

## Nur die Hälfte der Deutschen sieht einen Unterschied zwischen ihrer Hauptbank und anderen Kreditinstituten

**Köln, 12.02.2019.** In Zeiten der bewegten Finanzbranche und neuer Wettbewerber ist es für Banken und Sparkassen umso wichtiger, sich von anderen Geldinstituten abzuheben.

Nur für die Hälfte (50 Prozent) der Deutschen hebt sich ihre Hauptbank positiv von anderen Instituten am Markt ab. Rund ein Drittel (32 Prozent) vermag keine Unterschiede zwischen der Hauptbank und anderen Banken erkennen. Dies ist das Ergebnis der Analyse „[Austauschbarkeit von Geldhäusern](#)“ des internationalen Marktforschungs- und Beratungsinstituts YouGov in Zusammenarbeit mit Der Bank Blog, für die 2.212 Personen ab 18 Jahren vom 05. bis 08. November und vom 30. November bis 04. Dezember 2018 mittels standardisierter Online-Interviews bevölkerungsrepräsentativ befragt wurden.

### **Direktbanken und Genossenschaftsbanken mit stärkerer Differenzierung**

Je nachdem, bei welcher Bank der Befragte seine Hauptbankverbindung hat, zeigen sich deutliche Unterschiede. Am besten schneiden Direktbanken ab. Hier sagen drei Viertel (74 Prozent) der Kunden, die eine Direktbank als Hauptbankverbindung angeben, dass sich diese positiv von anderen Instituten abhebt. Es folgen die Genossenschaftsbanken mit 56 Prozent, die Großbanken mit 45 Prozent und die Sparkassen, bei denen lediglich 43 Prozent jener, die ihre Hauptbankverbindung bei einer Sparkasse haben, angeben, dass diese sich positiv von anderen Bankinstituten abhebt.

### **Preis und Service als wichtigste Differenzierungsfaktoren**

Wichtigste Differenzierungsfaktoren für jene, die einen positiven Unterschied zwischen ihrer Hauptbank und anderen Kreditinstituten sehen, sind mit jeweils 33 Prozent der Preis und der Service, dicht gefolgt von der Nähe zur Filiale (31 Prozent). Ein Viertel (25 Prozent) der Befragten nannten einen persönlichen Ansprechpartner als Faktor zur Unterscheidung. Weniger wichtig für eine positive Wahrnehmung sind ein mobiles Angebot per App (12 Prozent) sowie das Produktportfolio (8 Prozent). Nur jeweils jeder zehnte sieht Ehrlichkeit (11 Prozent) und Transparenz (9 Prozent) als wichtigen Faktor für eine positive Differenzierung.

### **Je nach Hauptbank unterscheiden sich die Differenzierungsmerkmale**

Auch hier gibt es Unterschiede in der Gewichtung der Differenzierungsmerkmale abhängig von der Art der Hauptbank. So ist der persönliche Ansprechpartner (35 Prozent) der wichtigste Differenzierungsfaktor für Kunden von Genossenschaftsbanken, während Sparkassen-Kunden die Nähe zur nächsten Filiale (50 Prozent) als wichtigstes Alleinstellungsmerkmal sehen. Bei Großbanken ist es deren Service (33 Prozent), mit dem sie sich in den Augen, jener, die hier ihre Hauptbankverbindung haben, positiv absetzen. Wichtigster Faktor für die Direktbankkunden für eine positivere Einschätzung ihrer Hauptbank ist hingegen der Preis (70 Prozent).

