

02.02.2023 - 11:36 Uhr

Nächste Phase des Einlagenwettbewerbs: Attraktivere Angebote bei Direktbanken treffen auf weiterhin große Zurückhaltung bei Regionalbanken

Köln / Frankfurt (ots) -

Der Wettbewerb im Einlagengeschäft ist derzeit gespalten. Während sich Direktbanken inzwischen im offenen Wettbewerb um Neukunden befinden und sich gegenseitig nahezu wöchentlich mit immer noch attraktiveren Angeboten überbieten, zahlen Regionalinstitute überwiegend noch überhaupt keine Zinsen in kurzfristigen Produkten. Ein Kommentar von Steffen Ulitzka und Steven Kiefer von der globalen Strategieberatung Simon-Kucher:

Der 31. Januar 2023 markiert einen weiteren "Tabubruch" im bereits seit Monaten zumindest im Direktbanken-Sektor reaktivierten Einlagenwettbewerb. Seit diesem Tag ist klar, dass dieser künftig nicht länger nur auf der Grundlage immer höherer und länger garantierter Zinsen auf Tagesgeldkonten ausgetragen werden wird. Stattdessen bietet die C24-Bank, als erste Bank in Deutschland seit Beginn der Zinswende, nun auch eine Verzinsung auf Girokonten. Dabei bietet die C24-Bank nicht nur einen durchaus attraktiven Zinssatz von 2,0 Prozent an, sondern garantiert diesen auch gleich bis zum Ende des Jahres. Danach sollen weiterhin Guthabenzinsen in Abhängigkeit des dann gültigen EZB-Leitzinses gezahlt werden.

Aus einer völlig anderen Welt hingegen erscheint bei Blick auf das Angebot der C24-Bank und jener anderer Direktbanken die Schlagzeile von [Bild.de](https://www.bild.de). Dort wird die noch immer weitestgehende Zurückhaltung der deutschen Regionalbanken bei der Weitergabe des gestiegenen Zinsniveaus an die Einlagenkunden angeprangert. Passenderweise wird dabei auch auf das taggleich veröffentlichte Angebot der C24-Bank als besonders empfehlenswert verwiesen. Regionalbanken müssen sich bewusst sein, dass die bisherige Zurückhaltung im Wettbewerb weder auf Dauer durchzuhalten noch wirklich sinnvoll sein wird. Stattdessen gilt es nun, mögliche Kundenreaktionen vorausschauend zu bedenken und abzuwägen. Dabei gilt, dass als Kundenreaktionen auf mögliche Entscheidungen im Einlagengeschäft neben Zu- und Abwanderungen oder einem Verbleib in gegenwärtigen Produkten auch interne Umschichtungen (z.B. von kurz- in langfristige Produkte) zu erwarten sind. Die Wahrscheinlichkeit derartiger Reaktionen wird ganz wesentlich von der gewählten Preis- und Produktstrategie beeinflusst. Da jede genannte Form der Kundenreaktion mit unterschiedlich hohen Ertragswirkungen verbunden ist, müssen Preis- und Produktentscheidungen unter Berücksichtigung möglicher Kundenreaktionen abgewogen werden.

So bedeutet der gänzliche Verzicht auf die Weitergabe von Zinsen gleichzeitig auch eine Maximierung der Eintrittswahrscheinlichkeit für mögliche Kundenabwanderungen. Dies ist von hoher Bedeutung, da Kundenabwanderungen weiterhin die aus Bankensicht teuerste Kundenreaktion darstellen. Ebenfalls maximiert eine derartige Strategie das Risiko negativer Berichterstattung oder einer Beschädigung des eigenen Anbieterimage ("Fairness") aus Kundensicht. Eine derartige Preis- und Produktstrategie kann langfristig entsprechend nicht wirklich als empfehlenswert angesehen werden.

Ein breitenwirksames Zinsangebot auf Niveau vieler Direktbankangebote muss ebenfalls als nicht ratsam erachtet werden. Dieses würde die Zinsaufwendungen massiv steigen lassen und gleichzeitig den Fokus zu stark auf kurzfristige Tagesgelder lenken, welche in Zeiten hoher Inflationsraten weder für die Banksteuerung, noch für das Ansinnen der Kunden dienlich sind. Demnach sind ausgereifte Preis- und Produktkonzepte notwendig, welche die genannten Kundenreaktionen zielgerichtet adressieren und die zurückgekehrten Erträge der Passivseite (Konditionenbeitrag Passiv) wirklich langfristig stabilisieren.

Über Simon-Kucher

Simon-Kucher ist eine globale Unternehmensberatung mit über 2.000 Mitarbeitenden in 30 Ländern weltweit. Unser Fokus: "Unlocking Better Growth". Wir helfen unseren Kunden, "besser" zu wachsen, indem wir jeden Aspekt ihrer Unternehmensstrategie optimieren, von Produkten und Preisen bis hin zu Innovation, Digitalisierung, Marketing und Vertrieb.

Mit 37 Jahren Erfahrung in Monetarisierung und Pricing gelten wir als weltweit führend in den EBereichen Preisberatung und Unternehmenswachstum.

Pressekontakt:

Für Rückfragen und detaillierte Informationen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung:

Julia Griep (Senior Communications & Marketing Manager)

Tel: +49 221 36794 486

E-Mail: julia.griep@simon-kucher.com

[simon-kucher.com](https://www.simon-kucher.com)

