

Mehrstufiges Vorgehen

1 Qualitative Vorstudie

- 3 Gruppendiskussionen, je 6 bis 8 Teilnehmern, ca. 2-stündige Dauer
- Zielgruppe: Bank(Mit-)Entscheider in Deutschland.
- Ziel: Abbilden des gesamten Meinungsspektrums im Zusammenhang mit Banken und deren Produkten und Dienstleistungen i.S.e. psychologischen Repräsentativität

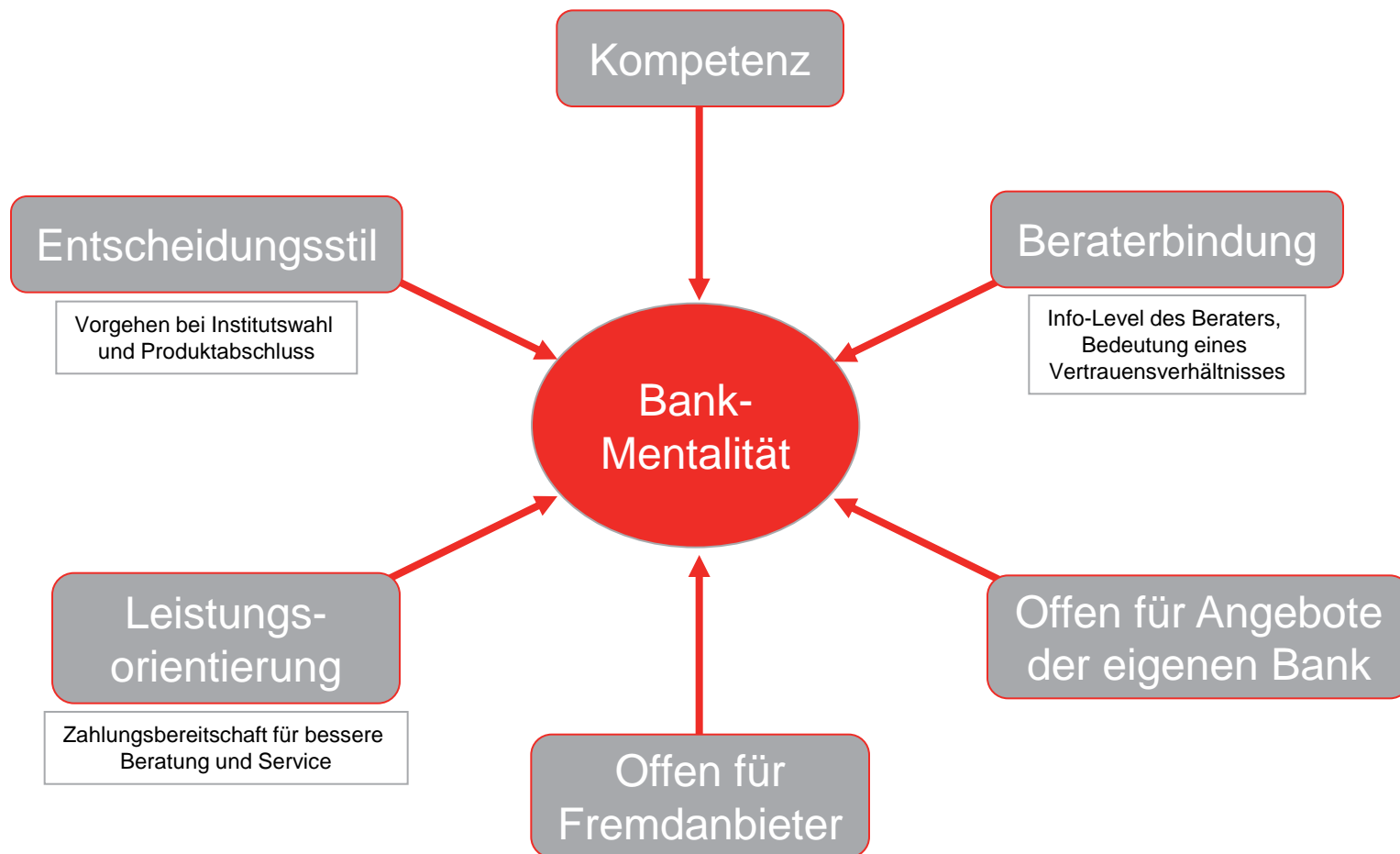
2 Validierung von Items/ Itemreduktion

- Quantitative Befragung, CATI, n=300
- Methode: Faktoranalysen, Reiliabilitätsanalysen

