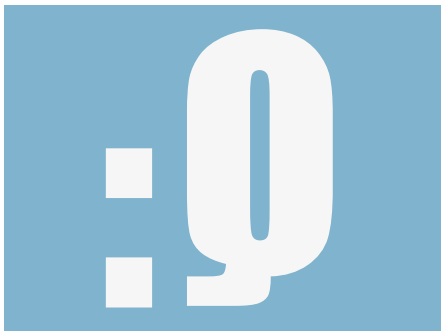




Vertrauen ist der Humus, auf dem Loyalität gedeiht

Liebe Leserin, lieber Leser

Vor 30 Jahren – im Jahr 1996 – habe ich meinen Weg als Unternehmensberater begonnen. Vor 25 Jahren gründete ich die qualityconsult ag. Wenn ich heute auf diese Zeit zurückblicke, dann ist es nicht die Zahl der Mandate oder die Vielfalt der Projekte, die mich am meisten bewegt. Es ist die Erkenntnis, dass viele der Menschen, die mir bereits 1996 damals ihr **Vertrauen** schenkten, mir dieses Vertrauen bis heute schenken. Kundenbeziehungen, die vor vielen Jahren begannen, bestehen nach drei Dekaden noch immer – nicht weil es keine Alternativen gäbe, sondern weil sich eine Bindung entwickelt hat, die über das rein Geschäftliche hinausgeht. Und laufend dürfen wir erfahren, wie auch neue Kundenbeziehungen entstehen, dank der vielen positiven Empfehlungen. Diese Ausgabe von qualitynews widme ich dem Thema **Loyalität**. Loyalität entsteht – oder sie entsteht nicht: Sie lässt sich nicht verordnen, nicht einkaufen und schon gar nicht simulieren. Sie ist das Resultat von Vertrauen, das über Jahre, über Jahrzehnte gewachsen ist. Vertrauen, das durch Beständigkeit, Verlässlichkeit und ehrliches Interesse am Menschen und am Unternehmen entstanden ist.

Herzlichen Dank für das langjährige Vertrauen und die grosse Loyalität.

Felix Graber, Geschäftsleiter

Wie loyal bleiben Bankkunden?

Ein baldiges Ende der Bequemlichkeit?

Die Loyalität der Kundschaft gegenüber ihrer Bank ist traditionell hoch – doch sie speist sich nicht nur aus Verlässlichkeit, Dienstleistungsqualität, Vertrauen oder die persönliche Nähe zur Kundenberaterin, die gleichzeitig Nachbarin ist oder im gleichen Schachclub spielt. Ein wesentlicher, oft wenig beachteter Faktor ist schlichtweg Trägheit. Der Wechsel einer Bankbeziehung gilt nach wie vor als mühsam: Neue Konten eröffnen, Daueraufträge migrieren, Zahlungspartner informieren, E-Banking neu einrichten. Und dann will man es mit dem kollegialen Vereinsmitglied nicht verscherzen, obwohl man gerne die neuen Perspektiven eines anderen Kundenberaters hören möchte. Der Aufwand steht in keinem Verhältnis zum empfundenen Nutzen, solange der Leidensdruck oder die Qualitätseinbusse nicht gross genug ist. Also bleibt man – nicht aus Überzeugung, sondern oft aus Bequemlichkeit oder Angst, im Dorf nicht mehr gegrüsst zu werden. Doch diese Trägheit schwindet. Unsere These: Die Kundenloyalität wird in den kommenden Jahren massiv abnehmen – aus drei Gründen, die sich gegenseitig verstärken.

Erstens: KI demokratisiert Fachwissen. Künstliche Intelligenz ermöglicht es Kundinnen und Kunden, sich in kurzer Zeit ein Fachwissen anzueignen, das früher dem Bankberater vorbehalten war: Zinsvergleiche, Anlagestrategien, 360-Grad-Vermögenssicht, Risikoprofile, Vorsorge- und Versicherungslücken, Vorsorgeauftrag – mit wenigen Klicks analysierbar. Wer sich informiert fühlt, hinterfragt. Und wer hinterfragt, wechselt eher.

Zweitens: Frauen übernehmen ihre Finanzen selbst. Immer mehr Frauen lösen sich von der Bankbeziehung des Partners und managen ihre Finanzen eigenständig. Damit entfällt die historische Bindung an «die Bank des Mannes». Diese neuen, selbstbestimmten Kundinnen wählen ihre Bank nach eigenen Kriterien – mit geringerer Loyalitätsschwelle und bewusst bei einer anderen Institution.

Drittens: Bots machen den Wechsel zum Kinderspiel. Was heute noch als Hürde empfunden wird – die administrative Migration einer Bankbeziehung –, wird durch Bots und automatisierte Wechselservices in Zukunft radikal vereinfacht. Saldierung bzw. Kontoeröffnung im Handumdrehen, automatisierte Übertragung von Daueraufträgen etc.

Die Konsequenz für Regionalbanken ist eindeutig: Wer sich künftig auf die Trägheit seiner Kundschaft verlässt, wird überrascht. Loyalität muss neu verdient werden – jeden Tag, durch echte Dienstleistungsqualität, durch persönliche Nähe und durch Beratung, die mehr bietet als ein KI-generierter Vergleich. Die Bequemlichkeit als Loyalitätsgarantin verschwindet. Was bleibt, ist die Bewährungsprobe: **Wer überzeugt, dem bleibt man treu - freiwillig.** Noch sind die Voraussetzungen bei Regionalbanken dafür gut, ein Blick auf die schleichende Veränderung des Kundenstamms muss jedoch weiter gehen, als das Thema der Überalterung des Kundenstamms oder die Bindung über Verträge.

