

Vertriebsstrategie

Mehr Cross-Selling durch Bausparkassen

Die Außendienste der Bausparkassen forcieren das Cross-Selling mittlerweile ebenso wie die Bankberater. Bei 55 Prozent der Abschlussgespräche von Vermittlern der Bausparkassen werden dem Kunden weitere Produkte angeboten, das ergab die aktuell erschienene Studie Kubus Bausparen 2009. Bereits in den vergangenen Jahren steigerte der Bausparvertrieb das Überkreuzgeschäft kontinuierlich. 2007 hatte nur in 37 Prozent der Fälle eine weitere Beratung stattgefunden. Besonders häufig werden Bausparkunden auf Versicherungsprodukte zur Altersvorsorge angesprochen.

Im Jahr 2009 liegen die Vertriebsorganisationen der Bausparkassen nun fast auf dem Niveau der Banken, die beim Abschluss von Bausparverträgen schon immer Cross- und Up-Selling intensiver genutzt haben. In 58 Prozent der Bausparberatungen am Bankschalter werden die Kunden auch auf weitere Produkte angesprochen. In der seit 2005 jährlich durchgeführten Studie werden Kunden, die einen neuen Bausparvertrag abgeschlossen haben, befragt, ob beim Abschluss eine über das abgeschlossene Produkt hinausgehende Beratung stattgefunden hat.