

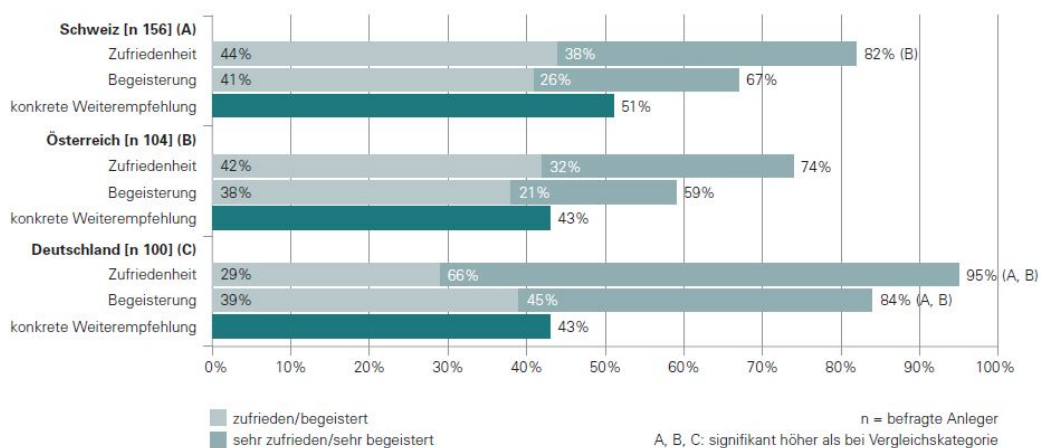
Bindung an Bank schlägt Bindung an Berater

Vermögende Anleger aus der D-A-CH-Region sind mit den erwirtschafteten Renditen zufrieden, achten zunehmend auf Nachhaltigkeit und geben in puncto Kundenbindung der Bank den Vorzug vor dem Berater. Weitere Ergebnisse des LGT Private Banking Report zeugen jedoch von einem erheblichen Abwanderungsrisiko.

Private-Banking-Kunden in der D-A-CH-Region sind mit ihrer Bank mehrheitlich zufrieden, aber nicht von ihr begeistert. Im Schnitt würde nur knapp die Hälfte das Institut weiterempfehlen. Das geht aus dem LGT Private Banking Report 2018 hervor, den das Liechtensteiner Institut seit 2010 alle zwei Jahre gemeinsam mit der Abteilung für Asset Management der Johannes Kepler Universität Linz veröffentlicht.

Abbildung 1: Zufriedenheit, Begeisterung und Weiterempfehlung (Ländervergleich)

Das generelle Zufriedenheitsniveau mit der Hauptbank inkludiert jeweils die Antworten «zufrieden» bis «sehr zufrieden»; bei der Begeisterung werden die Antworten «begeistert» und «sehr begeistert» zusammengefasst. Um nicht nur das Stimmungsbild abzufragen, sondern dieses anhand konkreter Handlungen zu validieren, wurde auch die konkrete Weiterempfehlung der Hauptbank abgefragt.



