

Sepa

Immer noch Angst vor der IBAN

Der Großteil der Verbraucher in Deutschland ist bereits über die Umstellung der Kontonummern auf die internationale IBAN informiert, so der jüngste Puls Finanzmonitor der Puls Marktforschung GmbH, Schwaig. Insgesamt ist die bevorstehende Umstellung 84 Prozent der Befragten bekannt. Zwei Drittel wurden von ihrer Hausbank informiert, etwa jeder Zweite hat aus der Presse davon erfahren; bei den Jüngeren zwischen 18 und 30 Jahren sind Freunde, Bekannte und Verwandte die Hauptinformationsquelle.

Das Wissen über die Umstellung der Kontonummern ist aber eher abstrakt. 43 Prozent der Befragten wissen nicht, wie sich die IBAN zusammensetzt, bei den unter 30-Jährigen sind es sogar 53 Prozent. Das muss nicht weiter verwundern, da viele Kreditinstitute sich bei der Sepa-Kommunikation bislang nur auf die Firmenkunden konzentriert haben, bei denen schließlich der weitaus höhere Handlungsbedarf besteht. Informationsmaterial für Privatkunden war etwa beim Sparkassenverlag bis vor kurzem eher ein Ladenhüter.

Der in Teilen noch unzureichende Informationsstand der privaten Bankkunden hat indessen weit verbreitete Bedenken zur Folge. 41 Prozent der Befragten finden die Umstellung auf die IBAN schlecht oder sehr schlecht. Zwar erkennen 56 Prozent an, dass internationale Überweisungen einfacher werden, im Gegenzug finden 53 Prozent, dass nationale Überweisungen komplizierter werden.

Insgesamt mehr als drei Viertel der Befragten sind der Meinung, dass sich die neue Zahl nicht so gut merken lässt (45 Prozent) beziehungsweise stimmen dieser Aussage eher zu (32 Prozent). Aufgrund der Länge der Zahl befürchtet jeder Dritte eine höhere Fehleranfälligkeit.

Nach der Erklärung, wie sich die IBAN zusammensetzt nehmen die Bedenken gegenüber der Merkbarkeit um 28 Prozentpunkte auf 49 Prozent ab. Auch die Einschätzung, wonach nationale Überweisungen komplizierter werden, geht um 13 Prozentpunkte auf 40 Prozent zurück. Nach Erklärung der Zusammensetzung finden noch 13 Prozent der Befragten die internationale Kontonummer schlecht oder sehr schlecht (vorher 41 Prozent), und die Einschätzung, dass das Sepa-Format mehr Nach- als Vorteile hat wird von 22 statt vorher 29 Prozent vertreten.

Insgesamt tendiert nach einer detaillierteren Information rund jeder zweite Verbraucher zu einer neutralen Haltung. Echte Sepa-Begeisterung kann also auch ein verbesserter Informationsstand der privaten Bankkunden nicht auslösen. Zumindest aber lassen sich Skepsis und Ängste damit abbauen. Hier könnten Kreditinstitute die Kommunikationsbemühungen also noch etwas verstärken. Die Angabe der IBAN auf den Bankkarten (und ein entsprechender Hinweis an die Kunden, und zwar nicht nur im Kleingedruckten des Anschreibens) ist dabei sicher ein guter Ansatzpunkt. **Red.**