshalb kein Anachronismus. **Red.**

Deutsche Bank

Automatisierte Steuererklärung

Wenn es um die Zukunft der Banken in einer zunehmend digitalisierten Welt geht, beherrschen Zauberworte wie „Plattformökonomie“ und „Mehrwerte“ die Diskussion. Dass Banken ihren Girokunden künftig mehr bieten müssen als nur den bloßen Zahlungsverkehr gilt als ausgemacht. Und diese Angebote müssen weit über die Pakete aus Versicherungen, Schlüsselfundservice und Rabatte bei bestimmten Händlern hinausgehen, die bislang unter dem Stichwort „Mehrwertkonto“ am Markt sind. Sondern es gilt, die Zahlungsverkehrsdaten für neue Services zu nutzen.

So weit, so schwammig. Die eigentliche Frage bleibt die nach denjenigen Services, die vom Kunden als so nützlich angesehen werden, dass sie die Kundenbindung steigern und entweder die Zahlungsbereitschaft erhöhen oder doch immerhin dazu beitragen, dass das Konto als seinen Preis wert betrachtet wird.

Klassisches Anwendungsbeispiel Nummer eins ist die Stromrechnung. Hier können die entsprechenden Transaktionen auf dem Konto mit denen vergleichbarer Kunden, etwa mit gleicher Haushalts-



angefahrenen Orten am Geldautomaten möglich ist. Schon aus Sicherheitsgründen hat der Bus kein Bargeld an Bord. Sondern es geht darum, den Kunden vor Ort einen persönlichen Ansprechpartner „für Service-

größe und Wohnsituation abgeglichen werden, um mögliche Sparpotenziale aufzuzeigen. Ein solches Beispiel für Plattformökonomie hat aber einen Haken: Irgendwann ist das Sparpotenzial ausgereizt – dann wird die Anwendung für den Kunden uninteressant. Um sich dauerhaft in die Lebenswelt der Kunden zu integrieren, wie es Arno Walter in diesem Heft formuliert, sind deshalb Ansätze für Probleme gefragt, die den Kunden immer wieder beschäftigen.

Wie so etwas aussehen kann, macht jetzt die Deutsche Bank vor. Sie hat mit der Buhl Data Service GmbH, dem Anbieter der Wiso-Steuersoftware, eine Kooperation vereinbart, die es Privatkunden der Bank ab Anfang 2019 ermöglichen soll, große Teile ihrer Steuererklärung automatisch erledigen zu lassen. Über die bankeigene Schnittstelle dbAPI lassen sich vom Kunden definierte Stamm- und Buchungsdaten inklusive der Steueridentifikationsnummer automatisch übernehmen. Die Steuersoftware bietet sie automatisch an der passenden Stelle der Steuererklärung zum Einfügen an. Künftig soll diese Lösung sogar multibankfähig werden.

Der Charme dieser Lösung liegt auf der Hand: Das Ausfüllen der Steuererklärung ist für fast alle Menschen ein Graus, jede Erleichterung somit willkommen – ein echter Mehrwert, der ans Girokonto andockt. Dies umso mehr, als die Steuererklärung kein einmaliges Übel ist, sondern immer wiederkehrt. **Red.**

Crowdsourcing

LBBW gründet ein Fintech

Dass sich Banken an Fintechs beteiligen oder diese auch übernehmen, ist längst guter Brauch geworden. Im Gründungsgeschehen der Fintech-Branche spielen Kreditinstitute aber bislang keine große Rolle. Die Meldung lässt deshalb aufhorchen: Gemeinsam mit der DPS Software GmbH, Leinfelden-Echterdingen, und

dem Stuttgarter Start-up-Hub Pioniergeist GmbH, hat die LBBW ein Fintech namens Xavin gegründet und hält daran künftig 24,5 Prozent. Für die Bank ist es das erste Mal, dass eigene Mitarbeiter gemeinsam mit Partnern und mit Unterstützung der Bank ein Fintech gegründet haben.