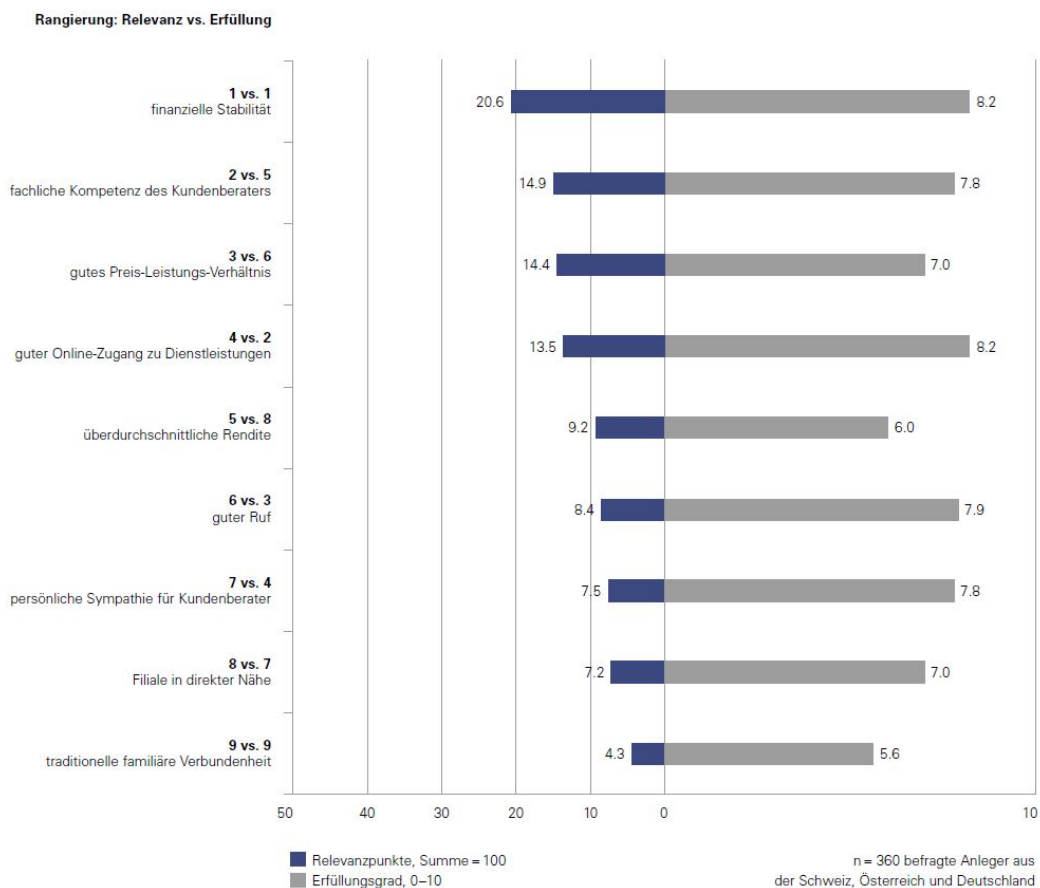
Zur relativen Zufriedenheit tragen natürlich Marktrenditen und Börsenstimmung der jüngeren Vergangenheit bei: Die im Jahr 2017 von den Befragten erreichte Rendite auf ihr Anlagevermögen

lag bei 11,7 Prozent für die Schweiz, 8,8 Prozent für Österreich und 6,3 Prozent für Deutschland. Mit dieser Rendite erklären sich 76 Prozent der Schweizer, 49 Prozent der Österreicher und 75 Prozent der Deutschen zufrieden.

Ausschlaggebend für die Zufriedenheit ist aus Sicht der befragten Private-Banking-Kunden jedoch vor allem die finanzielle Stabilität einer Bank, gefolgt von der fachlichen Kompetenz des Kundenberaters, einem guten Preis-Leistungs-Verhältnis und einem guten Online-Zugang zu Dienstleistungen.

Erst mit etwas Abstand folgen die überdurchschnittliche Rendite und der gute Ruf der Bank. Persönliche Sympathie für den Kundenberater, Filialen in direkter Nähe und traditionelle familiäre Verbundenheit scheinen weniger relevant zu sein.

