

Megatrend Kunde

STUDIE Regionale Player schlagen Großinstitute. So das Deutsche Institut für Service-Qualität, das regelmäßig die Zufriedenheit der Mittelständler mit ihren Banken untersucht. DISQ-Chef Markus Hamer erläutert Hintergründe, Stimmung und nennt Trends.

Banken und Mittelstand: Das passt in Deutschland ganz offenbar. Laut einer Befragung des Deutschen Instituts für Service-Qualität (DISQ) stellen Geschäftskunden den Finanzinstituten ein gutes Zeugnis aus. Wie die guten Zensuren zustande kommen, erklärt Markus Hamer, geschäftsführender Gesellschafter des DISQ.

I DUB UNTERNEHMER-Magazin: Das DISQ attestiert den deutschen Mittelstandsbanken alles in allem eine gute Kundenorientierung. Wo zeigt sich Ihrer Meinung nach denn überhaupt noch Optimierungspotenzial?

» **Markus Hamer:** Einer ausgezeichneten Kundenorientierung und engagierter Mitarbeiter können sich Kunden bei allen Mittelstandsbanken sicher sein. Die Beschäftigten der Banken und Sparkassen punktetten aus Kundensicht mit Glaubwürdigkeit, einem angenehmen Auftreten und individueller Beratung. Eine stär-

kere Differenzierung zwischen den Finanzinstituten machten die Befragten bei den Leistungen und Konditionen aus – so kann sich ein Vergleich vor der Entscheidung für den richtigen Partner lohnen. Zudem fällt die relativ hohe Anzahl an Ärgernissen auf: Mehr als jeder vierte Kunde hat schon mindestens eine negative Erfahrung mit dem bewerteten Finanzinstitut gemacht. Gründe dafür waren vor allem verspätete Rückmeldungen sowie die Konditionen der Banken und Sparkassen.

I Auf den ersten Plätzen dominieren regionale Banken. Was machen die Großinstitute falsch?

» **Hamer:** Da die befragten Mittelständler allen untersuchten Banken eine hohe Kundenzufriedenheit attestieren, ist eher die Frage, was die Top-Platzierten besser machen. Die beiden Volksbanken aus Frankfurt und Berlin sind einfach unschlagbar bei der Kompetenz, der Kundenorientierung und den Leistungen. Und auch mit den Konditionen und Gebühren sind ihre Kunden am zufriedensten. Die Genossenschaftsbanken haben in den letzten Jahren nicht nur ihr Profil, sondern vor allem ihr Geschäftsmodell konsequent nach den Kundenbedürfnissen ausgerichtet – offensichtlich mit Erfolg. Dabei verfängt die Verbundenheit in der Region, die hohe Verlässlichkeit und das Handeln auf Augenhöhe – und das ist die DNA des genossenschaft-



lichen Prinzips – besonders bei mittelständischen Unternehmen. Diese sind zwar regional verwurzelt, aber oft überregional oder international aktiv.

Im Kundensegment Mittelstand herrscht ein gnadenloser Verdrängungswettbewerb: Internationale Großbanken werben um große Mittelständler, während traditionelle Mittelstandsbanken ins Terrain von Sparkassen und Volksbanken vorstoßen. Wen sehen Sie als Gewinner daraus hervorgehen und warum?

» **Hamer:** Die Bedürfnisse von großen Mittelständlern und Konzernen unterscheiden sich nur wenig, daher überrascht es nicht, dass hier deutsche und internationale Großbanken im Wettbewerb stehen. Beim weiteren Mittelstand, der nach Größe sowie Geschäftsfeld und somit auch nach den Bedürfnissen sehr heterogen ist, zählt die Nähe und Intensität in der Kundenbeziehung. Regionale Institute haben dabei einen klaren kompetitiven Vorteil. Potenziale sehe ich weiterhin in der Einbindung der Zentralinstitute – der Landesbanken und der DZ Bank –, um den Mittelstand auch im überregionalen Geschäft optimal zu unterstützen. Auf diesem Feld bleibt noch einiges zu tun.

Einerseits ist der persönliche Kontakt im B2B-Sektor sehr wichtig, andererseits treibt das Megathema Digitalisierung auch den Finanzsektor. Wer nutzt diese Rahmenbedingungen am besten?

» **Hamer:** Beim persönlichen Kontakt haben die regionalen Institute klar die Nase vorn. Was die Digitalisierung angeht, sehe ich jedoch bisher keinen Sieger: Die großen Banken sind schwerfällig, haben heterogene und oft inkompatible IT-Systeme, und ihre IT-

Bankenwelt: Der Mittelstand will ein Institut, das Zeitvorteile verschafft

HOHE ZUFRIEDENHEIT

Die Finanzinstitute erzielten insgesamt ein gutes Gesamtergebnis, die beiden untersuchten Volksbanken schnitten sogar mit einem sehr guten Kundenurteil ab.

Rang	Unternehmen	Punkte	Qualitätsurteil
1	Frankfurter Volksbank	82,2	sehr gut
2	Berliner Volksbank	81,3	sehr gut
3	Unicredit/Hypovereinsbank	77,4	gut
4	Commerzbank	76,8	gut
5	Hamburger Sparkasse	76,8	gut
6	Sparkasse Köln-Bonn	75,0	gut
7	Postbank	74,3	gut
8	Deutsche Bank	74,2	gut
Gesamt		77,3	

Stand: 24. Mai 2018; Quelle: DISQ

Abteilungen sind durch immer wieder neue Regulierungsanforderungen lahmgelegt. Kleinere Institute sind von den Zentralinstituten abhängig und haben häufig noch gar nicht erkannt, welche Veränderungen auf sie zukommen – es bleibt also spannend.

Das DISQ prüft in seiner Studie nun schon seit über zehn Jahren das Banking für den Mittelstand. Können Sie bestimmte Langfristtrends festmachen? Und welche zukünftige Entwicklungen erwarten Sie?

» **Hamer:** Der Megatrend ist und bleibt die Kundenzentrierung. Laut Trendforscher Peter Wippermann haben seit den 1990er-Jahren jene Unternehmen Wettbewerbsvorteile, die guten Service bieten. Seit 2010 macht Content den Unterschied, also nutzwertige Informationen, und in naher Zukunft werden jene Banken erfolgreich sein, die dem Kunden Zeitvorteile verschaffen. All das ist nur möglich, wenn die Wünsche und Bedürfnisse erkannt und optimal bedient werden. Ein entscheidender Treiber ist dabei ganz sicher eine erfolgreiche Digitalisierung. ■

DAS WICHTIGSTE IM ÜBERBLICK

- Regionalbanken liegen in der DISQ-Studie vorn.
- Einer starken Kundenorientierung und engagierter Mitarbeiter können sich Kunden laut DISQ-Studie bei allen Mittelstandsbanken sicher sein.

 Mehr unter disq.de



ZUR PERSON
MARKUS
HAMER

ist geschäftsführender Gesellschafter und verantwortlich für die Studien des Marktforschungshauses Deutsches Institut für Service-Qualität (DISQ)

