

Studie Unternehmensprofile Banken

Treue Kunden schätzen den Kontakt zur Bank

Volksbanken und Raiffeisenbanken sowie Sparkassen haben die treuesten Kunden. Dabei sind die Kunden der Genossenschaftsbanken mit ihrer Bank noch zufriedener als die der Sparkassen. Sie schätzen besonders den persönlichen Kontakt zu ihrer Bank und ihrem Kundenberater. Ausbaufähig ist die Marktposition der VR-Banken in Ostdeutschland.

Uwe Matzner

Die genossenschaftliche Bankengruppe ist mit einem Marktanteil von 26,6 Prozent hinter den Sparkassen (40,6 Prozent) und den Großbanken (26,6 Prozent) die drittgrößte Bankengruppe in Deutschland. Private Giro- und Geldanlagekunden werden hier ungeachtet ihres Anlagevolumens gleichgewichtet gezählt. Im Marktanteil der Genossenschaften sind Volksbanken und Raiffeisenbanken sowie Sparda-Banken enthalten, nicht aber andere Bankgruppenmitglieder wie die PSD-Banken oder die TeamBank.

Sparda-Banken in Ostdeutschland erfolgreicher als VR-Banken

Bevor wir die Positionierung der Volksbanken und Raiffeisenbanken im Wettbewerbsumfeld

betrachten, sollen zunächst Unterschiede zwischen ihnen und den Sparda-Banken dargestellt werden. Diese drücken sich auch in Zahlen aus: Im Vergleich zu den Volksbanken und Raiffeisenbanken weisen die Sparda-Banken weniger ältere Kunden ab 70 Jahren auf. Die Schulbildung ist durchschnittlich eine höhere. Die Sparda-Banken haben größere Anteile von Angestellten, Beamten, Schülern und Studierenden, dafür aber geringere Anteile unter Arbeitern, Selbstständigen und Rentnern. Während die Volksbanken und Raiffeisenbanken in Ostdeutschland deutlich geringere Marktanteile erreichen als in Westdeutschland, fallen die Marktanteile der Sparda-Banken ausgeglichener aus. Unter den Sparda-Kunden befindet sich ein deutlich höherer Anteil Bankwechsler. Das ethisch verantwort-

liche Handeln ihrer Bank ist Sparda-Kunden nicht ganz so wichtig.

VR-Banken haben nicht nur im Vergleich zu den Sparda-Banken ältere Kunden. Sie haben auch die ältesten Kunden aller betrachteten Banken. Dies liegt vor allem an der vergleichsweise schlechten Marktdurchdringung in den Altersklassen 30 bis 49 Jahre. Erst ab 52 Jahren erreichen die VR-Banken fast durchgängig Marktanteile über 20 Prozent in den einzelnen Jahrgängen.

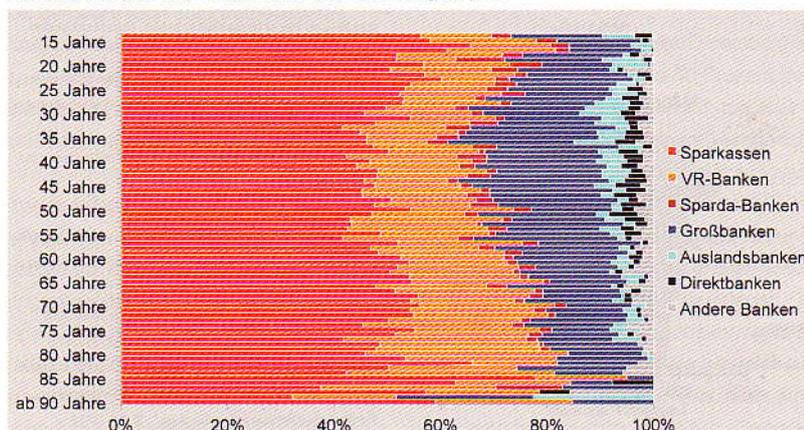
VR-Bankkunden wünschen Nähe

Kunden der Sparkassen sowie der Volksbanken und Raiffeisenbanken haben vieles gemein. Sie wünschen sich vor allem eine Filiale in ihrer Nähe, ein möglichst komplettes Angebot an Bankprodukten, Kundenbetreuung, faire Beratung und kundenfreundliche Öffnungszeiten. VR-Bankkunden haben sehr ähnliche Anforderungen an ihre Bank wie die Sparkassenkunden. Der persönliche Kontakt zum Kundenberater in Beratung und Betreuung ist für die VR-Kunden noch etwas wichtiger als für die Sparkassenkunden. Für die Kunden beider großen Bankengruppen spielen Konditionen und Online-Banking vergleichsweise untergeordnete Rollen.

