

PRESSEMITTEILUNG

Studie: Service bei Filialbanken 2010

Nur 40 Prozent der Banken bieten guten Service – Berliner Volksbank ist Gesamtsieger, HypoVereinsbank führt beim Beratungsgespräch

Hamburg, 30.08.2010 – Oberflächliche Bedarfsanalyse in der Filiale, jedes zweite Telefongespräch nicht individuell und jede sechste E-Mail unbeantwortet - nur drei Beispiele, welche die mangelnde Serviceorientierung deutscher Banken unterstreichen. Nur 40 Prozent der analysierten Institute bieten guten Service.

Die aktuelle Studie des Deutschen Instituts für Service-Qualität deckt zahlreiche Servicedefizite bei Banken auf. So war die Bedarfsanalyse bei der Filialberatung lediglich ausreichend. Zwei Unternehmen bekamen in diesem Bereich sogar mangelhafte Bewertungen. „Vor allem die finanzielle Situation der Kunden wurde nicht ausreichend analysiert. Dies ist aber die Voraussetzung für individuelle und passgenaue Beratungen“, kommentiert Markus Hamer, Geschäftsführer des Instituts. Dagegen überzeugten die Bankmitarbeiter wie so oft durch vorbildliche Freundlichkeit und hohe Motivation.

Kunden erwarten guten Service auf allen Kontaktkanälen. Bei der Telefonberatung bemängelten die Tester aber die geringe Individualität und sogar die oft fehlende Glaubwürdigkeit. Bei der E-Mail-Beantwortung fiel vor allem die nur ausreichende Kompetenz negativ auf. Immerhin die Internetauftritte waren im Durchschnitt gut.

Gesamtsieger der Studie wurde Berliner Volksbank. Die Bank bot eine überdurchschnittliche Filialberatung und das beste Ergebnis beim Telefontest. Berliner Sparkasse erzielte den zweiten Gesamtrang und schnitt beim Internettetest am besten ab. HypoVereinsbank auf Rang drei überzeugte mit der besten Filialberatung. Am Ende der Service-Rangliste stehen Targobank und Postbank.

Das Marktforschungsinstitut untersuchte insgesamt 15 Kreditinstitute. Dabei wurden neben den sechs größten überregional tätigen Filialbanken die jeweils drei größten Sparkassen, Volks- und Raiffeisenbanken sowie Sparda-Banken in den Städten Berlin, Hamburg und München analysiert. Basis für die Untersuchung waren insgesamt 555 verdeckte Testerkontakte. Im Vordergrund stand die persönliche Beratungen vor Ort zu den Themen Zahlungsverkehr, Geldanlage, Baufinanzierung, Ratenkredit und Altersvorsorge. Darüber hinaus wurden auch die telefonische Kontaktqualität, die Beantwortung von E-Mails und der Internetauftritt der Institute untersucht.

Das Deutsche Institut für Service-Qualität prüft unabhängig anhand von mehrdimensionalen Analysen die Dienstleistungsqualität von Unternehmen und Branchen. Dem Verbraucher liefert das Institut bedeutende Anhaltspunkte für Kaufentscheidungen. Unternehmen gewinnen wertvolle Informationen für ihr Qualitätsmanagement.

Veröffentlichung nur unter Nennung der Quelle:
Deutsches Institut für Service-Qualität

Ansprechpartnerin:

Bianca Möller

Telefon: 040 / 41 11 69 27

E-Mail: b.moeller@disq.de