Abbildung 26: Bankmerkmale – Relevanzranking und Erfüllungsgrad

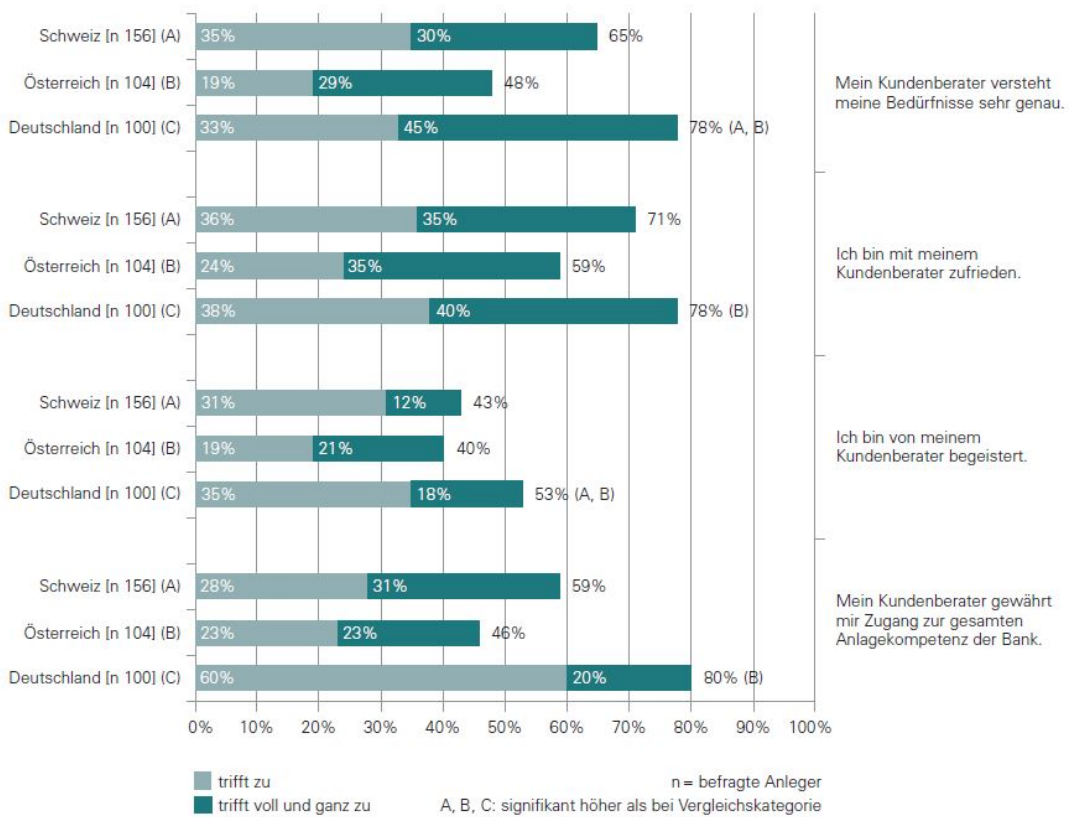


Bezieht man die Frage nach der Zufriedenheit nicht auf die Bank, sondern auf den jeweiligen

Berater, ergibt sich ein ähnlich positives Bild – mit geringen Einschränkungen. Obwohl weniger als die Hälfte der Private-Banking-Kunden von ihrem Kundenberater begeistert ist, fällt dessen Beurteilung insgesamt gut aus. Hohe Zustimmungswerte weisen insbesondere die Aspekte „Bedürfnisverständnis“ und „Zugang zu Anlagekompetenz“ auf.

Abbildung 2: Beurteilungen des Kundenberaters (Ländervergleich)

Signifikante Unterschiede bei der Beurteilung des Kundenberaters sind vor allem zwischen Österreich und Deutschland zu beobachten. So beurteilen die österreichischen Befragten ihren Kundenberater hinsichtlich «Bedürfnisverständnis» und «Zugang zu Anlagekompetenz» jeweils signifikant schlechter, was sich auch in signifikant tieferen Zufriedenheits- und Begeisterungswerten ausdrückt.