Gustav-Heinemann-Ufer 72  
50968 Köln  
Tel: +49 (0) 221 42061 444  
Fax: +49 (0) 221 42061 1444



„Je nachdem, bei welcher Bank die Befragten Kunde sind, unterschieden sich die zugeschriebenen Alleinstellungsmerkmale deutlich voneinander“, so Peter Mannott, Team Manager Custom Research. „Dies deutet auf die unterschiedlichen Bedürfnisse und Erwartungen der Kundengruppen hin, die sich in der entsprechenden Wahl des Hauptbanktyps widerspiegelt.“

### **Qualität entscheidet über erfolgreiche Differenzierung**

Eine Gruppierung der Merkmale in die sechs Eigenschaften Kundennähe, Vertrauen, Preise, Digitale Angebote, Image und Produkte zeigt, dass qualitative Elemente entscheidend für eine erfolgreiche Differenzierung im Finanzsektor sind. Die Kundennähe steht für drei von vier Befragten (73 Prozent) im Fokus und ist das mit Abstand wichtigste Merkmal. Mit deutlichem Abstand folgen Vertrauen (36 Prozent), Preise (3 Prozent) und digitale Angebote (31 Prozent). Weniger wichtig sind das Image (9 Prozent) und die Produkte (8 Prozent).

### **Banken müssen ihre speziellen Differenzierungsmerkmale nutzen**

„Wichtig bei einer Differenzierung ist nicht der tatsächliche Unterschied, sondern der vom Kunden wahrgenommene Unterschied“, so sagt Dr. Hansjörg Leichsenring, Herausgeber des Bank Blogs. „Für Filialinstitute ist dies die Beibehaltung der Kundennähe. Insbesondere die Sparkassen und Genossenschaftsbanken riskieren bei einem zu radikalen Rückzug aus der Fläche, Differenzierungswahrnehmung zu verlieren. Direktbanken haben der Analyse zufolge wenig Spielraum, ihre Preise zu erhöhen. Für sie kommt es also darauf an, die Kosten weiter im Griff zu behalten, um ihr wichtigstes Differenzierungsmerkmal nicht zu gefährden.“

**Die vollständige Analyse zum Thema „Alleinstellungsmerkmale von Geldhäusern“ kann kostenfrei unter der Angabe von Kontaktdaten hier heruntergeladen werden:**

[http://www.yougov.de/download/alleinstellungsmerkmale\\_banken](http://www.yougov.de/download/alleinstellungsmerkmale_banken)

Medienvertreter können die Analyse über den Pressekontakt erhalten.

Pressekontakt:

YouGov Deutschland GmbH  
Lisa Inhoffen  
Manager PR  
Tel.: +49 (0) 221 420 61 – 444  
E-Mail: [presse@yougov.de](mailto:presse@yougov.de)

Gustav-Heinemann-Ufer 72  
50968 Köln  
Tel: +49 (0) 221 42061 444  
Fax: +49 (0) 221 42061 1444



Der Bank Blog  
Dr. Hansjörg Leichsenring  
Herausgeber und Chefredakteur  
Tel. +49 (4154) 98 96 28  
E-Mail: [info@der-bank-blog.de](mailto:info@der-bank-blog.de)

+++ +++ +++

Über YouGov:

YouGov ist eine internationale Data and Analytics Group. Unsere Daten basieren auf unserem hochgradig partizipativen Panel, bestehend aus weltweit 6 Millionen Menschen. Aus diesem kontinuierlichen Datenstrom, kombiniert mit unserer breiten Forschungsexpertise und Branchenerfahrung, haben wir eine systematische Forschungs- und Marketingplattform entwickelt.

Mit 36 Standorten in 23 Ländern und Panelmitgliedern in 38 Ländern verfügt YouGov über eines der zehn größten Marktforschungsnetzwerke weltweit.

Weitere Informationen finden Sie unter [yougov.de](http://yougov.de)

**YouGov Deutschland GmbH**

Gustav-Heinemann-Ufer 72  
50968 Köln  
[presse@yougov.de](mailto:presse@yougov.de)

Über Der Bank Blog:

Der Bank Blog ist das führende Internetmagazin für Fach- und Führungskräfte in der Finanzbranche und berichtet seit 2011 über aktuelle und grundsätzliche Trends und Entwicklungen in Banken und Sparkassen.

Weitere Informationen finden Sie unter [presse@yougov.de](mailto:presse@yougov.de)