Im Gegensatz zu allen Einzelbanken verzeichnen die drei Bankengruppen Sparkassen, Sparda-Banken und VR-Banken einen leichten Überhang weiblicher Kunden. VR-Banken weisen mit 47 Prozent den höchsten Kundenanteil mit Hauptschulabschluss aller untersuchten Banken auf. Trotz leicht niedrigerer durchschnittlicher Schulbildung weisen die VR-Bankkunden ein höheres durchschnittliches Einkommen als die Sparkassenkunden auf. Wie bei den Sparda-Banken haben 21 Prozent

Wahl des Anbieters – Marktanteile

Marktanteil Giro 2011 nach Alter und Bankengruppen

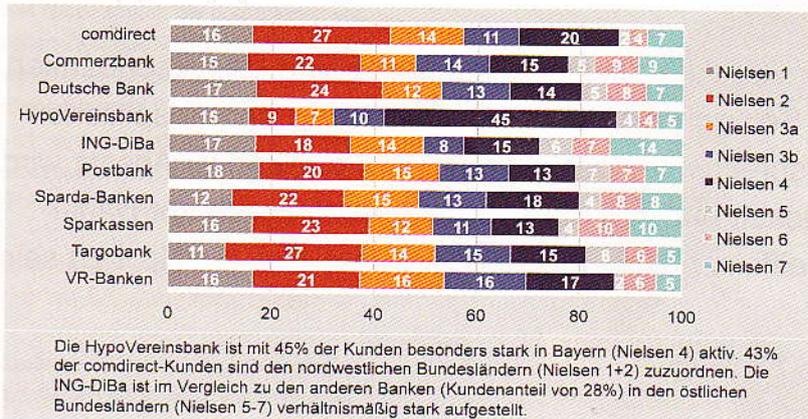


Marktanteil Giro 2011 nach Alter und Bankengruppen

Quelle: Studie Unternehmensprofile Banken 2011, hrsg. von research tools, Dezember 2011

Kundenstruktur – Regionen

Anteile der Regionen (Angaben in %)



Kundenanteile in den Regionen (Angaben in Prozent)

Quelle: Studie Unternehmensprofile Banken 2011, Hrsg. von research tools, Dezember 2011

der Kunden ein Haushaltsnettoeinkommen von mehr als 3.500 Euro. Damit fällt dieser Anteil höher aus als bei Kunden von Postbank, Sparkassen und Targobank.

Im Vergleich zu den Sparkassen haben die VR-Banken höhere Kundenanteile in Mittel- und Süddeutschland. Hingegen weisen die VR-Banken in Ostdeutschland eine schwache Position auf. Nur die HypoVereinsbank hat ähnlich geringe Kundenanteile in Ostdeutschland. Die Sparkassen hingegen halten in Süd-

deutschland geringere Marktanteile als in den übrigen Regionen.

Sparkassen und VR-Banken haben die treuesten Kunden

Direktbanken und – mit Ausnahme der Postbank – Großbanken haben einen vergleichsweise hohen Anteil an Kunden, die sich bei Geldanlagen gut auskennen. Sparkassen und VR-Banken liegen in Bezug auf die Anteile bisheriger und künftiger Bankwechsler

nahe beieinander. Beide Bankengruppen haben sehr geringe Anteile an Kunden, die bereits einmal ihre Bankverbindung gewechselt haben. Auch der Anteil der einen Bankwechsel planenden Kunden fällt bei beiden Bankengruppen sehr gering aus. Nur die Sparda-Banken können bei der Wechselabsicht mithalten. Die gegenteilige Position im Bankenmarkt nehmen die Direktbanken comdirect und ING-DiBa ein. Unter ihren Kunden sind hohe Anteile von Bankwechslern und deutlich überdurchschnittliche Anteile Wechselwilliger.

50 Prozent der VR-Bankkunden ist es wichtig, ihre Geldanlagen überwiegend in Firmen zu investieren, die sozialverantwortlich handeln bzw. ethische Grundsätze haben. Im Vergleich dazu fällt dieser Anteil bei den Sparkassenkunden mit 44 Prozent deutlich geringer aus. Die übrigen untersuchten Banken weisen durchweg noch geringere Anteile auf. Auffällig ist, dass die VR-Bankkunden durchweg eine höhere Kundenzufriedenheit zeigen als die Sparkassenkunden. Bei der Kundenbetreuung können die VR-Banken punkten, auch im Vergleich mit Direktbanken und Großbanken. Unterdurchschnittliche Ergebnisse erzielen die VR-Banken beim Preis-Leistungs-Verhältnis und bei der Erreichbarkeit des Call-Centers.

Uwe Matzner

Geschäftsführer

research tools

uwe.matzner@research-tools.net

**e@sy
Credit**
Einfach. Fair.

Mit Werten weiter wachsen.

easyCredit und die Volksbanken Raiffeisenbanken – eine Erfolgsgeschichte geht weiter.

Eine faire Partnerschaft, individuelle Kundenlösungen und herausragender Service zählen sich auf dem Ratenkreditmarkt aus – für die Volksbanken Raiffeisenbanken und für Ihre Kunden. Sie und Ihre Kunden profitieren von der ausgezeichneten Qualität der easyCredit-Produkte, wir unterstützen Sie mit innovativen Vertriebsmaßnahmen und einfachen Prozessen.

Ihr easyCredit-Betreuer stellt Ihnen und Ihrer Bank gerne persönlich alle Möglichkeiten mit easyCredit vor.

☎ 09 11/53 90-2256

💻 partnerservice@easycrredit.de