Multibanking: Wer wird zum Primus?

Drittbanken im Multibanking einbinden oder einfach zum Datenlieferanten verkümmern?

Viele Schweizer Regionalbanken haben in den letzten Monaten ein neues E-Banking eingeführt – mit einer wichtigen Gemeinsamkeit: Sie setzen auf die gleiche App und bieten damit praktisch die gleiche Multibanking-Funktionalität. Die User Experience (UX) ist also überall gleich. Damit entfällt der technologische Wettbewerbsvorteil. Was bleibt, ist die psychologische Frage: Bei welcher Bank bindet die Kundschaft ihre Zweitbankbeziehungen ein – und bei welcher Bank werden umgekehrt die eigenen Konten nur noch als Datenlieferant eingebunden?

Die psychologische Entscheidung: Wo wird mein Finanzleben sichtbar?

Die Frage klingt banal, ist aber strategisch entscheidend. Wer als Drehscheibe dient – als jene Bank, über die die Kundschaft ihr gesamtes Finanzleben überblickt –, gewinnt an Relevanz im Beratungsalltag. Wer nur Daten liefert, verschwindet im Hintergrund. Entscheidend ist: Diese Wahl treffen die Kunden nicht rational, sondern aus Gewohnheit, Vertrauen und Bequemlichkeit. Wer öffnet täglich welche Banking-App? Wo liegt das Hauptkonto? Wo läuft der Geschäftskontakt? Bei welcher Bank meldet man sich zuerst an – und welche App öffnet man nur noch für eine Überweisung, sofern man nicht schon ganz auf Twint abgewandert ist?

Die Gefahr: Die schleichende Abwanderung

Die unheimlichere Variante: Die Kundschaft bindet ihre bisherige Hauptbank bei der Zweitbank ein – weil diese (auch mental) näher liegt, die Beratung sympathischer ist oder das Kunden-Erlebnis neu/besser ist. Die eine Regionalbank wird zum somit zum Primus inter pares, die bisherige Hauptbank zur Datenlieferantin. So entsteht eine schleichende Abwanderung, lange bevor eine Bankbeziehung formell aufgelöst wird. Die Kundschaft kündigt nicht – sie wandert still, bis sie verstummt – oder Gebühren lästig werden.

Wie Regionalbanken den Primus-Status erreichen oder sichern

Aktiv ansprechen: Kunden mit bekannten Zweitkonten gezielt informieren – persönlich, nicht per App-Banner. «Binden Sie Ihr Grossbank-Konto oder Ihre Drittbank bei uns ein. Einfach und bequem. Wir unterstützen Sie dabei – sicher und unkompliziert»

Beratung verknüpfen: Wer Multibanking nutzt, erhält eine konsolidierte Vermögensübersicht. Diese ist die Grundlage für eine ganzheitliche Beratung – ein Argument, das derzeit keine Grossbank per App für Privatkunden mit der gleichen UX bietet.

Den Moment nutzen: Jetzt, kurz nach dem Launch, ist die Kundschaft offen für Neues. Wer zuwartet, verliert den Gewohnheitsvorteil. Wer die Mobile-Banking App seiner Bank des Vertrauens mehr öffnet als z.B. Twint oder die Drittbank-App gewinnt!

Persönliche Einrichtung anbieten: Ein Termin am Schalter, bei dem die Bankexpertin/der Bankexperte die Einbindung der Zweitkonten gemeinsam mit dem Kunden vornimmt – niederschwellig, pragmatisch, wirksam.

Das höchste Ziel: Der Kunde bindet seine Gross- oder Drittbank-Konten bei der präferierten Bank ein. Dann hat diese langfristig gewonnen – nicht technologisch, sondern psychologisch. Denn wer das Finanzleben überblickt, der berät auch. **Und wer berät, der bindet.** Multibanking ist nicht nur eine Funktion. Es ist die Gelegenheit, die Rolle im Leben der Kundschaft einmalig zu definieren – als echter Primus oder als einfacher Datenlieferant ohne weitere Relevanz.

Weiterbildungs-Agenda

Webinar für neu zu wählende Bank VR

26. Februar 2027 online

08.15–16.00 Uhr / CHF 650.00

Melden Sie Ihre zukünftigen Verwaltungsratsmitglieder rechtzeitig für diese Grundausbildung an.

Bankenseminar 2027

Seit 20 Jahren referieren Andreas Gasser und Felix Graber im Rahmen des Bankenseminars für Regionalbanken zu aktuellen Themen aus den Bereichen Risikomanagement, Strategie, Rechnungslegung oder Corporate Governance. Auch 2027 werden wiederum zwei Module angeboten. Modul 1 behandelt die strategischen Herausforderungen für Regionalbanken und neue Governance Themen, präsentiert von Felix Graber. Im Modul 2 stehen aktuelle Themen zum Zins- und Liquiditätsrisikomanagement im Fokus, präsentiert von Andreas Gasser.

19. Mai 2027 in Olten

08.30 Uhr Modul 1 / CHF 550.00

13.00 Uhr Modul 2 / CHF 550.00

Grundlagenseminar für Bank VR

Schwerpunkte: Organisation, Aufgaben und Pflichten von VR, Bank Board Governance, FINMA RS Corporate Governance. Zudem gibt es ein regulatorisches Update. Referenten:

: Prof. Dr. Ch. Lengwiler (BEKB)

: Franco A. Straub (SWA)

: F. Graber (Moderation / Leitung)

09. Juni 2027 in Luzern

09.00–16.00 Uhr / CHF 750.00

Anmeldungen jederzeit möglich:
sekretariat@qualityconsult.ch