Das neue Unternehmen versteht sich als „digitale Plattform für regionale und emotionale Investments“ und ermöglicht es Projektträgern, soziale und gemeinnützige Projekte online vorzustellen und diese über Kredite von Mitgliedern und Förderern zu finanzieren. Für die LBBW ist das die Übertragung der „Stärken Regionalität und Zuverlässigkeit in die digitale Welt.“

Die Geschäftsidee wurde von Mitarbeitern der LBBW gemeinsam mit dem Inkubator Pioniergeist bereits Ende 2016 entwickelt. Zunächst als internes Projekt geführt, habe Xavin in mehreren Pilotprojekten erfolgreich bewiesen, dass dieses Geschäftsmodell funktioniert. Nach Angaben der LBBW gibt es bereits Verhandlungen mit einer Reihe von Sparkassen, die die Dienstleistung als White-Label-Produkt anbieten wollen. Außerdem wird geprüft, wie das Leistungsspektrum von Xavin weiter entwickelt werden kann.

Bisher arbeitet die Plattform vor allem mit Sportvereinen zusammen. Die Idee dabei: Das Geld kommt von Vereinsmitgliedern und -unterstützern. Dafür bekommen sie eine Rendite und können gleichzeitig von dem umgesetzten Projekt, etwa einer neuen Turnhalle, einem Vereinsheim oder einem neuen Kunstrasen, profitieren. Das Fintech spricht hier von „finanzieller und emotionaler Rendite“.

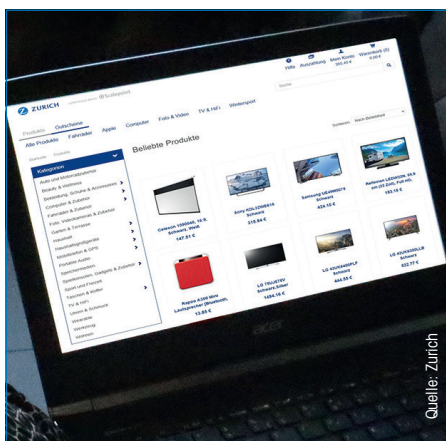
Vermutlich des emotionalen Aspekts wegen müssen die Anleger allerdings auch Risiken in Kauf nehmen: Denn die Anlagen sind generell nachrangige Darlehen mit qualifizierter Rücktrittsvereinbarung. Dass Sparkassenberater ihren Kunden die Plattform als Alternative für die Geldanlage empfehlen werden, dürfte deshalb vermutlich auch künftig eher die Ausnahme blei-

ben. Zumindest für sicherheitsbewusste Kunden eignet sich Xavin zur Geldanlage nicht. Eine gute Alternative zur Spende ist es aber allemal – vielleicht auch für die Sparkassen selbst. **Red.**

Versicherungen

Schadenregulierung 2.0 bei Zurich

Plattform-Banking – das ist das Zauberwort, auf das sich vor allem im Zusammenhang mit der PSD2 viele Hoffnungen des Kreditgewerbes richten, geht es doch darum, dem Kunden neue Services zu bieten und damit nach Möglichkeit neue Erlösquellen zu erschließen oder doch



Quelle: Zurich

wenigstens die Kundenbindung zu verstärken. Auch die Assekuranz hat das Thema „Mehrwert“ längst für sich entdeckt – Stichwort etwa „Assistance-Leistungen bei der Kranken- und Unfallversicherung. Wie Plattformökonomie in der Assekuranz funktionieren kann, macht jetzt die Zurich mit ihrem neuen Online-Schadenportal vor, das zusammen mit dem Plattform-Anbieter Scalepoint entwickelt wurde und das das Assistance-Prinzip auf die Sach- oder Haftpflichtversicherung überträgt.

Dank des neuen Portals erfolgt die Schadenregulierung nicht länger nur in Form einer Überweisung aufs Girokonto, wobei sich der Kunde selbst um Ersatz der jeweiligen Produkte kümmern muss,

sondern das Portal bietet ihm auch gleich Ersatzprodukte an. Möglich macht dies ein in die Schadenplattform integrierter Produktkatalog, der technische Details und Geräteempfehlungen auflistet. Das hilft nicht nur den Sachbearbeitern bei der Wertermittlung der gemeldeten Schäden und beschleunigt so die Schadenregulierung. Sondern die Schadenbearbeiter können Kunden auch schnell und transparent ein entsprechendes Ersatzgerät vermitteln.