3 Hauptbefragung

- Befragung von 3.000 Bank-Entscheidern und Mit-Entscheidern in Deutschland, CATI, ca. 25 Minuten
- Stichprobenart: RLD-Sample
- Befragungszeitraum: 17.07. bis 12.08.2006
- Gewichtung der Ergebnisse nach Haushaltsgröße, Gemeindetyp und Bundesland

Typenbildende Dimensionen der Bankenmentalitäten



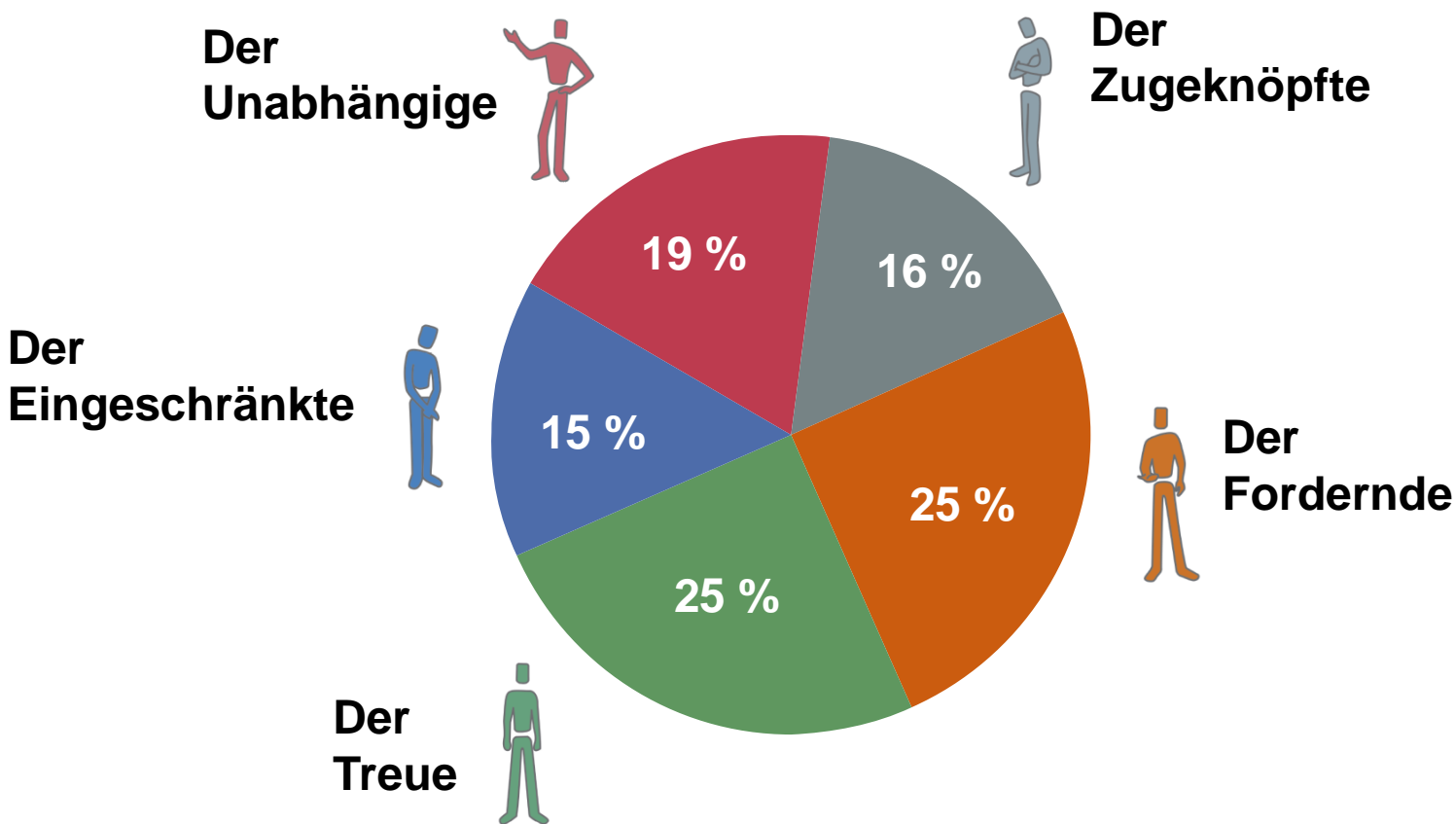
Zugrundeliegende Fragestellungen I

Kompetenz	<ul style="list-style-type: none"> ■ In Geldangelegenheiten kenne ich mich gut aus
Entscheidungsstil	<ul style="list-style-type: none"> ■ Wenn ich ein Bankprodukt, d.h. z.B. eine Geldanlage, einen Kredit, einen Bausparvertrag oder eine Versicherung, gekauft oder abgeschlossen habe, ... habe ich meist drei oder mehr Angebote verschiedener Gesellschaften verglichen ODER ...habe ich meist nur ein bis zwei Angebote eingeholt. ■ Wenn ich ein Bankprodukt, d.h. z.B. eine Geldanlage, einen Kredit, einen Bausparvertrag oder eine Versicherung, gekauft oder abgeschlossen habe, ... habe ich versucht, das beste Angebot herauszufinden, auch wenn es aufwändig war ODER ... habe ich sofort zugegriffen, sobald mir ein Angebot vernünftig erschien. ■ Wenn ich Geld angelegt habe, habe ich meist eine Reihe von Angeboten verschiedener Geldinstitute verglichen. ■ Bei Geldanlageprodukten oder Kreditangeboten suche ich mir stets das Institut mit den besten Zinssätzen raus.
Beraterbindung	<ul style="list-style-type: none"> ■ Mein Bankberater ist über meine Vermögensverhältnisse gut informiert. ■ Ich halte meinen Bankberater über wesentliche Änderungen in meinem Leben auf dem Laufenden. ■ Für mich ist das persönliche Vertrauensverhältnis zu einem Bankberater wichtig.
Leistungsorientierung	<ul style="list-style-type: none"> ■ Für einen besseren Service nehme ich auch höhere Gebühren oder niedrigere Zinsen in Kauf. ■ Für kompetente Beratung durch meine Bank bin ich auch bereit, mehr zu zahlen.