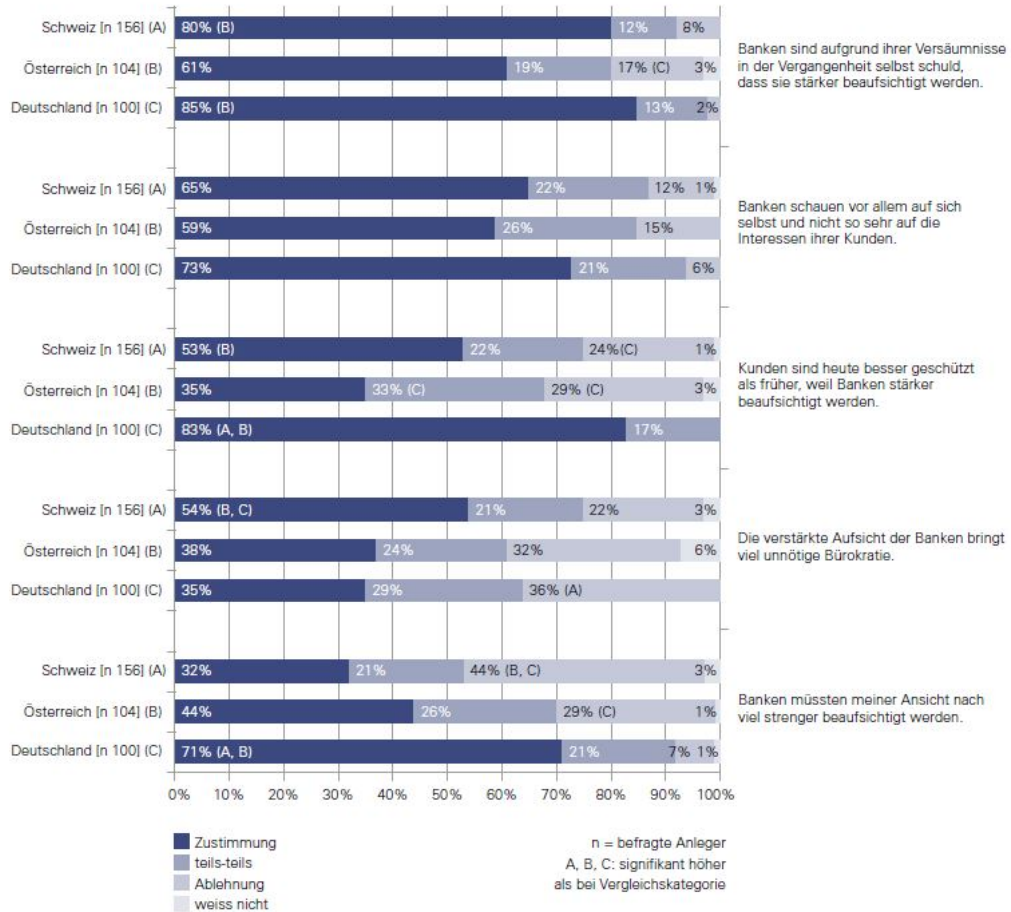


Dennoch verbirgt sich aus Sicht der Studienautoren hinter diesen Zahlen ein latentes Unzufriedenheitspotential: Wenn mehr als ein Viertel der Kunden mit der Bank, dem Kundenberater oder beidem unzufrieden ist, besteht ein substantielles Abwanderungsrisiko.

Eine gewisse Skepsis zeigt sich auch darin, dass rund zwei Drittel der Befragten der Meinung sind,

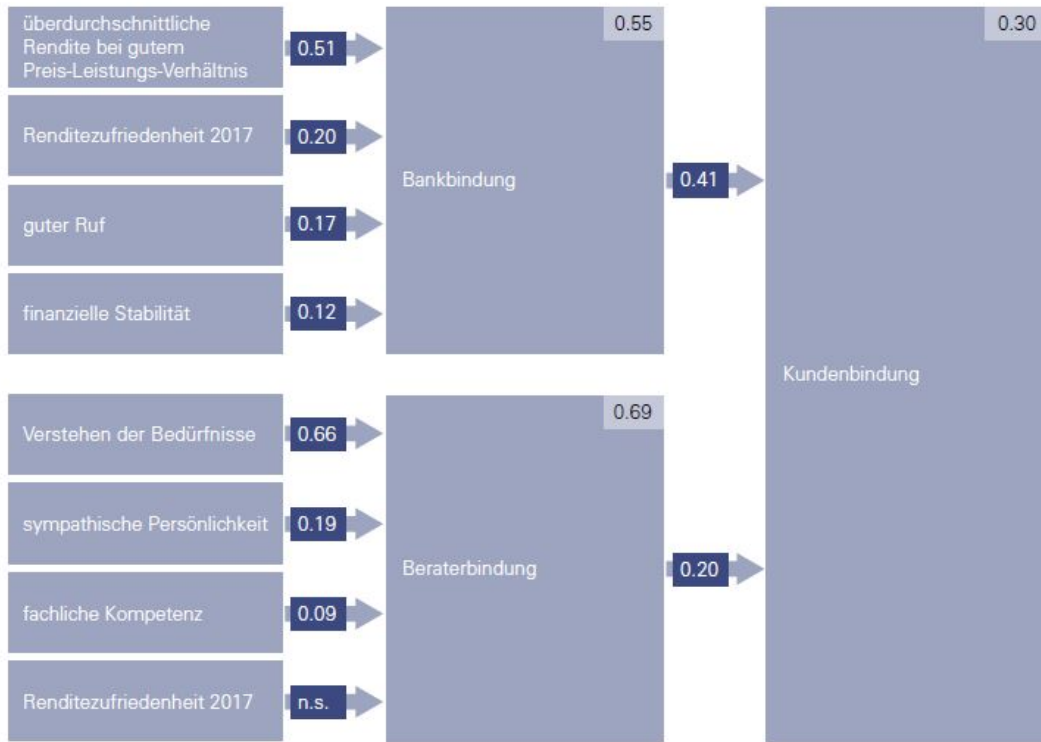
dass Banken vor allem auf sich selbst und nicht auf die Interessen der Kunden ausgerichtet seien.

