

Marktforschung

Jeder Vierte verzichtet auf Konditionenvergleiche

Gratis soll es sein (85 Prozent) und an möglichst vielen Automaten deutschlandweit (93 Prozent) oder gar weltweit (72 Prozent) gebührenfreien Zugang zu Bargeld ermöglichen. So stellt sich die überwiegende Mehrheit der Deutschen ihr Girokonto vor, hat eine TNS-Infratest-Umfrage im Auftrag der Allianz Deutschland AG ergeben. Bei der Bargeldversorgung zeigen sich die 18- bis 39-Jährigen recht flexibel. 63 Prozent würden zusätzliche Möglichkeiten, etwa an den Kassen von Tankstellen oder Supermärkten nutzen. Über 60-Jährige stimmen dem nur zu 22 Prozent zu. Sie versorgen sich am liebsten bei ihrer Hausbank mit Bargeld.

Im Gegensatz zu diesem überwältigenden Bekenntnis zur Kostenlos-Mentalität ergab eine Forsa-Umfrage im Auftrag der Comdirect-Bank ein überraschendes Bild: Beim Vergleich von Bankkonditionen sind die Deutschen weniger preisbewusst als beim Tanken und Telefonieren. Während 57 Prozent der Verbraucher regelmäßig die

Spritpreise vergleichen und 23 Prozent die Tarife der Mobilfunkanbieter, schaut sich nur jeder Zehnte regelmäßig Zinsen und Gebühren von Banken und Sparkassen genauer an. 27 Prozent verzichten ganz auf Konditionenvergleiche.

Ein Widerspruch liegt in diesen Erkenntnissen nur auf den ersten Blick: Schließlich spiegelt die geringe Bereitschaft zu Preisstudien etwa die bereits große Verbreitung gebührenfreier Girokonten wider. Wer ohnehin schon nichts zahlt, den interessiert es naturgemäß weniger, welcher Anbieter auch keine Gebühren verlangt. Generell kommt es darauf an, den Kunden das Gefühl zu vermitteln, im Konditionenranking stets gut positioniert zu sein. Ist ein solches Image erst einmal erreicht, wird ein beträchtlicher Teil der Kunden auf Vergleiche am Markt verzichten. Schließlich zeigen Umfrageergebnisse immer wieder, dass Verbraucher nur ungern mehr Zeit als nötig für Finanzangelegenheiten aufwenden.

Red.