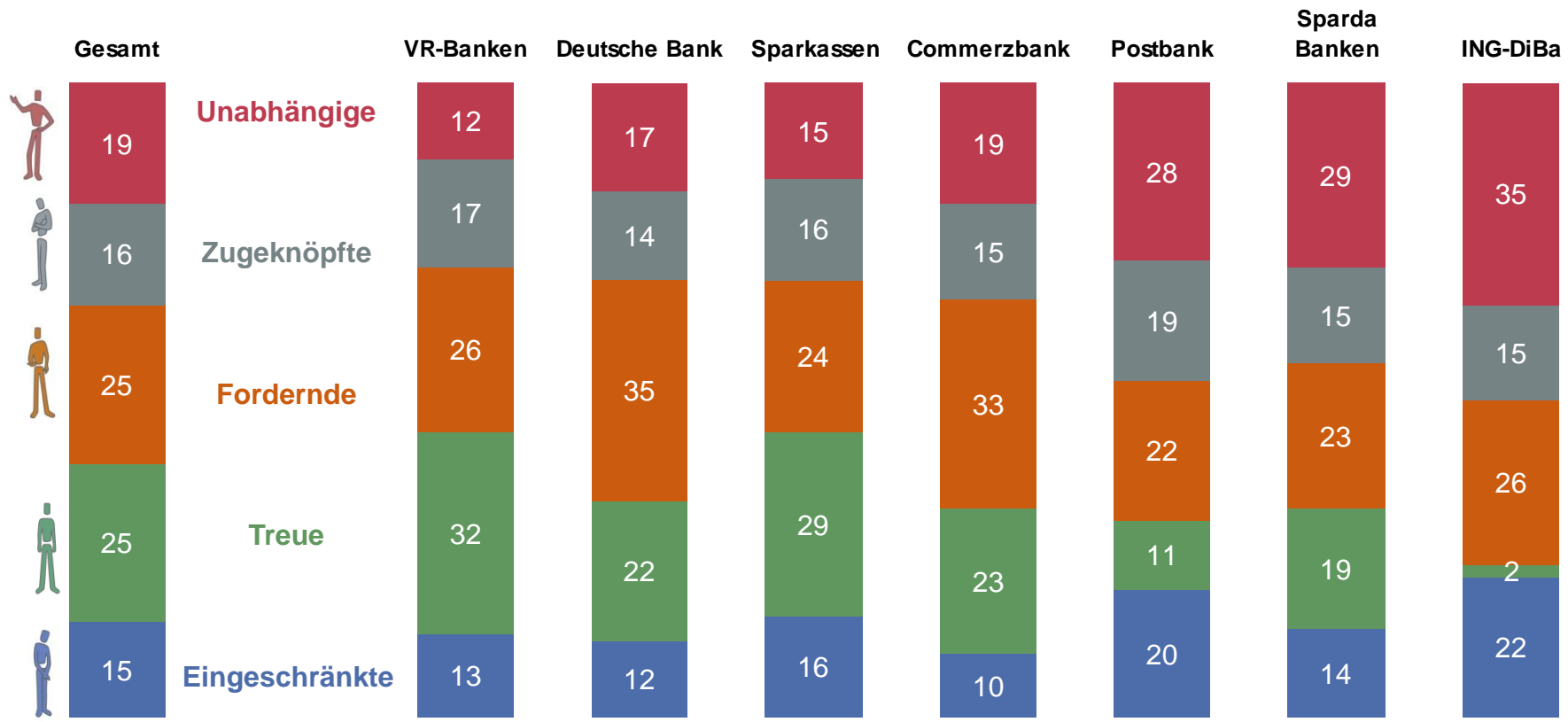
Zugrundeliegende Fragestellungen II

<p>Offenheit für Fremd-anbieter</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ Wenn ich eine gute Geldanlage angeboten bekomme, würde ich zugreifen, auch wenn dieses Angebot von einem anderen Finanzinstitut als von meiner wichtigsten Bank ist. ■ Wenn es ein interessantes Angebot ist, bin ich an Informationen einer fremden Bank interessiert. ■ Es ist mir wichtig, in Finanzangelegenheiten aus den Produkten verschiedener Anbieter auswählen zu können. ■ Für mich käme auch ein Abschluss bei einer ausländischen Bank, z.B. aus Holland, Schweden oder Frankreich, in Frage, auch wenn sie in Deutschland keine eigene Niederlassung hat.
<p>Offenheit für Angebote der eigenen Bank</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ Ich finde es gut, wenn mir meine Bank unaufgefordert ein Angebot macht, das auf meine persönliche Lebenssituation abgestimmt ist. ■ Ich erwarte von meiner Bank, dass sie mich regelmäßig über neue Produkte und Leistungen informiert. ■ Ich wäre damit einverstanden, dass meine Bank zusätzliche Daten über mich speichert, damit sie mir dazu passende Angebote machen kann.

YouGov – Bankkunden-Typologie



Verteilung Bankkunden-Typologie nach Hauptbanken



Angaben in Prozent

Der Unabhängige

Der Unabhängige

In Sachen Leistung ist der Unabhängige ein Optimierer: Hohe Performance steht bei seinen Zielen an erster Stelle. Für mehr Service auf Kostenvorteile zu verzichten oder für besseren Service gar zusätzliche Gebühren zu zahlen, kommt ihm nicht in den Sinn. Kostenlose bzw. sehr niedrige Kontoführungsgebühren und gute Konditionen sind ihm bei der Wahl der Hauptbank überdurchschnittlich wichtig.

Der Unabhängige hat eine besonders hohe Kompetenz in Finanzangelegenheiten. Hier ist er in seinem Element und deshalb ist der Unabhängige gut über das Börsengeschehen informiert. Aufgrund seiner Kompetenz ist er auch bereit, höhere Risiken einzugehen und chancenorientiert zu investieren.