Abbildung 64: Einschätzungen zum Anlegerschutz (Ländervergleich)



Die Studienautoren untersuchen auch den Einfluss verschiedener Variablen auf die Kundenbindung. Dabei zeigt sich, dass die Bindung an die Bank in erster Linie durch eine überdurchschnittliche Rendite bei gutem Preis-Leistungs-Verhältnis erklärt werden kann. Alle weiteren drei Faktoren, welche die Bankleistung darstellen, sind ebenfalls statistisch signifikant und tragen zur Erklärung der Bindung des Kunden an die Bank bei.

Abbildung 30: Treibermodell für Bank- und Beraterbindung



x.xx Einflussgrösse: Beta-Regressionskoeffizient, $p < 0.05$, n.s. = nicht signifikant
y.yy Erklärungsstärke des Modells: adjustiertes R^2

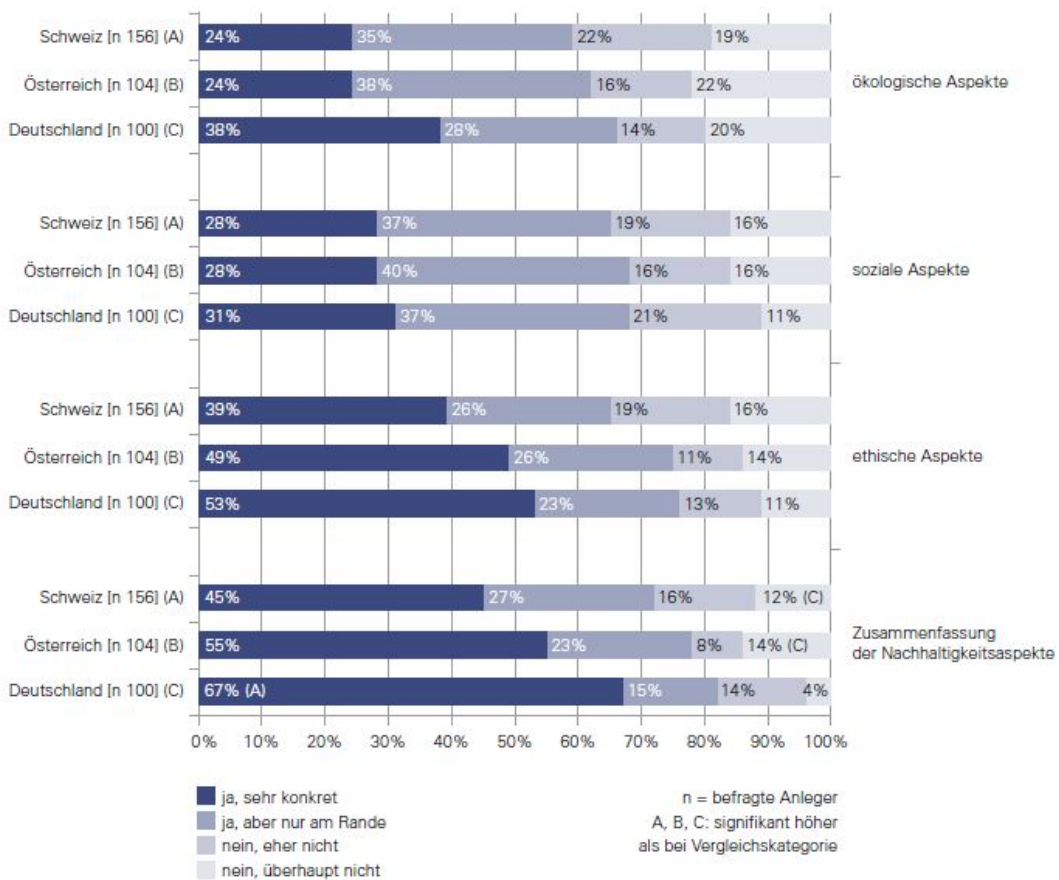
n = 360 befragte Anleger aus der Schweiz, Österreich und Deutschland

