

# Was bedeutet heute Kundenakzeptanz?

**Kundenakzeptanz – ein unterschätztes und erfolgreiches Geschäftsmodell.** Was der Kunde nicht akzeptiert, nutzt er nicht. Das gilt vor allem für die neuen digitalen Produkte und Services der FinTechs, die seit einigen Jahren auf den Markt drängen, um den traditionellen Geldhäusern die Kunden streitig zu machen.

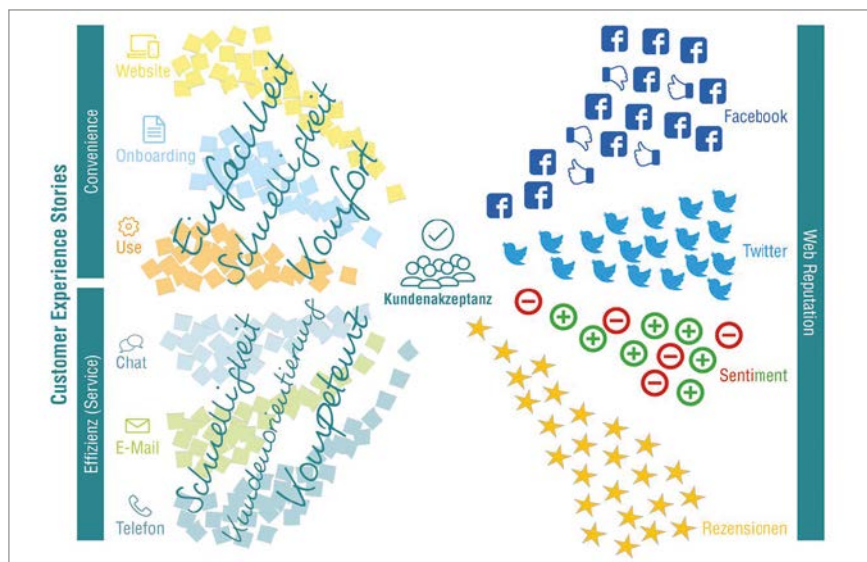
Und das gelingt nicht nur durch innovative Ideen, an denen es den jungen Unternehmen nicht mangelt, sondern vielmehr durch ein hohes Maß an Seriosität, die besonders im hochsensiblen Finanzsektor gefragt ist, wenn es gilt, Vertrauen beim Endkunden aufzubauen und sich nachhaltig einen guten Ruf zu erarbeiten.

## Was ist Kundenakzeptanz und wie wird sie messbar?

Während das Wirtschaftslexikon die Kundenakzeptanz als „Bereitschaft der Kunden der Banken, bestimmte bankmäßige Verfahrensweisen, z. B. neue Selbstbedienungselemente, neue Preismodelle für Bankleistungen, neue Absatzwege usw. „anzunehmen“, d. h. sich ihrer zu bedienen usw., ohne andererseits ihre Bindung an die Bank einzuschränken oder die bisherige Bankverbindung aufzugeben“ definiert, geht S.W.I. FINANCE mit dem Customer Experience-Vergleichsportal cx::radar noch einen Schritt weiter und macht die Kundenakzeptanz messbar. Und um die Kundenakzeptanz messbar zu machen, analysiert das Unternehmen die kompletten Customer Journeys für den cx::radar in drei Teilbereichen:

**1. Convenience:** Welche Customer Experiences machen die potenziellen Kunden mit dem Unternehmen, wenn es um die transparente Darstellung von Leistungen und Kosten auf der Website sowie eine einfache Registrierung („Onboarding“) und komfortable Nutzung („Use“) geht?

**2. Effizienz (Service):** Wie ist das Service-



Nur wer über seine Reputation Bescheid weiß, kann sie gegebenenfalls verbessern

erlebnis der Kunden? Wie gut erreichbar sind die Unternehmen an den Touchpoints Chat, E-Mail und Telefon, und wie steht es um die Schnelligkeit und Qualität der Antworten?

**3. Web Reputation:** Hier analysiert der Radar, wie der Ruf im Netz bestellt ist. Facebook und Twitter stehen hier ebenso auf dem Prüfstand wie Rezensionen zum Unternehmen. In einer Sentiment-Analyse werden alle Beiträge bewertet.

## Kundenakzeptanz von FinTechs: Erste Erkenntnisse

Insgesamt hat in unserer Analyse (noch?) kein Unternehmen einen hohen Profilierungsgrad erreichen können. Die FinTechs mit der höchsten Kundenakzeptanz:

1. Vaamo mit 77,3 von 100 möglichen Punkten
2. Paydirekt 74,9 von 100 möglichen Punkten
3. Funding Circle 74,3 Punkte von 100 möglichen Punkten

Um letztendlich vom Kunden akzeptiert zu werden fehlt es den jungen FinTechs mit den guten Ideen und Technologien an einer klaren Orientierung hin zum Kunden. Marcus Schad, Geschäftsführer von S.W.I. FINANCE, behauptet: „Noch haben die Banken in Sachen Kundenakzeptanz die Nase vorn. Doch im Vergleich zu diesen riesigen und langsam navigierenden Schiffen, sollten sich die flotten FinTechs ihre Wendigkeit zu Nutze machen, um ihre Kunden schon heute mit dem Service von morgen zu überzeugen.“