



Rebecca Höretzeder

Bankverbindungen von StudentInnen der JKU Linz



Armin Trillsam

Der Beginn eines Studiums ist oft der Start in einen neuen Lebensabschnitt und führt zu Veränderungen der Lebensumstände. Diese Diplomarbeit beschäftigt sich mit den Fragen, ob die Aufnahme eines Studiums die Bankentreue beeinflusst und welche Faktoren die Wechselbereitschaft der Studierenden besonders erhöhen.

Um einen Überblick über das Thema Kundenbindung zu geben wird zunächst mit Hilfe von bestehender wissenschaftlicher Literatur erklärt, welche Faktoren für die Stärke der Kundenbindung ausschlaggebend sind und warum die Kundenbindung speziell im Bankenbereich einen hohen Stellenwert einnimmt. Nach dieser theoretischen Einführung wird eine Bestandsaufnahme des studentischen Bankenmarktes am Beispiel der Johannes-Kepler-Universität (JKU) in Linz dargestellt. Dazu wurde im Frühjahr 2010 eine empirische Untersuchung durchgeführt, an der 1.538 Studenten der JKU Linz teilnahmen. Am Beginn dieser Studie wird herausgearbeitet, wie viele Studenten nach Studienbeginn ihre Kontoverbindung in die Nähe des Studienortes verlegt und wie sich die Marktanteile der verschiedenen Banken durch die gewechselten Kontoverbindungen entwickelt haben. Die Wechselrate der JKU-Studenten beträgt 13 %, was bedeutet, dass diese Gruppe ihre Hauptkontoverbindung an den Studienort verlegt und ihrer Hausbank im Heimatort den Rücken zugewandt hat. Davon konnten vor allem Banken der Erste Bank und Sparkassen, der Bank Austria UniCredit Group und Direktbanken profitieren, bei denen die Zugänge an neuen Konten die Anzahl der Abgänge übersteigen. Die Sparda Bank, die Volksbank, Raiffeisen, die Erste Bank und Sparkassen, die VKB und die Hypo weisen im Vergleich zum Durchschnitt besonders niedrige Abwanderungsquoten auf, wodurch dargestellt wird, dass diese Banken besonders gut in der Lage sind ihre Kunden am Heimatort an das Unternehmen zu binden.

Dem zur Folge wird genau beleuchtet, welche Faktoren die Wechselbereitschaft von Studenten wie stark beeinflussen. Die untersuchten Einflussfaktoren unterteilen sich in Faktoren, die von der Bank beeinflussbar sind und in demografische oder persönliche Merkmale, die nicht im Einflussbereich der Bank stehen. Es wurde klar ersichtlich, dass Faktoren, die besonders hohe Auswirkungen auf die Wechselbereitschaft der JKU-Studenten haben, jene sind, die im Einflussbereich der Banken liegen. Dabei zeigt die Unzufriedenheit mit der Beziehung zum Bankberater den stärksten Zusammenhang zur Wechselbereitschaft, gefolgt von Unzufriedenheit mit dem Service bzw. der Beratung.

Nach dieser eingehenden Analyse der einflussnehmenden Umstände auf den Wechsel von Bankverbindungen werden die neuen Kontoverbindungen am Studienort genauer unter die Lupe genommen. Neben der Darstellung der Marktanteile der Banken am Studienort wird auch erörtert, ob die neu eröffneten Studentenkonten in Linz eher als Hauptkonten oder als zusätzliche Nebenkonten geführt und aus welchen Gründen diese Konten eröffnet werden. Die räumliche Nähe stellt dabei den wichtigsten Grund für die Eröffnung eines neuen Hauptkontos dar, während Nebenkonten eher wegen Kontoeröffnungsgeschenken angelegt werden. Im Bereich der neu eröffneten Girokonten zeigt der Vergleich der Marktanteile einen Vorteil der Präsenz am Gelände der Universität. Die Anzahl der Neueröffnungen liegt bei Banken mit einer „Campus-Filiale“ (Erste Bank und Sparkassen, Raiffeisen und Bank Austria UniCredit Group) deutlich vor jener der anderen Mitbewerber.

Diese Arbeit bietet also einerseits Anhaltspunkte für Aktivitäten der Kundenbindung seitens der ursprünglichen Hausbanken im Heimatort, die versuchen, ihre Kunden nach Beginn eines Studiums nicht zu verlieren. Andererseits wird aufgezeigt, aus welchen Gründen Studenten Konten am Studienort eröffnen, was den Linzer Banken helfen kann, mehr Studenten anzulocken und neue Kunden zu akquirieren.