Die Diskrepanz zwischen der Einschätzung der Befragten selbst, wonach finanzielle Stabilität entscheidendes Bankmerkmal sei, und der hier festgestellten Rendite als ausschlaggebendem Faktor, erklären die Autoren mit den unterschiedlichen Konstrukten, die jeweils betrachtet werden: So sei Kundenbindung ein eher emotional geprägtes Konstrukt, während die direkt abgefragten Bankmerkmale eine stark rationale Konnotation besäßen.

Die Bindung an den Berater hingegen hängt vor allem mit dem Verständnis für die eigenen Bedürfnisse, der sympathischen Persönlichkeit und der fachlichen Kompetenz zusammen. Die Renditezufriedenheit 2017 ist jedoch kein signifikanter Faktor bei der Beraterbindung. Geht man einen Schritt weiter und untersucht, ob die Bindung an den Berater oder an die Bank ausschlaggebender für die generelle Kundenbindung ist, ergibt sich eine höhere Bedeutung der Bindung an die Bank als an den Berater.

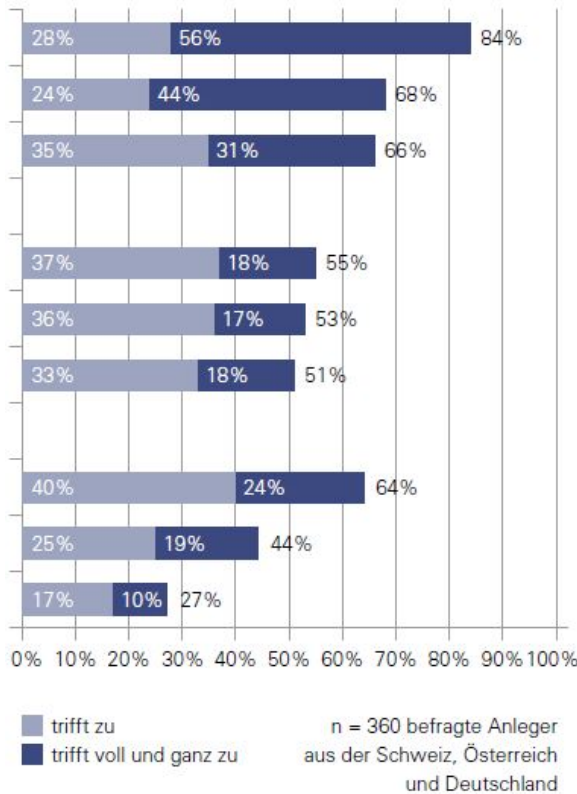
Abschließend erwähnt sei die Bedeutung von Nachhaltigkeit für Private-Banking-Kunden, vor allem in Deutschland. Vergleicht man die unterschiedlichen Dimensionen nachhaltigen Anlegens, haben ethische Aspekte gegenüber ökologischen und sozialen eine sehr konkrete Rolle bei Anlageentscheidungen in der Vergangenheit gespielt.

Abbildung 72: Relevanz von Aspekten der Nachhaltigkeit (Ländervergleich)



Fasst man alle drei Dimensionen der Nachhaltigkeit zusammen und zählt diejenigen Befragten, bei denen Nachhaltigkeit eine Rolle gespielt hat, so ergibt sich ein Anteil von 67 Prozent der Deutschen, für die das Thema bei konkreten Anlageentscheidungen in der Vergangenheit eine Rolle gespielt hat. Dieser Anteil reduziert sich in Österreich auf 55 Prozent und in der Schweiz auf 45 Prozent. Zwei Drittel der Befragten sind unterdessen der Meinung, dass Unternehmen im Allgemeinen und Banken im Besonderen mehr auf Nachhaltigkeit achten sollten.

Abbildung 74: Aussagen zum Thema Nachhaltigkeit



Position 1: Relevanz und Verpflichtung

Die weltweite Umweltzerstörung und die Klimaveränderung sind ernsthafte Probleme.

