

Analyse hilft bei der Neuausrichtung

Pia Angenendt, S-IMK

Das Girokonto ist und bleibt das wichtigste Ankerprodukt in der Beziehung zwischen Kunde und Sparkasse. Denn es ist auch der Schlüssel zu weiteren Finanzgeschäften.



Die erste eigene Wohnung: Die Miete läuft über das Girokonto.

(dpa)

Dementsprechend hart umkämpft ist der Markt um das private Girokonto. Die Frage nach der richtigen Girokontostrategie steht bei vielen Sparkassen im Raum. Mit einer Neuausrichtung der Girokontostrategie begibt sich die Sparkasse an das Herzstück der Kundenbeziehung und den größten Ertragsbringer im Provisionsgeschäft mit privaten Kunden. Entscheidungen brauchen da eine solide Basis.

S-IMK begleitet Sparkassen seit vielen Jahren in diesem Entscheidungsprozess. Mit Beginn des Jahres 2014 setzt S-IMK im Prozess der Girokonto-Analyse neue Instrumente ein: Mit Hilfe von Software-Tools der Firma GuideCom erfolgt die Analyse und Bewertung des Girokontogeschäftes. Für die erforderliche Datenerhebung kann die Sparkasse auf fertige Selects zurückgreifen, die auf die Anforderungen des Analyse-Tools zugeschnitten sind.

Die Betrachtung der Girokonten ist dabei kunden-, wettbewerbs- und ertragsorientiert. Die Analyse des Kreditkarten-Angebotes erlaubt eine differenzierte Betrachtung der Kreditkarten abhängig davon, ob sie in einem Pauschalpreismodell integriert sind oder einzeln bepreist angeboten werden. Die Bewertung der Kontoauflösungen bei gleichzeitiger Identifikation der wichtigsten Mitbewerber rundet die Analyse-Phase ab.

Praxisorientierte Auswertungsmöglichkeiten sorgen für die notwendige Transparenz. Auch Detailbetrachtungen einzelner Zielgruppen – von Kindern, Jugendlichen und jungen Erwachsenen bis hin zum Seniorenmarkt – sind auf verschiedenen Ebenen der Konto- und Kartennutzung möglich, ebenso eine Differenzierung nach Privat- und Geschäftsgirokontenmarkt .

Die Bewertung der aktuellen Girokontostrategie erfolgt nicht nur in Bezug auf die aktiv im Markt angebotenen Kontomodelle, sondern bezieht auch die gegebenenfalls passiv im Markt genutzten „Altmodelle“ in die Analyse mit ein. Das Nutzungsverhalten der Kunden wird detailliert betrachtet. Die Sparkasse erhält eine ausführliche Dokumentation sowie eine zusammenfassende Management-Information. Erste Handlungsempfehlungen geben eine Orientierung für die mögliche Neuausrichtung der Girokontostrategie.