



Vielfalt statt Eintönigkeit: Die Kontoauszüge könnten bald ganz anders aussehen.

Foto Caro/Teiel

600 Millionen Möglichkeiten

Viele Bankkunden wünschen sich eine individuellere Gestaltung ihrer Kontoauszüge

Frankfurt, 17. Juli. Die deutschen Kreditinstitute verschicken jährlich rund 600 Millionen Kontoauszüge. Meist sind das ziemlich dröge, bisweilen sogar unübersichtliche Dokumente. „Das muß nicht sein“, meint Bernd Skiera, ein Wirtschaftsprofessor am „E-Finance Lab“ an der Universität Frankfurt. „Kontoauszüge sind für die Banken ein brachliegendes Potential, ihre Kunden direkt anzusprechen, ihnen auf ihre individuellen Bedürfnisse maßgeschneiderte zusätzliche Bankprodukte anzubieten und sie so enger an sich zu binden.“

Ideen zu einer individualisierten und übersichtlicheren Gestaltung der Kontoauszüge gibt es viele. Fast zwei Drittel der Bankkunden wünschten sich beispielsweise eine individuelle Anlageempfehlung ihrer Bank, haben das Beratungsunternehmen Bonpago, das aus dem Forschungsinstitut E-Finance Lab hervorgegangen ist, sowie die Streamserve Deutschland, ein internationaler Spezialist für Software für die Dokumentengestaltung, in einer Befragung von Bankkunden herausgefunden. Beispielsweise könne eine Bank einem Kunden mit einem hohen Guthaben auf seinem Girokonto vorschlagen, dieses Geld in einen Geldmarktfonds oder eine andere Anlagekategorie

umzuschichten, sagt Skiera. Alle Banken trachteten danach, ihren Kunden mehr Produkte zu verkaufen. Ein individualisierter Kontoauszug sei dazu weit besser geeignet und billiger als etwa die rund 90 Millionen Briefe, Werbesendungen und Mitteilungen, die die Banken derzeit jährlich verschickten.

Ähnlich könne einem Kunden, der auf seinem Konto im Minus sei und dafür hohe Zinsen zahlen müsse, ein günstiger Ratenkredit angeboten werden. Den Einwand, daß ein Kreditinstitut damit eine gute durch eine weniger gute Ertragsquelle ersetze, läßt er nicht gelten. So ein Angebot erhöhe die Kundenbindung – und die sei laut einschlägigen Studien einer der wichtigsten Faktoren, den Wert eines Kreditinstituts nachhaltig zu erhöhen. „Wenn ein anderes Institut dem Kunden diesen Ratenkredit verkauft, ist er weg“, sagt Skiera. Neue Kunden anzuwerben aber sei ausgesprochen kostspielig.

Der Studie von Bonpago und Streamserve zufolge haben Bankkunden ganz unterschiedliche Vorstellungen über einen „optimalen“ Kontoauszug. Dem solle und könne Rechnung getragen werden, sagt Skiera, der Deutschlands ersten Lehrstuhl für E-Commerce innehat. So könne der Kunde zum Beispiel

vom Berater in der Filiale nach den Optionen gefragt werden, die er wünsche. Oder der Kunde könne sich „seinen“ Auszug durch Anklicken eines Auswählmenüs im Internet selbst zusammenstellen – und gegebenenfalls auch wieder ändern.

Der Studie zufolge wünschen gut 50 Prozent der Bankkunden auf ihren Kontoauszügen mehr Hinweise auf Bankprodukte wie Fonds und Sparbriefe – oder auch auf Konzerte und Sportveranstaltungen, sofern diese seinen Interessen entsprechen. Manche Kunden wünschten auch, monatlich über die Entwicklung ihres Vermögensstatus informiert zu werden, sagt Skiera. Dazu biete sich an, Girokonto, Sparkonten und beanspruchte Kredite in einer Übersicht zusammenzustellen, möglicherweise auch in einer graphischen Darstellung.

Ältere Kunden bevorzugten der Studie zufolge oft eine größere Schrifttype und eine übersichtliche Darstellung des Auszugs auf einem DIN-A4-Blatt. Gänzlich unerwünscht sind demnach hingegen bankinterne Buchungsnummern auf den Auszügen oder einzelne Buchungen, die über zwei Seiten laufen. Erwünscht hingegen sind genauere Informationen zum Sender oder Empfänger

einer Buchung einschließlich Verwendungszweck. Bei vielen Kunden gut angekommen ist auch, wenn auf dem Auszug ein Foto des persönlichen Kundenbetreuers der Bank samt Rufnummer abgedruckt ist. Denkbar sei auch, die Auszüge ausländischer Kunden in ihrer Muttersprache, zum Beispiel Türkisch, auszugestalten, sagt Skiera, wobei allerdings die deutschen gesetzlichen Anforderungen an einen Auszug gewahrt bleiben müßten.

Vor allem einige kleinere Privatbanken, die wohlhabende Kunden betreuten, seien bereits zur Individualisierung des Kontoauszugs übergegangen, berichtet Michael Frauen, der Geschäftsführer von Streamserve in Deutschland. Andere Institute experimentierten mit einigen der Ideen. Demgegenüber nutzten Unternehmen in anderen Branchen die Möglichkeiten, Dokumente in beliebigen interaktiven, elektronischen und druckbasierten Formaten zu präsentieren, bereits lebhaft. Streamserve, ein privater Software-Hersteller mit Sitz in den Vereinigten Staaten, hat nach eigenen Angaben über 4000 Kunden in 130 Ländern und 2005 mit weltweit 320 Mitarbeitern rund 60 Millionen Dollar umgesetzt.