Kompetenz drückt sich auch an anderer Stelle aus: Häufiger als alle anderen Typen vergleicht der Unabhängige viele Angebote und sucht sich dann das günstigste heraus. Dabei ist er unabhängig, d.h. nicht auf seine Hauptbank fixiert, es könnte sich sogar um das Angebot einer ausländischen Bank ohne regionale Niederlassung in Deutschland handeln. Als „Rosinen-Picker“ ist dem Unabhängigen natürlich wichtig, das Beste aus den Finanzprodukten verschiedener Anbieter wählen zu können. Der Unabhängige besitzt die meisten Bankverbindungen aller Kundentypen. Er hat die niedrigste Bindung an die Hauptbank und den höchsten Wechsler-Anteil.

Der Unabhängige legt ein aktives Informationsverhalten an den Tag. Er informiert sich aus unabhängigen Quellen: Er liest Finanz-Zeitschriften, konsultiert das Internet und sieht sich im Fernsehen Wirtschaftsmagazine an.

Weitere Finanz-Produkte plant der Unabhängige – öfter als andere Kundentypen – im Internet oder über einen Versicherungsmakler abzuschließen. Auf seinem „Einkaufszettel“ befinden sich aktuell vor allem Fonds und Aktien.

Folgende Personengruppen sind überdurchschnittlich häufig unter den Unabhängigen zu finden: Männer im mittleren Alter, Ledige in fester Partnerbindung, Personen mit höherem Bildungsstand und einem überdurchschnittlichen Haushaltsnetto-Einkommen.

Merkmale des Unabhängigen

- autonom, eigenständig
- geringe Bindung an die Hauptbank
- orientiert sich stark an Preis und Rendite
- ist sehr kompetent in Finanzfragen
- handelt chancenorientiert
- begegnet seinem Berater mit einer gewissen Skepsis
- ist überdurchschnittlich gebildet
- **Leitmotiv: Renditeoptimierung**



Der Zugeknöpfe

Der Zugeknöpfe

Der Zugeknöpfe lässt sich von seiner Bank nur ungern in die Karten schauen. Zwar ist er für kompetente Beratung aufgeschlossen und sucht auch den Kontakt zu seiner Bank. In der Beratung ist er jedoch ein schwieriger Kandidat, da er zu seinem Berater ein eher distanzierendes Verhältnis pflegt und diesem gegenüber nur ungern seine Vermögensverhältnisse offenlegt. In der Beratung verhält sich der Zugeknöpfe sach- und nicht beziehungsorientiert. Erschwerend für die Beratung kommt hinzu, dass der Zugeknöpfe sich als wenig kompetent in Gelddingen einstuft. Dennoch versucht er, durch den Vergleich mehrerer Angebote das beste Institut bzw. Produkt zu finden. Dabei ist er zu „kontrolliertem“ Risiko bereit und dementsprechend fremden Banken gegenüber durchaus aufgeschlossen. Der Zugeknöpfe legt Wert darauf, dass er zunächst auf eine Bank zugeht, um Rat einzuholen. Proaktive Angebote seitens seiner oder anderer Banken sind ihm nicht wichtig. Um sich zu informieren, nutzt er bevorzugt unabhängige Quellen wie das Internet oder er spricht mit Freunden, Bekannten und Verwandten. Trotz seines distanzierenden Verhältnisses zu seiner Bank, wäre er aber durchaus bereit, höhere Gebühren zu zahlen, um sich beispielsweise auch Samstag in der Filiale beraten zu lassen. Der Zugeknöpfe ist somit hochwertigen Beratungsangeboten gegenüber aufgeschlossen – selbst wenn er ungern Auskunft über seine Vermögensverhältnisse gibt.

Bankprodukte wird er in Zukunft – öfter als andere Kundentypen – im Internet abschließen. Auch hier zeigt sich seine Distanz zum Berater. Geplant sind dabei in den nächsten 12 Monaten vor allem Sparanlagen oder Altersvorsorge-Produkte.

