

## Blog

# Kontowechsel: Sind treue Bankkunden nur bequem oder einfach zufrieden?



Zwei Drittel der Bundesbürger (67%) haben noch nie ihre Hauptbank gewechselt. Und bei dem Drittel, das dies doch schon einmal getan hat, liegt es in den meisten Fällen länger zurück. Denn nur sieben Prozent der Kunden haben den Wechsel in den letzten drei Jahren vollzogen. Das geht aus einer aktuellen Umfrage des Bankenverbands hervor.

Was treibt die Deutschen um, ihre Bank zu wechseln, oder aber ihr treu zu bleiben? Dass ein **Bankkontenwechsel** für den Verbraucher selbst mit hohen Kosten oder größere Mühen verbunden wäre, kann heute eigentlich nicht mehr das schlagende Argument sein. Neben den schon bis dahin vielfältigen Angeboten der Banken für einen „Kontoumzugs-service“ haben die Verbraucher seit September 2016 auch einen gesetzlichen Anspruch darauf, dass ihre Bank ihnen beim Kontowechsel umfassend hilft, ihnen die Arbeit fast vollständig abnimmt.

Von der gesetzlich geregelten Kontowechselhilfe hat nach der repräsentativen Umfrage, die die Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) gerade unter 1.000 Bundesbürgern im Auftrag des Bankenverbands durchgeführt hat, auch schon fast jeder Zweite (45%) gehört. Davon Gebrauch

13.12.2017

von



Jung, Christian

### Kurzgefasst

Zwei Drittel der Bundesbürger haben noch nie in ihrem Leben ihre Hauptbank gewechselt. Und bei dem Drittel, das dies doch einmal getan hat, liegt es meist länger zurück. Sind die Deutschen also „Wechselmuffel“ oder einfach nur mit ihrer Bank zufrieden? Ergebnisse einer repräsentativen Umfrage legen Letzteres zumindest nahe.

### Schlagworte

Verbraucher  
Konto  
Umfrage

## Blog

gemacht haben allerdings bisher die wenigsten. Von denjenigen, die ihr Kreditinstitut schon einmal wechselten, geben 13 Prozent an, die Wechselhilfe in Anspruch genommen zu haben; das entspricht nur etwa vier Prozent aller Befragten.

### Hohe Zufriedenheit mit Dienstleistungen der Hausbank

Aus den Ergebnissen der Umfrage ergibt sich für die geringe Wechselbereitschaft der Verbraucher unterdessen eine relativ einfache Erklärung. Die allermeisten Bankkunden sind mit ihrer Bank im Großen und Ganzen schlicht zufrieden. 84 Prozent geben das an: 56 Prozent sagen, sie seien mit den Dienstleistungen ihres Kreditinstituts „zufrieden“, weitere 28 Prozent sind damit „sehr zufrieden“.

Nur wer schon einmal gewechselt hat (33%), gibt als Grund dafür mit jeweils rund einem Drittel auch „Unzufriedenheit“, „Kostengründe“ oder „eigenen Umzug“ an. Die große Mehrheit der Kunden aber, die noch nie der Hausbank den Rücken gekehrt haben, sieht keinen Grund, über einen solchen Schritt nachzudenken. Lediglich 17 Prozent von ihnen, und damit nur neun Prozent aller Befragten, geben an, dass sie jemals einen Wechsel ernsthaft in Erwägung gezogen hätten.

Ist der Deutsche damit per se ein „Wechselmuffel“? Oder liegt es gar an den Kreditinstituten, dass die Verbraucher in Sachen Kontowechsel nicht mobiler sind? Wer das Argument einmal aus der Perspektive der Banken betrachtet, wird schnell feststellen, dass die Institute sich kaum etwas mehr wünschen, als Kundenmobilität – freilich vorwiegend in Richtung des eigenen Instituts. Um Neukunden zu gewinnen und aktuelle zu halten, gibt es in der Finanzwirtschaft hierzulande einen harten Wettbewerb.

Ein solcher Anbieter-Wettbewerb ist das eine Kernstück einer erfolgreichen Marktwirtschaft, ein gut informierter Verbraucher, der unter den vielen Angeboten selbstbestimmt wählen kann, das andere. Muss man aber deshalb jedes halbe Jahr die Bank wechseln, um ein „guter“

## **Blog**

Verbraucher zu sein und jeden noch so kleinen (Preis-)Vorteil mitzunehmen?

Dem Kunden, der – trotz der heute einfachen Möglichkeiten eines Kontowechsels – dies nicht möchte, sollte man kein schlechtes Gewissen einreden oder mit erhobenem Zeigefinger entgentreten. Es ist sein gutes Recht und seine Freiheit als Verbraucher, die Wahl eines Kreditinstituts nach seinen Maßstäben und Vorstellungen vorzunehmen. Eine Kultur der schnellen Schnäppchenjägerei wäre gewiss nicht besser als eine Kultur, die von längerfristigen Kundenbindungen geprägt wird.

Alle Ergebnisse finden Sie [\*\*hier\*\*](#)