

Preiskampf verunsichert Bankkunden

28.04.2004, 23:58 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: *Mummert Consulting*

Portrait

Aggressive Preisdumping-Kampagnen wird es bei Kreditinstituten nicht geben. Die Branche investiert stattdessen in den kommenden drei Jahren massiv in individuelle Kundenservices und in das Beschwerdemanagement. So sollen Stammkunden stärker gebunden werden. Denn 58 Prozent aller zufriedenen Kunden empfehlen ihre Bank weiter. Preiskämpfe hingegen verunsichern ihn. Die Gefahr: Der Kunde verliert die Orientierung, wo er dauerhaft mit seinem Beratungsbedarf am besten aufgehoben ist. Zu diesem Ergebnis kommt der Managementkompass Vertrieb von Mummert Consulting und vom F.A.Z.-Institut. Vor allem in den Außendienst wird investiert: Jedes zweite Kreditinstitut wird bis zum Jahr 2005 die Beratung außerhalb der Filiale anbieten. Darüber hinaus bauen 64 Prozent der Banken die proaktive Kundenbetreuung durch Call-Center aus. Telefonisch werden die Kunden dann zum Beispiel auf neue Anlagemöglichkeiten, Versorgungslücken oder auf die anstehende Verlängerung des Hypothekenkredits angesprochen. Die konkrete Beratung erfolgt dann zunehmend in spezialisierten Filialen, in denen Experten für Altersvorsorge, Immobilien oder Vermögensaufbau die Kunden intensiv betreuen. Jedes zweite Kreditinstitut nutzt den Umbau des Filialnetzes, um diese spezialisierten Beratungszentren zu schaffen. Die intensive und proaktive Betreuung soll die Kundenbindung deutlich erhöhen. Klappt es mit der Kundenbindung, können die Banken auch ihre Vertriebsumsätze steigern. Das Ziel: vollständige Deckung der Kundenbedürfnisse aus einer Hand. Untersuchungen bei Versicherungen zeigen, dass sich die Treue von Kunden mit drei Verträgen bei einer Gesellschaft im Vergleich zu Kunden mit nur einem Vertrag verachtfacht. Bisher liegt die Cross-Selling-Quote deutscher Kreditinstitute bei 2,5 Produkten pro Kunden. Eine weitere Möglichkeit, den Kunden stärker zu binden und damit das Cross-Selling zu steigern, bieten Karten- und Bonussysteme. Trotz guter Erfahrungen in anderen Branchen hält sich die Finanzbranche hier aber vorerst zurück. Das Interesse an Bonussystemen ist zwar leicht gestiegen, trotzdem nutzen bisher beispielsweise nur 15 Prozent der Kreditinstitute ein Kundentreueprogramm. Weitere 19 Prozent planen erstmals Investitionen in diesem Bereich.

News-ID: 6436 • Views: 1674 (Stand: 03.06.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/6436/Preiskampf-verunsichert-Bankkunden.html>