Folgende Personengruppen sind überdurchschnittlich häufig unter den Zugeknöpfen zu finden: Jüngere Personen, Ledige mit oder ohne feste Partnerbindung, Personen mit höherem Bildungsstand.

Merkmale des Zugeknöpfen

- Distanz, Misstrauen
- geringe Kompetenz
- mittlere/geringe Bindung an den Berater
- vergleicht, kennt sich aber nicht wirklich aus
- überdurchschnittliche Kontenzahl
- Internet-, SB-Affinität
- **Leitmotiv: lässt sich ungern in die Karten schauen**



Der Fordernde

Der Fordernde

Der Fordernde erwartet besondere Leistungen von seiner Bank. Ihm ist ein persönliches Vertrauensverhältnis zu seinem Berater extrem wichtig. In Finanzangelegenheiten kennt er sich zwar gut aus und informiert sich auch aktiv. „Alleingänge“ sind aber nicht sein Ding: Sein Berater ist über seine Vermögensverhältnisse gut informiert. Beratung muss – der hohen Kompetenz des Fordernden angemessen – ein hohes Maß an Fachkompetenz aufweisen. Dementsprechend sind Kompetenz und Servicequalität, hohe Leistungen und hochwertige Beratung für ihn auch bei der Wahl der Hauptbank besonders wichtig. Für Beratungsleistungen ist der Fordernde auch stärker als die anderen Kundentypen bereit, höhere Gebühren zu zahlen. Seine hohe Bankberatungs-Affinität erstreckt sich auch auf Versicherungsfragen. Trotz seiner hohen Erwartungen ist der Fordernde mit seiner Hauptbank zufrieden und folglich gebunden. Proaktive Angebote seiner Bank schätzt er. Er ist aber gleichzeitig offen für die Angebote fremder oder ausländischer Banken. Er hat bereits viele „sichere“ Produkte in seinem Anlageportfolio (Bausparvertrag, festverzinsliche Wertpapiere), weshalb er sich eine höhere Risikobereitschaft leisten kann. Er ist am besten von allen Typen über seine Altersvorsorge informiert und überdurchschnittlich häufig besitzt er Kapital-Lebensversicherungen und eine private

Rentenversicherung. Zu Informationszwecken liest er

Finanzzeitschriften und Info-Broschüren der Banken oder spricht direkt mit dem Bankberater. Folgende Personengruppen sind überdurchschnittlich häufig unter den Fordernden zu finden: Jüngere, eher in Partnerschaft gebunden, Verheiratete.

Merkmale des Fordernden

- hohe Leistungserwartungen
- sehr beratungsaffin
- sieht sich als Partner des Beraters und umgekehrt
- ist sehr kompetent und informiert sich auch selbst
- ist anderen Instituten und Produkten gegenüber aufgeschlossen
- handelt auf sicherer Basis chancenorientiert und ist risikobereit
- wünscht proaktive Angebote und Infos von seiner Bank
- wenig preisorientiert
- **Leitmotiv: Top-Betreuung „auf Augenhöhe“**



Der Treue

Der Treue

Der Treue ist seiner Hauptbank eng verbunden. Gerne lässt er sich von seinem Berater, den er auch über persönliche Entwicklungen auf dem Laufenden hält, unter die Arme greifen. Für entsprechende Beratung und Service ist er zwar nicht bereit, höhere Gebühren zu zahlen, die Wahrscheinlichkeit, dass er eine neue Bankverbindung eröffnet, ist jedoch gering: 75% aller Treuen haben lediglich eine Bankverbindung!

Der Treue weist demzufolge auch den geringsten Anteil von Wechslern auf. Er ist ein sicherer, vergleichsweise „pflegeleichter“ Kunde, der seiner Bank – im Vergleich zu den anderen Typen – überdurchschnittlich lange verbunden bleibt. Der Treue ist von seiner Bank überzeugt, von allen Typen hat er die höchste Kundenzufriedenheit und die höchste Bereitschaft, seine Bank weiter zu empfehlen. Bei Neuabschlüssen kommt vor allem die Hauptbank in Frage. Produkt- und Preisvergleiche werden – auch aufgrund seiner mittleren Kompetenz in Finanzdingen – nur in Ausnahmefällen unternommen.