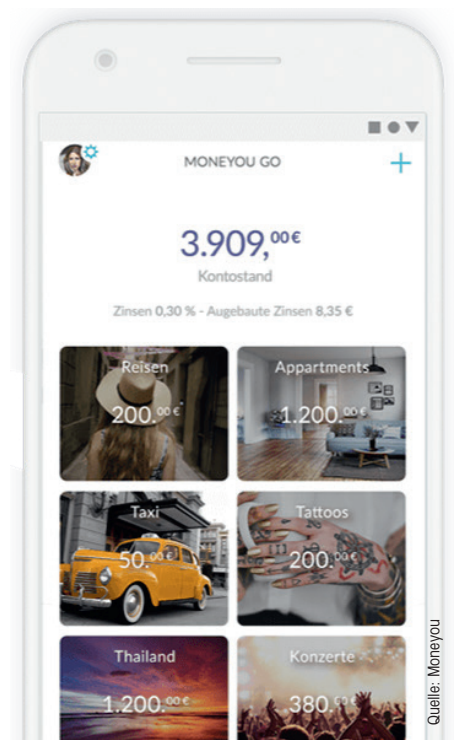
Der Kunde muss aber nicht zwingend auf das von der Versicherung angebotene Ersatzprodukt zurückgreifen. Sondern er kann alternativ die Schadenleistung für ein anderes, auf dem Schadenportal verfügbares Produkt einsetzen, etwa für ein Smartphone anstelle einer Waschmaschine (gegebenenfalls mit Zuzahlung per Kreditkarte). Er kann auch stattdessen einen (höherwertigen) Gutschein zahlreicher Online-Shoppingportale erhalten oder sich ganz klassisch die Versicherungsleistung auf sein Girokonto überweisen lassen. Selbst dann, wenn der Kunde diesen herkömmlichen Weg der Schadenregulierung wählt, dürfte er in vielen Fällen dennoch den Vorteil haben, dass der Prozess schneller und transparenter abläuft. **Red.**

Mobile Banking

Girokonto von Moneyou

Seit 2011 ist Moneyou, eine Marke der niederländischen ABN Amro Bank, in Deutschland am Markt. Bisher umfasste das Angebot Tages- und Festgeld, Fondsanlagen sowie die Payment-App Tikkie und die Vermittlung von Ratenkrediten. Nun steigt Moneyou auch in den Girokonto-Markt ein und bietet ein Smartphone-basiertes, kostenloses Girokonto inklusive Debit-Mastercard.

Die kostenlose App „Moneyou Go“ steht seit dem 11. September zum Download bereit. Das Konto kann mit Video-Ident-Ver-



Quelle: Moneyou

fahren medienbruchfrei am Smartphone eröffnet werden. Dank einer Guthabenverzinsung von 0,3 Prozent wird es gleichzeitig als Giro- und Sparkonto verstanden. Entsprechend kann das Guthaben in sogenannten Wallets organisiert werden, um Kunden mehr Übersicht über ihre Finanzen zu geben.

Die einzelnen Wallets lassen sich individuell mit Namen oder Fotos passend zum Verwendungszweck gestalten. Die Debit Mastercard kann flexibel mit einer Wallet verknüpft werden. Außerdem kann direkt aus den einzelnen Wallets heraus Geld an Dritte überwiesen werden – alles mit einer IBAN. Auch das Empfangen von Überweisungen ist möglich.

Zielgruppe für Moneyou Go sind – wie bei N26 – junge, Smartphone-affine Nutzer. Sie wickeln einer Umfrage der Deutschen Bank zufolge bereits zu einem Drittel ihre Bankgeschäfte am Smartphone ab. Gleichzeitig legen 81 Prozent der bis 25-Jährigen regelmäßig Geld zur Seite. Diese beiden Trends soll die neue Banking-App abdecken. Im Lauf der Zeit sollen neue Funktionen hinzukommen. **Red.**