

PRESSEMITTEILUNG

Studie: Ratenkredit von Filialbanken 2015

Große Zinsunterschiede – Service nur befriedigend – fünf Banken mit Gesamturteil „gut“ – Commerzbank ist Testsieger

Hamburg, 28.05.2015 – Attraktive Zinssätze und gute Kreditausstattung – das schließt sich nicht aus. Die Zinsunterschiede zwischen den Filialbanken sind jedoch erheblich. Dies ergab die aktuelle Studie, die das Deutsche Institut für Service-Qualität (DISQ) im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv durchgeführt hat.

Ob Neuanschaffung eines Autos oder Renovierungswünsche – viele Verbraucher nutzen die Finanzierungsmöglichkeit über einen Ratenkredit. Filialbanken stehen dabei hoch in der Gunst der Kunden, die Wert auf eine persönliche Vor-Ort-Beratung legen. Doch gewusst wo. Die Untersuchung von 15 bedeutenden Filialbanken deckte große Unterschiede beim Effektivzins auf. So gab es – je nach Kreditszenario – bei den Filialangeboten Zinsdifferenzen von bis zu 5,91 Prozentpunkten. Drei Finanzinstitute erzielten in der Produktanalyse das Qualitätsurteil „sehr gut“. Demgegenüber stehen fünf Unternehmen die im Bereich Zinssätze und Kreditausstattung lediglich ein ausreichendes Ergebnis erzielten.

Wichtig für den Verbraucher: Bei vielen Finanzinstituten waren die Zinssätze der Ratenkredite – ganz gleich, ob der Abschluss in der Filiale oder im Internet erfolgte – identisch. „Die Online-Konditionen erbrachten häufig keinen Kostenvorteil. Oder positiv ausgedrückt: Die persönliche Beratung in den Filialen war oft ein Service, der nicht die Attraktivität der Kreditangebote minderte“, so Markus Hamer, Geschäftsführer des Deutschen Instituts für Service-Qualität.

Der Service der Filialbanken – vor Ort, per Telefon und E-Mail sowie im Internet – zeigte sich jedoch generell als verbesserungsfähig. Insgesamt boten die Filialbanken eine befriedigende Servicequalität. Damit konnte sich die Branche gegenüber der Vorjahresstudie allerdings deutlich steigern (2015: 64,4 Punkte; 2014: 59,0 Punkte).

Bei der Beratung in den Filialen selbst gab es Licht und Schatten: Die Bankmitarbeiter bewiesen Kompetenz und leisteten sich in den Vor-Ort-Tests keine einzige Falschaussage. Negativ fiel auf, dass die Berater in jedem fünften Gespräch dem Kunden eine Restschuldversicherung aufdrängten oder die entstehenden die Mehrkosten verschwiegen. Marktforschungsexperte Markus Hamer: „Die im Schnitt beste Serviceleistung erbrachten die Filialbanken kurioserweise im Internet – viele Online-Auftritte überzeugten mit Bedienungsfreundlichkeit und hohem Informationswert.“

Mehr dazu: n-tv Ratgeber – Test, Donnerstag, 28.05.2015, um 18:35 Uhr.

Als Testsieger ging die Commerzbank mit dem Qualitätsurteil „gut“ aus der Studie hervor. Die Produktanalyse erbrachte ein sehr gutes Ergebnis. So waren etwa die Zinsen für einen Filialkredit über 10.000 Euro (Laufzeit: 48 Monate) um 5,04 Prozentpunkte niedriger als beim teuersten Anbieter. Beim Autokredit offerierte das Institut das günstigste Filialbankangebot. Im Service punktete der Testsieger in den Beratungsgesprächen vor Ort mit einer ausführlichen Analyse des Kundenbedarfs.

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

Gute Resultate erzielte die Commerzbank zudem in puncto Internetauftritt und telefonischer Service. Den zweiten Rang belegte die Deutsche Bank, die im Gesamtergebnis wie auch in der Produktanalyse das Qualitätsurteil „gut“ erzielte. Im Service zeigte das Unternehmen die im Anbietervergleich zweitbeste Leistung und verfehlte in diesem Untersuchungsbereich nur knapp das Urteil „gut“. Rang drei nahm die Sparda-Bank Hamburg (Qualitätsurteil: „gut“) ein. Bei der Produktanalyse erzielte das Institut das beste Resultat, unter anderem durch die insgesamt günstigen Zinssätze. Positiv fiel auch ins Gewicht, dass die Kredite bonitätsunabhängig vergeben wurden. In der Serviceanalyse zeigte die Bank eine insgesamt befriedigende Leistung.

Im Rahmen der Studie analysierte das Deutsche Institut für Service-Qualität 15 bedeutende Finanzinstitute in Deutschland: die – gemessen an der Anzahl der Filialen – sechs größten überregionalen Universalbanken sowie die jeweils drei größten regionalen Institute in Berlin, Hamburg und München mit eigenem Filialnetz. Die Untersuchung setzte sich aus zwei Teilbereichen zusammen: Der Service wurde bei jedem Anbieter anhand von jeweils acht Vor-Ort-Beratungen sowie zehn verdeckten Telefon- und E-Mail-Tests (Mystery-Tests) geprüft. Zudem erfolgten jeweils zehn Prüfungen der Internetauftritte durch geschulte Testnutzer und eine detaillierte Inhaltsanalyse der einzelnen Websites. Im Fokus standen dabei unter anderem der Informationswert und die Bedienungsfreundlichkeit. Im zweiten Analysebereich erfolgte eine umfassende Prüfung und Bewertung von Zinssätzen und Produktausstattungen der jeweils günstigsten Angebote anhand standardisierter Profile (Datenstand: 8. April 2015).

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 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.