

PRESSEMITTEILUNG

Studie: Beratung bei Regionalbanken in Metropolen 2013

Kompetent, aber nicht individuell genug – sechs Banken erreichen Testurteil „sehr gut“

Hamburg, 23.10.2013 – Seit der Finanzkrise hat das Ansehen der Geldinstitute in der Bevölkerung stark gelitten. Eine Ausnahme bildet jedoch die eigene Hausbank, der die Mehrheit der Deutschen noch immer vertraut. Doch ist dieses Vertrauen gerechtfertigt? Bankkunden erwarten von ihrem Ansprechpartner eine kompetente und individuelle Beratung, die am Bedarf des Kunden und nicht an einer möglichen Abschlussprovision orientiert ist. Aber die Mitarbeiter welches Geldinstituts werden diesen Erwartungen gerecht? Vor kurzem standen in Studien des Deutschen Instituts für Service-Qualität Regionalbanken in kleineren Städten im Fokus. Nun hat das Hamburger Marktforschungsinstitut im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv Geldinstitute in zehn deutschen Metropolen unter die Lupe genommen.

Insgesamt erzielten die Kreditinstitute ein gutes Ergebnis. So waren rund 91 Prozent der Kundenberater kompetent, inhaltlich sicher und insgesamt gut auf die Beratungsgespräche vorbereitet. Einen motivierten und engagierten Eindruck hinterließen 85 Prozent der Bankangestellten. Gepflegte und saubere Räumlichkeiten trugen zu einer angenehmen Atmosphäre bei.

Defizite zeigten sich jedoch in den Gesprächen selbst: Etwa jede vierte Beratung war nicht ganzheitlich und individuell genug ausgerichtet. Verbesserungspotenzial zeigte sich zudem bei der Ermittlung der Kundenwünsche sowie bei der Berücksichtigung der Haushalts- und Lebenssituation der Verbraucher. Wichtige Informationen, wie etwa Familienstand, Risikobereitschaft oder finanzielle Möglichkeiten des Kunden, wurden oft nicht ausreichend erfragt. „Bedenklich war auch, dass über fünf Prozent der vorab vereinbarten Beratungen nicht zustande kamen, etwa weil Mitarbeiter den Termin platzen ließen oder die Vorlage eines Personalausweises forderten, obwohl das für ein unverbindliches Informationsgespräch nicht notwendig ist“, kritisiert Markus Hamer, Geschäftsführer des Deutschen Instituts für Service-Qualität.

Testsieger in den untersuchten Städten wurden Berliner Bank, Dortmunder Volksbank, Stadtparkasse Düsseldorf, Geno Bank Essen, Deutsche Bank in Frankfurt am Main, Hamburger Volksbank, Sparkasse Köln-Bonn, Volksbank Leipzig, Commerzbank in München und Baden-Württembergische Bank in Stuttgart. Insgesamt erreichten sechs Institute das Qualitätsurteil „sehr gut“.

Das Deutsche Institut für Service-Qualität führte eine umfassende Untersuchung der Beratungsqualität von Filialbanken in zehn Metropolen Deutschlands durch. In Berlin, Dortmund, Düsseldorf, Essen, Frankfurt am Main, Hamburg, Köln, Leipzig, München und Stuttgart wurden insgesamt 600 Beratungstermine vor Ort vereinbart. Die verdeckt agierenden Tester ließen sich dabei zu den Themen Altersvorsorge, Baufinanzierung, Geldanlage, Girokonto und Ratenkredit informieren. Im Fokus der Untersuchung standen die Kompetenz der Mitarbeiter, ihre Fähigkeit, die Bedürfnisse der Kunden zu analysieren, und kommunikative Aspekte wie Freundlichkeit und Verständlichkeit. Darüber hinaus wurden Wartezeiten und Termineinhaltung sowie die Qualität des Umfelds analysiert.

Mehr dazu: n-tv Ratgeber – Geld, Mittwoch, 23.10.2013 um 18:35 Uhr.

Geschäftsführung:
Bianca Möller, Markus Hamer
Beirat:
Gunnar Uldall (Vors.), Jochen Dietrich,
Johann C. Lindenberg
Ust.-Id.-Nr. DE249603922
Amtsgericht Hamburg HRA 104009
Persönlich haftende Gesellschafterin:
buscha Verwaltungsgesellschaft mbH,
Amtsgericht Hamburg HRB 97297

Veröffentlichung nur unter Nennung der Quelle:
Deutsches Institut für Service-Qualität im Auftrag von n-tv

Ansprechpartner:

Markus Hamer

Fon: +49 (0)40 / 27 88 91 48 - 11

Mobil: +49 (0)176 / 64 03 21 40

E-Mail: m.hamer@disq.de

www.disq.de

Das Deutsche Institut für Service-Qualität (DISQ) verfolgt das Ziel, die Servicequalität in Deutschland zu verbessern. Das Marktforschungsinstitut mit Sitz in Hamburg führt zu diesem Zweck unabhängige Wettbewerbsanalysen, B2B-Studien und Kundenbefragungen durch. Rund 1.500 geschulte Tester sind in ganz Deutschland im Einsatz. Die Leitung der Forschungsprojekte, bei denen wissenschaftlich anerkannte Methoden und Service-Messverfahren zum Einsatz kommen, obliegt einem Team aus Soziologen, Ökonomen und Psychologen. Dem Verbraucher liefert das Institut wichtige Anhaltspunkte für seine Kaufentscheidungen. Unternehmen gewinnen wertvolle Informationen für das eigene Qualitätsmanagement. Das Deutsche Institut für Service-Qualität arbeitet im Auftrag von renommierten Print-Medien und TV-Sendern; Studien für Unternehmen gehören nicht zum Leistungsspektrum des DISQ.