

«Niemand kennt die Menschen so gut wie der Beichtvater, der Bankier und der Bettler.»
Carl Fürstenberg (1850-1933), Berliner Bankier

Persönliche Kundennähe: Mehr Vor- als Nachteile

Eine starke emotionale Bindung zwischen dem Bankkunden und seinem Berater führt in der Regel zu mehr Wertschöpfung des Finanzdienstleisters. Sie kann aber auch ein Hemmnis sein, wie eine Umfrage dreier Absolventen des Executive MBA der Hochschule Luzern – Wirtschaft ergeben hat.

Von Karin Flück Felder, Heinz Wesner, Bruno Leiseder

Finanzdienstleister bieten ihren Kunden immer attraktivere, komplexere und austauschbarere Produkte an. Auf Grund der hohen Anbieterzahl und der grossen Transparenz im Finanzdienstleistungsmarkt ist der Kunde tendenziell gut informiert und weniger loyal zu einem Anbieter oder einem Kundenberater. Die Bereitschaft, eine Bankbeziehung zu beenden, weil es um die Ecke ein besseres Angebot hat, nimmt stetig zu. Lässt sich die Nachhaltigkeit einer Bankbeziehung durch eine starke emotionale Bindung zum Kundenberater steigern? Ja. Unsere Umfrage unter 270 ausgewählten Privatpersonen hat aufgezeigt, dass die emotionale Bindung eines (potenziellen) Kunden zum Kundenberater einer Bank ein entscheidendes Merkmal für den Vertragsabschluss und den Auf- und Ausbau einer wertvollen Kundenbeziehung ist.

Privates und Geschäftliches trennen

Knapp drei Viertel der Umfrageteilnehmer geben an, im Bekanntenkreis einen Bankberater zu haben. Etwas weniger als die Hälfte davon unterhält bei diesem Bekannten auch ein Bankkonto. Wer keine Bankbeziehung zu seinem bekannten Banker führt, begründet dies in erster Linie mit der traditionellen Bankbeziehung, der man treu bleiben will. Hier sind wohl die Leistungsfähigkeit des Finanzdienstleisters und weniger die persönliche Nähe zum Berater entscheidend. Mehrere Personen begründen dies zudem mit dem Trennen von Privatem und Geschäftlichem, wie der Kommentar eines Umfrageteilnehmers zeigt: «Ich trenne private Beziehungen von meiner Vermögensverwaltung. So bleibe ich bei der Vermögensverwaltung emotional unabhängig.»

Mehrere Bankbeziehungen

Von der anderen Hälfte der Befragten, also jenen, die eine Bankbeziehung mit einem Bekannten unterhalten, fertigen gerade mal 7 Prozent alle Bankgeschäfte über diesen Bekannten ab. Die Mehrheit unterhält mehrere Bankbeziehungen. Die Beziehung zum bekannten Bankberater wird von mehr als der Hälfte dieser Gruppe als längere Bekanntschaft beschrieben. Dabei handelt es sich jedoch eher um einen guten Kollegen, den man etwas häufiger sieht, als um einen «besten Freund». Speziell positiv fällt die grosse Zufriedenheit dieser zweiten Gruppe mit der Bankbeziehung zu einem Bekannten auf: 93 Prozent würden diesen Bankberater weiterempfehlen! Fast die Hälfte beurteilt das Vertrauen als sehr gross, dies im signifikanten Unterschied zu der Bankbeziehung zu einem unabhängigen Banker, wo das Vertrauen bei lediglich 12 Prozent der Befragten sehr gross ist. Zudem wurden diverse negative Nennungen zur Bankbeziehung mit einem unabhängigen Banker gemacht. Bei den Bankbeziehungen zu Bekannten gibt es gar keine Negativmeldungen. Die Kunden mit einem persönlich bekannten Kundenberater sind somit loyaler und blenden allfällige Qualitätseinbussen grösstenteils aus.

«Vettern-Berater» und ihre Grenzen

Diese Nähe hat aber auch ihre Grenzen. So wird die persönliche Nähe zum Kundenberater als hinderlich bei einem Bankwechsel empfunden. Zudem bestehen Zweifel, dass die Privatsphäre gewahrt werden kann und der Einblick in den finanziellen Lebensstil wird teilweise als störend betrachtet. Wer kein Bankkonto bei einem Bekannten unterhält, findet noch mehr «hemmende» Argumente. So zum Beispiel, dass die Bankbeziehung allenfalls die persönliche Freundschaft zum

Bankberater belasten könnte. Wegen dieser persönlichen Nähe möchte fast die Hälfte der Befragten eine allfällige finanzielle Überschuldung oder das Vorhandensein von un versteuerten Vermögenswerten nicht mit dem Bekannten besprechen. Mehr als die Hälfte der Befragten kann sich vorstellen, dass der Arbeitsplatzwechsel des bekannten Bankberaters problematisch sein kann. Ein Viertel der Befragten macht sich auch Gedanken über die moralische Pflicht oder die Erwartungshaltung von Gegengeschäften: «Gerade wenn man sich kennt, fühlt man sich eher verpflichtet, eine Anlage beim Kollegen statt bei einem anderen Institut abzuschliessen.»

Gesundes Mass an Distanz wahren

Fazit: Eine Bank profitiert von einer höheren Wertschöpfung, wenn ihre Kundenberater möglichst persönliche und nahe Kundenbeziehungen unterhalten. Wichtig ist aber, auch bei grosser Nähe ein gesundes Mass an professioneller Distanz zu wahren. Dies kann allenfalls durch eine geeignete Stellvertretungsregelung erreicht werden, so dass nicht alle Themen mit dem nahe stehenden Kundenberater besprochen werden müssen. Finanzdienstleister haben diesem Umstand Rechnung zu tragen und ihre Beratungs- und Betreuungskonzepte darauf abzustimmen. Dann kann die auf blindem Vertrauen und hoher Loyalität basierende Bankbeziehung weiter intensiviert und schliesslich für beide Seiten rentabilisiert werden.

Die Autoren sind Teilnehmer des Executive MBA der Hochschule Luzern – Wirtschaft und haben im Rahmen dieser Weiterbildung diese Online-Umfrage erstellt: Versand im April 2011 an 270 durch die Autoren selektierten Privatpersonen in der Schweiz, per E-Mail (vor allem 46- bis 65-Jährige, Männer sind stärker vertreten, gut verteilt über Stadt/Land). 168 haben die Erhebung mit 12 Fragen und statistischen Angaben beantwortet, was einer Rücklaufquote von 61 Prozent entspricht. Ein sehr hoher Wert, der damit begründet werden könnte, dass die Befragten aus dem Bekanntenkreis der Autoren kommen. Somit entspricht die Grundgesamtheit zwar nicht einem repräsentativen Schnitt der Schweizer Bevölkerung, durch die hohe Zahl dürften die Erkenntnisse aus der Studie aber sehr wohl repräsentativ sein. 118 Befragte geben an, einen Bankberater im Bekanntenkreis zu haben. Die Umfrage erfolgte anonym.