

## PRESSEMITTEILUNG

### **Beratungsstudie: Banken in Metropolen 2018**

#### **Fachkompetenz überzeugt – Produktempfehlungen nicht immer maßgeschneidert – Commerzbank ist Testsieger**

**Hamburg, 30.10.2018** – Auch und gerade in den Großstädten ist die Konkurrenz unter den Filialbanken groß. Gute persönliche Beratungen können hier ein wichtiges Mittel der Kundenbindung sein. Positiv: Die Branche zeigt hier aktuell gute bis sehr gute Leistungen. Defizite gibt es aber bei der Bedarfsanalyse, einem wichtigen Faktor für eine kundengerechte Beratung. Das zeigt die aktuelle Studie des Deutschen Instituts für Service-Qualität, welches im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv die Beratung von Banken und Sparkassen in zehn deutschen Großstädten getestet hat (*Sendehinweis: n-tv Ratgeber – Geld, Mittwoch, 31.10.2018, 18:35 Uhr*).

#### **Hohe Beratungskompetenz**

Sämtliche Bankinstitute schneiden in den zehn Metropolen gut bis sehr gut ab. Dabei liegen die überregionalen Anbieter im Schnitt leicht vor den regionalen Finanzinstituten. Als große Stärke erweist sich die Kompetenz der Berater: Sie leisten sich in den Kundengesprächen keine einzige Falschaussage und geben meist vollständige Informationen. Letzteres hängt aber vom Themengebiet ab: Während Girokonto-Beratungen ausgesprochen detailliert ausfallen, werden Fragen in den komplexeren Baufinanzierungsgesprächen zum Teil nicht umfassend beantwortet. Ein erfreuliches Ergebnis der durchgeführten Kreditgespräche: Kein Berater rät pauschal zum Abschluss einer Restschuldersicherung, deren Notwendigkeit oftmals fraglich ist.

#### **Kundenbedarf nicht immer im Fokus**

Während die persönliche Situation der Kunden meist umfangreich von den Beratern ermittelt wird, zeigen sich oft Schwächen bei der Analyse der finanziellen Lage. Insgesamt stellt sich die Analyse des Kundenbedarfs als schwächster Untersuchungsbereich heraus – im Schnitt liegen die Leistungen hier nur auf einem befriedigenden Niveau. Damit einher geht ein weiteres Defizit: Die mangelnde Individualität der Beratungen, was sich auch in der Qualität der Lösungsvorschläge niederschlägt.

„Kunden können in den Filialbanken mit einer kompetenten Beratung rechnen, sollten sich vor dem Gespräch aber Gedanken machen und die eigenen Anforderungen und Wünsche an das Produkt, wenn nötig, selbst ansprechen“, so Markus Hamer, Geschäftsführer des Deutschen Instituts für Service-Qualität. Hamer führt aus: „Trotz der insgesamt guten Branchenergebnisse gilt festzuhalten, dass es teils deutliche Unterschiede gibt – sowohl zwischen den einzelnen Instituten als auch hinsichtlich der untersuchten Großstädte.“

#### **Die besten Filialbanken in den Metropolen**

Die Commerzbank sichert sich über alle zehn Metropolen betrachtet den Testsieg, gefolgt von der Deutschen Bank und den Volksbanken. Dabei setzt sich die Commerzbank in sechs der untersuchten Städte durch (Dortmund, Essen, Hamburg, Köln, Leipzig und München). Die Deutsche Bank erzielt zweimal Platz eins – in Berlin und Düsseldorf. In Frankfurt am Main erringt die

DISQ Deutsches Institut für  
Service-Qualität GmbH & Co. KG  
Dorotheenstraße 48  
22301 Hamburg  
Fon: +49 (0)40 / 27 88 91 48-0  
Fax: +49 (0)40 / 27 88 91 48-91  
info@disq.de, www.disq.de

Geschäftsführung:

Markus Hamer

Beirat:

Jochen Dietrich, Marianne Voigt

Ust.-Id.-Nr. DE249603922

Amtsgericht Hamburg HRA 104009

Persönlich haftende Gesellschafterin:

buscha Verwaltungsgesellschaft mbH,

Amtsgericht Hamburg HRB 97297

Frankfurter Volksbank den Testsieg, in Stuttgart belegt die BW-Bank Platz eins. Alle Testsieger erzielten in den einzelnen Metropolen das Qualitätsurteil „sehr gut“.

Das Deutsche Institut für Service-Qualität analysierte die persönliche Beratung von den jeweils sechs nach Filialzahl größten Finanzinstituten in zehn deutschen Großstädten. Im Fokus standen sowohl überregionale Universalbanken wie auch Regionalbanken und Sparkassen. Die Messung der Qualität der Beratungsgespräche vor Ort erfolgte über je zehn verdeckte Besuche (Mystery-Tests) in verschiedenen Bankfilialen. Untersucht wurden unter anderem die Beratungskompetenz und Freundlichkeit der Mitarbeiter, die Umsetzung der Bedarfsanalyse der Kundensituation sowie das Filialumfeld, das zum Beispiel eine diskrete Beratungsatmosphäre sicherstellen sollte. Insgesamt flossen 600 Servicekontakte mit den Banken und Sparkassen in die Untersuchung ein.

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.

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

**Pressekontakt:**

Martin Schechtel  
Tel.: +49 (0)40 / 27 88 91 48-20  
E-Mail: m.schechtel@disq.de  
www.disq.de

DISQ Deutsches Institut für  
Service-Qualität GmbH & Co. KG  
Dorotheenstraße 48  
22301 Hamburg  
Tel.: +49 (0)40 / 27 88 91 48-0  
Fax: +49 (0)40 / 27 88 91 48-91  
E-Mail: info@disq.de