

Banken umwerben ihre Ex-Kunden Wer kuendigt, wird umworben

29.04.2004, 01:09 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: *Mummert Consulting*

Banken entdecken ihre Ex-Kunden. Die Folge: Programme zur Kundenrueckgewinnung gewinnen an Bedeutung. Jede fuenfte Bank will hier bis 2005 erstmals Massnahmen ergreifen, weitere 18 Prozent planen einen Ausbau. Abgeschlossen haben diese Programme dagegen nur fuenf Prozent der Banken. Zu diesem Ergebnis kommt die Studie Branchenkompass Kreditinstitute der Mummert Consulting AG und des F.A.Z.-Instituts, fuer die 100 Topmanager der Branche befragt wurden.

Der Kampf um die Kunden beginnt vor der Kuendigung. Die Wechselbereitschaft der Kunden ist gestiegen. Die Konkurrenz aus Direktbanken und Onlineabwicklern bietet den Kunden Alternativen. Die Kreditinstitute reagieren hierauf mit verstaerkten Bemuehungen, Kunden zu binden oder neue zu gewinnen. Mehr als neun von zehn Banken bewerten diese Massnahmen als bedeutend, sechs von zehn sogar als sehr bedeutend. Am Anfang aller Massnahmen stehen Informationen ueber die Kunden. Ohne diese koennen die Banken Kundenbeziehungen nur schwer aufbauen oder pflegen. Den Kern des so genannten Customer Relationship Managements (CRM) bilden daher Kundeninformationssysteme. Hier liegt der Investitionsschwerpunkt der Banken: 88 Prozent investieren bis 2005 in solche Systeme.

Informationen ueber die Lebensumstaende der Kunden sind eine Seite der Medaille. Wichtig ist aber auch zu erfahren, ob die Kunden mit den angebotenen Leistungen zufrieden sind. Die Folge: 86 Prozent der Banken fuehren in den kommenden Jahren Befragungen zur Zufriedenheit ihrer Kunden durch. Besonderes Augenmerk gilt hierbei kuendigungswilligen Kunden. Diese fruehzeitig zu erkennen ist Ziel der Kreditinstitute. 17 Prozent investieren daher bis 2005 erstmals in die Kuendigerfrueherkennung, 22 Prozent planen hier weitere Investitionen.

Die Banken nutzen die so gewonnenen Kundeninformationen verstaerkt zur Abstimmung ihrer Massnahmen. Beispielsweise gliedern sie die Kundenbetreuung verstaerkt nach den Lebensumstaenden der jeweiligen Kunden. Der Vorteil: Die Kunden koennen gezielter beraten werden. Nahezu neun von zehn Banken investieren in solche Betreuungskonzepte. Die Banken nutzen die Kundeninformationen auch im Kampagnenmanagement. 76 Prozent planen hier Investitionen fuer die kommenden Jahre. Der Grund: Das Kampagnenmanagement erlaubt den Banken, ihren Kunden die passenden Produkte zur jeweiligen Einkommens- und Lebenssituation anzubieten.

Joerg Forthmann

Portrait

Fax: 040/227 03-7961

News-ID: 7840 • Views: 1810 (Stand: 13.10.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/7840/Banken-umwerben-ihre-Ex-Kunden-Wer-kuendigt-wird-umworben.html>