

## PRESSEMITTEILUNG

### Studie: Bester Service bei Filialbanken

### **Nur jedes vierte Kreditinstitut überzeugt bei Beratung und Servicequalität – Deutsche Bank ist Testsieger**

**Hamburg, 17.9.2007 (ots)** – Von einer modernen Bank erwarten die Kunden besten Service – am Telefon oder im Internet genauso wie an Selbstbedienungsterminals oder bei der Beratung in der Filiale.

Im Rahmen der Studie „Bester Service bei Filialbanken“ nahm das Deutsche Institut für Service-Qualität die verschiedenen Kommunikationswege zwischen Kunde und Bank unter die Lupe. Insgesamt wertete das Institut rund 430 Interessentenkontakte aus. Untersucht wurden zwölf Filialbanken, die sechs größten überregionalen Banken sowie die jeweils größten Sparkassen und Genossenschaftsbanken in den Städten Berlin, Hamburg und München.

Gesamtsieger ist die Deutsche Bank. Das Institut punktete mit der besten Erreichbarkeit, dem umfassendsten Selbstbedienungsbereich und dem besten Wertpapierangebot. Topleistungen erbrachte der Testsieger außerdem bei den verdeckten Service-Tests, wo Kompetenz und Freundlichkeit bei der Beratung untersucht wurden. Auf den weiteren Plätzen folgen die Hamburger Sparkasse und die Sparda Bank Hamburg.

Bemerkenswert: Die meisten Banken bieten ihren Kunden keine hinlängliche Beschwerdemöglichkeit. Nur drei der zwölf geprüften Institute fordern auf der Internetseite dazu auf, Kritik oder Anregungen über alle vier Kanäle – Telefon, E-Mail, Fax und auf dem Postweg – zu äußern. „Die Branche verschließt sich einer offenen und konstruktiven Kommunikation mit seinen kritischen Kunden – hier werden Chancen verspielt“ berichtet Markus Hamer, Geschäftsführer des Deutschen Instituts für Service-Qualität. Auch bei der Erreichbarkeit der Institute wurden Verbesserungspotenziale offenbar: Die wenigsten Banken öffnen am Samstag ihre Pforten, nur zwei sind jederzeit für Ihre Kunden telefonisch erreichbar. „Bei den Service-Tests zeigt sich, dass nur die drei Top-Institute bei allen Kommunikationswegen überzeugen – die gesamte Branche hat da noch einiges aufzuholen“, erläutert Markus Hamer.

Die Unternehmen wurden anhand ausgewählter Testkriterien vielschichtig überprüft. Können Kunden zum Beispiel ein Depot telefonisch eröffnen oder eine Wertpapierorder per Fax aufgeben? Welche Angebote stehen im Selbstbedienungsbereich zur Verfügung? Insgesamt wurden sieben Kommunikationskanäle, sieben Produktgruppen und unterschiedlichste

Kundenanliegen untersucht. Zusätzlich stellte das Institut die Banken hinsichtlich ihrer Servicequalität bei der Beratung in der Filiale, bei Telefongesprächen und bei E-Mail-Anfragen sowie bei einem Versandtest auf die Probe. Exemplarisch wurde dabei der beratungsintensive Anlage- und Wertpapierbereich beleuchtet.

Das Deutsche Institut für Service-Qualität verfolgt das Ziel, die Servicequalität in Deutschland zu verbessern. Das Institut prüft unabhängig anhand von mehrdimensionalen Analysen die Dienstleistungsqualität von Unternehmen und Branchen. Dem Verbraucher liefert das Institut bedeutende Anhaltspunkte für seine Kaufentscheidungen. Unternehmen gewinnen wertvolle Informationen für das eigene Qualitäts-, Service- und Beschwerdemanagement.

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

**Ansprechpartner:**

Bianca Möller

Telefon: 040 / 41 11 69 25

E-Mail: [b.moeller@disq.de](mailto:b.moeller@disq.de)

[www.disq.de](http://www.disq.de)