Der Treue präferiert sichere Anlagen, so sind z. B. festverzinsliche Wertpapiere, Investmentfonds (statt Aktien) und Bausparverträge überdurchschnittlich häufig vertreten. Aus diesem Grunde sind ihm auch Angebote fremder oder ausländischer Banken eher suspekt. Nach dem Motto „Was der Bauer nicht kennt, frisst er nicht“ ist er vor allem Angeboten und Informationen der eigenen Bank gegenüber

Dem entsprechend ist der eigene Berater nahezu die einzige wichtige Informationsquelle in Bezug auf Finanzangelegenheiten. Folgende Personengruppen sind überdurchschnittlich häufig unter den Treuen zu finden: Ältere Personen, Personen mit niedrigem Bildungsstand, Verheiratete, Haushaltsnetto-Einkommen von 1.000 bis unter 2.500,- €.

Merkmale des Treuen

- mittlere Kompetenz in Geldangelegenheiten
- hohe Orientierung am Berater
- unterdurchschnittliches bis durchschnittliches Einkommen
- starke Tendenz zur Exklusivbank
- bevorzugt konservative, sichere Anlagen
- Treue, bis hin zur Immunität gegenüber anderen Angeboten
- **Leitmotiv: Sicherheit und Unterstützung**



Der Eingeschränkte

Der Eingeschränkte

Der Eingeschränkte beschäftigt sich nur ungern mit Finanzangelegenheiten. Verantwortlich hierfür sind seine geringen Handlungsspielräume, die sich durch seine geringe Kompetenz/Bildung, sein niedriges Einkommen und den dadurch eingeschränkten Finanzrahmen ergeben. Fast 80% der Eingeschränkten haben nur eine Bankverbindung, der höchste Ein-Bank-Kundenanteil aller Segmente. Seine Wechselbereitschaft ist gering ausgeprägt, jedoch stärker aus Gewohnheit als aus Überzeugung, denn er ist mit seiner Bank eher unzufrieden.

Die Zurückhaltung des Eingeschränkten spiegelt sich auch in einer geringen Berater- und Serviceorientierung wider. Er informiert sich faktisch nur wenig, auch wenn er das gerne von sich behauptet. An Informationen, Zusatzleistungen und persönlichen Angeboten seiner Bank ist er nicht interessiert, da er darin wenig Nutzen für sich sieht. Wenn überhaupt, bezieht er seine Informationen aus der Tageszeitung, über Freunde, Bekannte und Verwandte. Produkte schließt der Eingeschränkte am liebsten in der Filiale seiner Bank ab.

Andere Vertriebswege sind ihm – ebenso wie Direkt-Marketing – suspekt. Risikoreiche Anlageformen scheut der Eingeschränkte „wie der Teufel das Weihwasser“.

Preisvergleiche verschiedener Angebote und Anbieter unternimmt er in der Regel nicht. Er will (oder muss) kurzfristig über sein Geld verfügen können, langfristige und feste Geldanlageformen kommen folglich für ihn nur bedingt

in Frage. Stattdessen nimmt er vergleichsweise häufig Kredite in Anspruch.

Unter den Eingeschränkten finden sich besonders viele ältere Personen mit niedrigem Bildungsstand und geringem Haushaltsnetto-Einkommen. Überdurchschnittlich viele Eingeschränkte wohnen zur Miete.