Die wachsende Kluft zwischen Arm und Reich verursacht grosse soziale Probleme.

Banken und Unternehmen sollten vermehrt auf Nachhaltigkeit achten.

Position 2: Wirksamkeit der eigenen Anlagen

Nachhaltige Vermögensanlagen helfen, soziale Bedingungen weltweit zu verbessern.

Nachhaltige Vermögensanlagen helfen, ethische Standards in der Wirtschaft durchzusetzen.

Nachhaltige Vermögensanlagen leisten einen entscheidenden Beitrag, um die Umwelt und das Klima zu schützen.

Position 3: Skepsis

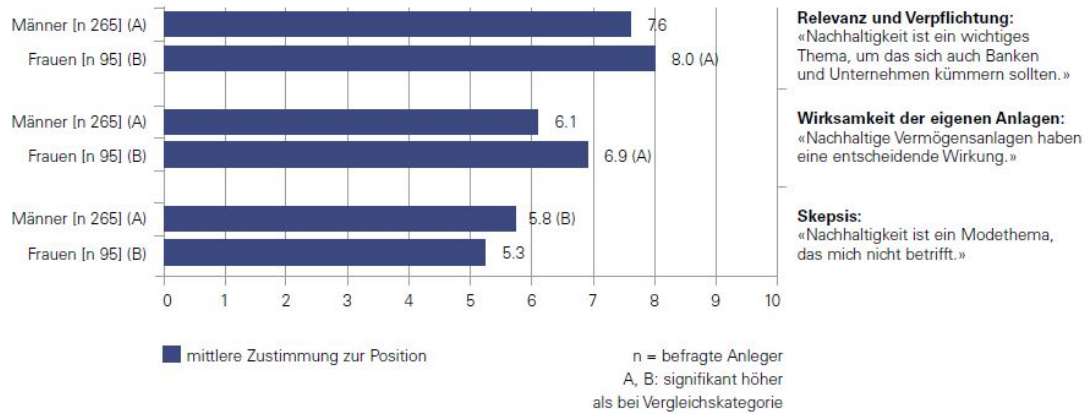
Banken und Unternehmen benutzen das Etikett Nachhaltigkeit oft nur, um sich ein besseres Image zu geben.

Nachhaltigkeit ist ein Thema, um das sich vor allem die Politik kümmern muss und nicht der einzelne Anleger.

Nachhaltigkeit ist ein Modethema, das zu viel Aufmerksamkeit erhält.

Auffällig beim Thema Nachhaltigkeit ist der Unterschied zwischen den Geschlechtern: So vertreten Frauen signifikant häufiger als Männer die Ansicht, dass nachhaltige Vermögensanlagen eine entscheidende Wirkung auf den Schutz der Umwelt und des Klimas, die Verbesserung sozialer Bedingungen und die Durchsetzung ethischer Standards haben.

Abbildung 76: Positionen zum Thema Nachhaltigkeit (Vergleich nach Geschlechtern)



Männer betrachten Nachhaltigkeit skeptischer: Signifikant häufiger erscheint Männern Nachhaltigkeit als ein Modethema, das zu viel Aufmerksamkeit erhält und von Unternehmen genutzt wird, um sich ein besseres Image zu geben. Die Verantwortung wird nicht bei sich selbst, sondern auf Ebene der Politik gesehen.

Über die Studie:

Im Auftrag der LGT führte die Abteilung für Asset Management der Johannes Kepler Universität Linz unter Leitung von Univ.-Prof. Dr. Teodoro D. Cocca im Januar/Februar 2018 eine Befragung zum Anlageverhalten von Private-Banking-Kunden in Österreich, Deutschland und der Schweiz durch. Insgesamt wurden 360 Personen befragt (in Österreich 104, in Deutschland 100 und in der Schweiz 156 Personen). Zentrales Kriterium für die Teilnahme an der Befragung war das frei verfügbare Anlagevermögen: in Österreich und Deutschland mehr als 500.000 Euro und in der Schweiz mehr als 900.000 Schweizer Franken.

Dieser Artikel erschien am **08.06.2018** unter folgendem Link:
<https://www.private-banking-magazin.de/lgt-private-banking-report-2018-teil-2-bindung-an-bank-schlaegt-bindung-an-berater/>