

Junge Leute mögen alte Werte

Marktforschung. S-IMK-Forum stellt Ergebnisse einer Studie vor.

Werner Funk

Das Filial- und Geldautomatennetz der Sparkassen punktet auch bei der jüngeren Zielgruppe. Das hat die Kölner Marktforscherin Michaela Brocke den rund 120 Zuhörern aus Sparkassen und Verbundpartnern beim 8. Forum des S-IMK, Institut für Marketing und Kundenbindung, in Köln erläutert.

Berufseinsteiger, Studenten und Auszubildende bis zum 29. Lebensjahr hatte das Marktforschungsinstitut befragt. Erstes Fazit: Die junge Zielgruppe ist für Finanzdienstleister zwar „hochattraktiv“, spezielle Angebote für diese Gruppe sind bei den jungen Leuten aber kaum bekannt. Immerhin: Die Angebote der Sparkassen erzielen noch den höchsten Bekanntheitsgrad.

Als Mehrwerte für junge Kunden besonders wichtig sind laut Studie der Notgeld-Service (mit deutlichem Vorsprung am häufigsten genannt) und die Versicherung von mobilen Endgeräten wie Handys und Tablet-PC. Der Schlüsselfund-Service und Buchungsrabatte beim Urlaub,

bei der älteren Zielgruppe sehr beliebt, spielen für die Jüngeren eine untergeordnete Rolle.

Überraschend für die Vertreter der Sparkassen: Bei den Befragten herrscht durchaus Bereitschaft, für Mehrwertleistungen beim Girokonto auch mehr zu bezahlen. Sparkassenkunden unter den Befragten bezeichneten vier Euro noch als angemessen. Nichtkunden nannten hier drei Euro.

Ebenfalls wohl eine Überraschung für die Zuhörer in Köln: In Fragen der Kommunikation sind die jungen Leute keineswegs nur online-orientiert.

52 Prozent der Befragten befürworteten die Benachrichtigung ihrer Bank per Brief oder Print-Newsletter. Nur 20 Prozent der Befragten empfinden dagegen die Facebook-Auftritte von Kreditinstituten als positiv, 62 Prozent sind diese Bemühungen „egal“, 20 Prozent sogar „lästig“.

Wesentlich wichtiger sind den jungen Leuten Geschäftsstellen mit langen Öffnungszeiten (73 Prozent befürworten diese ausdrücklich) und eine benutzerfreundliche Homepage (83 Prozent freuen sich darüber).



Monika Aigner von der Sparkasse Bodensee (im Gespräch mit S-IMK-Prokurist Holger Krumtscheid) präsentierte Erfolge mit dem Mehrwertkonto für junge Erwachsene.

Foto: PA Funk

Sparkassen Zeitung 04.07.2014