600 Millionen Möglichkeiten

Viele Bankkunden wünschen sich eine individuellere Gestaltung ihrer Kontoauszüge

bf. FRANKFURT, 17. Juli. Die deutschen Kreditinstitute verschicken jährlich rund 600 Millionen Kontoauszüge. Meist sind das ziemlich dröge, bisweilen sogar unübersichtliche Dokumente. "Das muß nicht sein", meint Bernd Skiera, ein Wirtschaftsprofessor am "E-Finance Lab" an der Universität Frankfurt. "Kontoauszüge sind für die Banken ein brachliegendes Potential, ihre Kunden direkt anzusprechen, ihnen auf ihre individuellen Bedürfnisse maßgeschneiderte zusätzliche Bankprodukte anzubieten und sie so enger an sich zu binden."

Ideen zu einer individualisierten und übersichtlicheren Gestaltung der Kontoauszüge gibt es viele. Fast zwei Drittel der Bankkunden wünschten sich beispielsweise eine individuelle Anlageempfehlung ihrer Bank, haben das Beratungsunternehmen Bonpago, das aus dem Forschungsinstitut E-Finance Lab hervorgegangen ist, sowie die Streamserve Deutschland, ein internationaler Spezialist für Software für die Dokumentengestaltung, in einer Befragung von Bankkunden herausgefunden. Beispielsweise könne eine Bank einem Kunden mit einem hohen Guthaben auf seinem Girokonto vorschlagen, dieses Geld in einen Geldmarktfonds oder eine andere Anlagekategorie umzuschichten, sagt Skiera. Alle Banken trachteten danach, ihren Kunden mehr Produkte zu verkaufen. Ein individualisierter Kontoauszug sei dazu weit besser geeignet und billiger als etwa die rund 90 Millionen Briefe, Werbesendungen und Mitteilungen, die die Banken derzeit jährlich verschickten.

Ähnlich könne einem Kunden, der auf seinem Konto im Minus sei und dafür hohe Zinsen zahlen müsse, ein günstigerer Ratenkredit angeboten werden. Den Einwand, daß ein Kreditinstitut damit eine gute durch eine weniger gute Ertragsquelle ersetze, läßt er nicht gelten. So ein Angebot erhöhe die Kundenbindung - und die sei laut einschlägigen Studien einer der wichtigsten Faktoren, den Wert eines Kreditinstituts nachhaltig zu erhöhen. "Wenn ein anderes Institut dem Kunden diesen Ratenkredit verkauft, ist er weg", sagt Skiera. Neue Kunden anzuwerben aber sei ausgesprochen kostspielig.

Der Studie von Bonpago und Streamserve zufolge haben Bankkunden ganz unterschiedliche Vorstellungen über einen "optimalen" Kontoauszug. Dem solle und könne Rechnung getragen werden, sagt Skiera, der Deutschlands ersten Lehrstuhl für E-Commerce innehat. So könne der Kunde zum Beispiel vom Berater in der Filiale nach den Optionen gefragt werden, die er wünsche. Oder der Kunde könne sich "seinen" Auszug durch Anklicken eines Auswählmenüs im Internet selbst zusammenstellen - und gegebenenfalls auch wieder ändern.

Der Studie zufolge wünschen gut 50 Prozent der Bankkunden auf ihren Kontoauszügen mehr Hinweise auf Bankprodukte wie Fonds und Sparbriefe - oder auch auf Konzerte und Sportveranstaltungen, sofern diese seinen Interessen entsprechen. Manche Kunden wünschten auch, monatlich über die Entwicklung ihres Vermögensstatus informiert zu werden, sagt Skiera. Dazu biete sich an, Girokonto, Sparkonten und beanspruchte Kredite in einer Übersicht zusammenzustellen, möglicherweise auch in einer graphischen Darstellung.

Ältere Kunden bevorzugen der Studie zufolge oft eine größere Schrifttype und eine übersichtliche Darstellung des Auszugs auf einem DIN-A4-Blatt. Gänzlich unerwünscht sind demnach hingegen bankinterne Buchungsnummern auf den Auszügen oder einzelne Buchungen, die über zwei Seiten laufen. Erwünscht hingegen sind genauere Informationen zum Sender oder Empfänger einer Buchung einschließlich Verwendungszweck. Bei vielen Kunden gut angekommen ist auch, wenn auf dem Auszug ein Foto des persönlichen Kundenbetreuers der Bank samt Rufnummer abgedruckt ist. Denkbar sei auch, die Auszüge ausländischer Kunden in ihrer Muttersprache, zum Beispiel Türkisch, auszugestalten, sagt Skiera, wobei allerdings die deutschen gesetzlichen Anforderungen an einen Auszug gewahrt bleiben müßten.

Vor allem einige kleinere Privatbanken, die wohlhabende Kunden betreuten, seien bereits zur Individualisierung des Kontoauszugs übergegangen, berichtet Michael Frauen, der Geschäftsführer von Streamserve in Deutschland. Andere Institute experimentierten mit einigen der Ideen. Demgegenüber nutzten Unternehmen in anderen Branchen die Möglichkeiten, Dokumente in beliebigen interaktiven, elektronischen und druckbasierten Formaten zu präsentieren, bereits lebhaft. Streamserve, ein privater Software-Hersteller mit Sitz in den Vereinigten Staaten, hat nach eigenen Angaben über 4000 Kunden in 130 Ländern und 2005 mit weltweit 320 Mitarbeitern rund 60 Millionen Dollar umgesetzt.

Text: F.A.Z., 18.07.2006, Nr. 164 / Seite 21

© F.A.Z. Electronic Media GmbH 2001 - 2006
Dies ist ein Ausdruck aus www.faz.net