

08.05.2023 - 10:29 Uhr

Simon-Kucher-Studie zum deutschen Privatkundengeschäft im Banking: Großes Wachstumspotenzial für Regionalbanken

Köln/Frankfurt (ots) -

Nach fast zehn Jahren Null- und Negativzinsphase sehen sich Kunden und Banken mit einem neuen Zinsumfeld konfrontiert. Für viele Marktteilnehmer stellen sich jetzt zwei Fragen: Wie hat sich das Kundenverhalten durch diese lange Phase der Zinsabstinenz verändert? Und: Welche Wachstumschancen ergeben sich dadurch?

- Deutscher Privatkundenmarkt bleibt äußerst heterogen mit Blick auf Marktsegmente und mögliche Geschäftsmodelle
- Identifikation von vier relevanten Kundensegmenten: "Vermögende Finanzprofis", "Aufstrebende Anleger", "Risikoscheue Interessierte" und "Konservative Verwahrer"
- Einlagengeschäft wird für Regionalbanken zum absoluten Schlüsselfaktor für künftiges Wachstum im Privatkundengeschäft

Die aktuelle Studie zum Privatkundengeschäft*, durchgeführt von der globalen Strategieberatung Simon-Kucher, zeigt, dass sich das Kundenverhalten in Folge von fast zehn Jahren Zinsabstinenz deutlich verändert hat. Neue Medien und Wettbewerber sind im Bewusstsein nahezu aller Privatkunden angekommen und inzwischen fester Bestandteil der Entscheidungsfindung.

"Trägheitsannahmen früherer Jahre, insbesondere im Einlagengeschäft, sollten demnach nur mit äußerster Vorsicht auf künftige Verhaltensprognosen der eigenen Kundschaft übertragen werden", sagt Steffen Ulitzka, Partner im Bereich Regionalbanken bei Simon-Kucher.

Eindeutige Kundensegmente identifizierbar

Innerhalb der untersuchten Stichprobe lässt sich eine zunehmende Relevanz neuer Medien erkennen. Mithilfe statistischer Verfahren wurden im Rahmen der Studie vier Kundensegmente identifiziert: "Vermögende Finanzprofis", "Aufstrebende Anleger", "Risikoscheue Interessierte" und "Konservative Verwahrer". Diese weisen ein Entscheidungsverhalten hinsichtlich Finanzdienstleistungen auf, welches sich über den gesamten Kaufzyklus, angefangen bei der Informationssuche bis zum Nutzungsverhalten, teilweise erheblich unterscheidet. "Es besteht die klare Notwendigkeit einer differenzierten Marktbearbeitung. Die in vielen Banken rein an soziodemografischen Kriterien vorgenommene Markt- und Kundensegmentierung lässt erkennen, dass in manchen Segmenten ein vorhandener Bedarf noch nicht ausreichend adressiert wird. So verfügt das Segment der 'Risikoscheuen Interessierten' durchaus über Interesse am Wertpapiergeschäft, jedoch geben nur etwas mehr als 30 Prozent dieser Kunden an, jemals zu diesem Thema angesprochen worden zu sein", sagt Steven Kiefer, Director im Bereich Regionalbanken bei Simon-Kucher.

"Von hoher Wichtigkeit für die Bearbeitung der Segmente wird in Zukunft das Einlagengeschäft sein. Dies gerade auch deshalb, weil diese Produktkategorie von nahezu allen Segmenten in ähnlichem Ausmaß, jedoch mit völlig unterschiedlichen Bedarfen und Erwartungshaltungen genutzt wird. Ebenso zeigt die Erfahrung, dass Einlagen ein klassisches 'Fremdprodukt' abseits der eigenen Hausbankbeziehung darstellen, welches von neuen Wettbewerbern vergleichsweise einfach zur Neukundengewinnung eingesetzt werden kann. Nahezu jeder dritte Regionalbankkunde gibt beispielsweise an, eine bestehende Zweitbankverbindung hauptsächlich für die Verwaltung von Einlagen zu nutzen", ergänzt Steffen Ulitzka.

Entscheidung zu Einlagenprodukten nicht rein rational

Die Studie zeigt, dass gerade das Entscheidungsverhalten bei Einlagenprodukten nur in seltenen Fällen streng rationalen Regeln folgt. Abstrakte Sicherheitsbedürfnisse dominieren das Kundenverhalten in nahezu allen Segmenten wesentlich stärker als das Streben nach einer möglichst hohen Verzinsung. Werden diese Bedürfnisse jedoch nicht adressiert, verbleibt der Preis als einzige Entscheidungsgröße. Gerade für innovative Konzepte im Einlagengeschäft existieren enorme Zahlungsbereitschaften, welche gerade von Regionalbanken noch deutlich stärker abgeschöpft werden könnten. Steven Kiefer kommentiert: "Aufgrund der gestiegenen Markttransparenz dürfte dies in Zukunft gar eine zwingende Anforderung darstellen. Dies gilt insbesondere dann, wenn das Einlagengeschäft nicht zur Kannibalisierung, sondern zur Förderung des Wertpapiergeschäftes eingesetzt werden soll. Ebenso wie bei Einlagen, zeigt die Studie auch hier eine klare Präferenz der Kundschaft zu alternativen Preismodellen im Wertpapiergeschäft."

**Über die Studie: Die Studie "Privatkundengeschäft 2023" wurde von Simon-Kucher zwischen Januar und Februar 2023 in Deutschland durchgeführt. Hierzu wurden 2.000 Finanzentscheider in einer repräsentativen Erhebung zu ihrem Kauf- und Entscheidungsverhalten befragt. Die verwendete Stichprobe wurde nach aktuellen Angaben des Statistischen Bundesamtes und der Zahlungsverkehrsstatistik der Deutschen Bundesbank quotiert und stellt ein reales Abbild des deutschen Privatkundenmarktes dar. Der Fokus der Studie lag auf allen relevanten Produktfeldern im Privatkundengeschäft mit Ausnahme des Kreditbereiches.*

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 verantwortungsvoll und nachhaltig 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 Bereichen 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

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100019081/100906314> abgerufen werden.