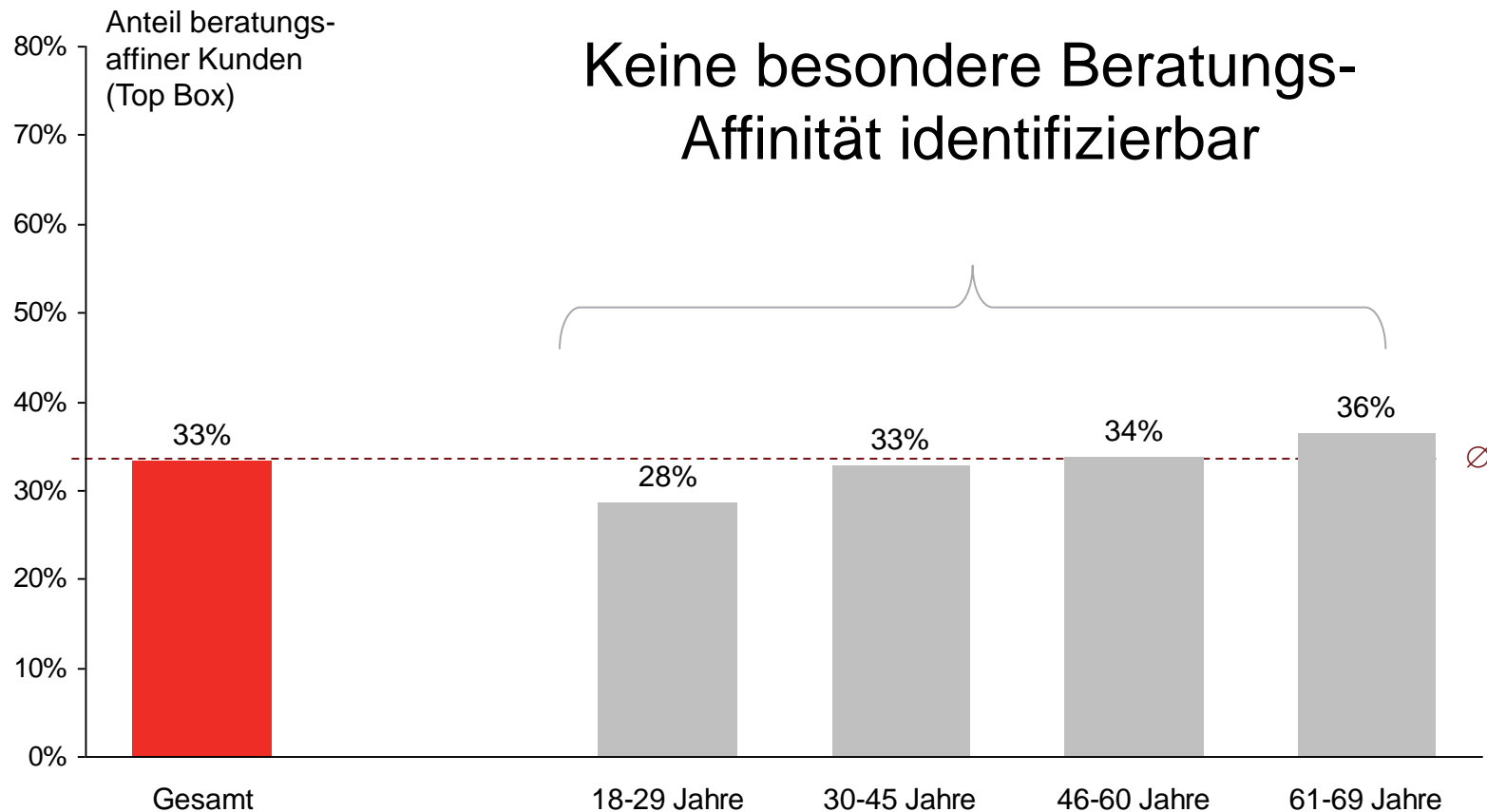
Merkmale des Eingeschränkten

- geringeres Einkommen, geringes Potenzial für Geldanlage
- wenig interessiert an Finanzangelegenheiten
- trotz Unzufriedenheit wird die Bank kaum gewechselt („resignativ zufrieden“)
- stehen Banken distanziert gegenüber
- **Leitmotiv: geringe Handlungsspielräume**



Anwendungsmöglichkeiten:

Problem: Niedrige Beratungsaffinität



Beratungsaffinität: Kunden, denen das persönliche Vertrauensverhältnis zu einem Bankberater besonders wichtig ist, deren Bankberater über ihre Vermögensverhältnisse gut informiert ist und/oder die ihn über wesentliche Änderungen in ihrem Leben auf dem Laufenden halten. Alle Variablen gehen zu gleichen Teilen in den Beratungsaffinitätswert ein.

Anwendungsmöglichkeiten:

Ergebnis: Effizienzgewinne durch gezielte Ansprache

