Wissen für Entscheider

vocatus:

Abwanderungsrisiko bei Zinsanstieg des Wettbewerbs

Praxisbeispiel: Direktbank

Hohe Unsicherheit der Banken bei steigenden Zinsen

Bei steigenden Zinsen tendieren Banken dazu, sich am Wettbewerb zu orientieren und bei Zinssteigerungen entsprechend gleichzuziehen, um keine Kunden zu verlieren. Eine große deutsche Direktbank beauftragte Vocatus jedoch mit der Fragestellung, ob sie den Zinssatz auch unterhalb des Wettbewerbs ansetzen können, ohne dadurch Kunden zu verlieren.

Gefahr der Abwanderung bei Zinsdifferenz

Da nicht alle Kunden gleichermaßen involviert und rational mit dem Thema Finanzen umgehen, musste zunächst der Entscheidungsprozess und das Abwanderungsrisiko der Kunden analysiert werden.

Vocatus identifizierte deshalb mittels einer empirischen Studie drei Entscheidertypen, die für die Bank ein unterschiedliches Abwanderungsrisiko haben.

Kunden reagieren sehr unterschiedlich auf Zinsunterschiede

Bei einer genauen empirischen Analyse des Entscheidungsprozesses kristallisierten sich drei Entscheidertypen heraus: der Aktive, der Inaktive und der Fachkunde.

Bemerkenswert ist: Nicht für alle ist die Zinsdifferenz gleich entscheidungsrelevant.

Der Inaktive

Der **Inaktive** sieht das Thema Geldanlagen als lästige Pflicht und informiert sich nicht oder kaum darüber.

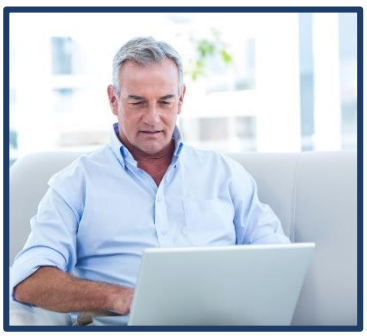
Sobald die Geldanlage erstmal erledigt ist, zeigt er kein Involvement mehr. Eine Zinsdifferenz bekommt er deshalb erst gar nicht mit.

Der Aktive

Der **Aktive** hat Spaß am Thema Finanzen und informiert sich über die besten Angebote, um seine Geldanlage zu optimieren.

Bereits bei kleinen Zinsunterschieden wird er aktiv. Eine bestehende Kundenbeziehung ist für die Bankenauswahl für ihn nicht von Bedeutung und er wechselt sofort.

Der Fachkundige



Der **Fachkundige** ist gut über den Bankenmarkt und die aktuellen Zinsen informiert und vergleicht Banken und deren Angebote.

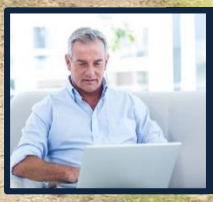
Schlussendlich scheut er jedoch den Aufwand eines Wechsels und gibt sich auch mit etwas niedrigeren Zinsen zufrieden.

Zinssatz unter dem Wettbewerb möglich

Da der Inaktive kein Involvement zeigt und sich in Thema Geldanlagen gleichgültig verhält, wird dieser den Zinsunterschied – unabhängig davon wie hoch er ist – nicht bemerken und bleibt bei seiner Bank.

Der Aktive bemerkt schon kleine Zinsunterschiede und wechselt zu jedem Zinssatz. Deshalb können bei der Wahl der Höhe der Zinsdifferenz diese beiden Entscheidertypen außer Acht gelassen werden.

Allein für den Fachkundigen spielt die Zinsdifferenz zum Wettbewerb eine Rolle. Basierend auf unseren empirischen Studien müsste eine andere Bank einen um 0,5 Prozentpunkte höheren Zinssatz zahlen, um einen Fachkundigen für sich zu gewinnen.

		Zinsdifferenz > 0,5%	Zinsdifferenz < 0,5%
26%	Inaktive	Bleibt	Bleibt
13%	Aktive	Wechselt	Wechselt
61%	 Fach-kundige	Wechselt	Bleibt

Beeinflussbar: Unterschiedliches Verhalten je nach Zinsdifferenz

42% Ersparnis an Zinszahlungen

Durch diese Erkenntnis konnte die Direktbank unter Berücksichtigung der Anlagenhöhe eine Ersparnis von 42% der Zinszahlungen erzielen, indem sie den Zinssatz 0,5 Prozentpunkte unter dem Wettbewerb ansetzten.

Erhebliches Einsparungspotenzial

Das Beispiel zeigt, dass eine genaue Analyse des Entscheidungsverhaltens der Kunden und die konsequente Ausrichtung der Strategie an dieses Entscheidungsverhalten erhebliches Einsparungspotenzial birgt.

Die Herangehensweise, sich nur am Wettbewerb zu orientieren, hat sich somit als falsch erwiesen.

Für unsere Projekte werden wir seit Jahren kontinuierlich prämiert und international ausgezeichnet:

2018	Auszeichnung von brand eins: „Beste Berater“
2017	Auszeichnung von brand eins: „Beste Berater“
2016	Auszeichnung von brand eins: „Beste Berater“
2015	Imagestudie: Gold in „Innovation“, Silber in „Beratungskompetenz“
2014	GRIT Report – Top 20 der innovativsten Marktforschungsinstitute weltweit
2013	ESOMAR – Gewinner "Research Effectiveness Award"
2012	Imagestudie: Gold in „Innovation“
2010	ESOMAR – Gewinner "Award for the Best Methodological Paper"
2010	Preis der Deutschen Marktforschung – Gewinner „Beste Studie“

Wenn Sie zum Thema gerne unverbindlich mit unseren Experten sprechen möchten, kontaktieren Sie uns einfach unter: hardy-koth@vocatus.de

Vocatus AG
Hauptsitz: Oppelner Str. 5, 82194 Gröbenzell/München, Telefon: +49 8142 5069-0
Büro Köln: Hildeboldplatz 15-17, 50672 Köln, Telefon: +49 221 801919-0, www.vocatus.de