

## PRESSEMITTEILUNG

### Servicestudie: Beste Regionalbank 2008

## Zwei Drittel der Banken mit den besten Konditionen haben auch „gute“ Servicequalität – Defizite in der Bedarfsanalyse

**Hamburg, 27.08.2008** – Der Markt des Retail Bankings ist hart umkämpft. Filialbanken versuchen sich gegenüber Direktbanken durch Individualität und Serviceorientierung abzugrenzen. Zum zweiten Mal nach 2007 hat das Deutsche Institut für Servicequalität im Auftrag von Focus-Money die Leistungsqualität von Filialbanken in Deutschland regionalspezifisch untersucht. Hierzu wurden Institute in den Städten Berlin, Dortmund, Düsseldorf, Essen, Frankfurt am Main, Hamburg, Köln, Leipzig, München und Stuttgart analysiert.

Das Deutsche Institut für Service-Qualität untersuchte jetzt insgesamt 36 regionale und überregionale Finanzinstitute. Basis für die Untersuchung war im ersten Schritt eine detaillierte Analyse der Institute hinsichtlich Filialservices (z.B. Anzahl der Filialen oder Anzahl der Geldautomaten) und Konditionen unterschiedlicher Produkte wie Baufinanzierung, Tagesgeld oder Brokerage. Die jeweils besten sechs Anbieter jeder Region wurden danach im Rahmen eines ausführlichen Service- und Beratungstests geprüft. Hierzu wurden 300 Filialberatungen und über 500 Interessentenkontakte per Telefon oder E-Mail ausgewertet.

Beim Service überzeugten zwei Drittel der untersuchten Institute in den Regionen mit einer „guten“ Qualität. Es zeigten sich jedoch auch Defizite, im Teilbereich der persönlichen Beratung in der Filiale vor allem bei der Bedarfsanalyse. So erhielten die Institute im Durchschnitt nur die Qualitätsurteile „ausreichend“ bis „mangelhaft“. Besonders bei der Analyse der derzeitigen finanziellen Situation sowie der Fähigkeit zur Erkennung des individuellen Anliegens zeigten sich die größten Mängel. Verbesserungspotenziale bei der telefonischen Kontaktqualität waren besonders bei der Individualität der Beratung erkennbar. Des Weiteren wurden nur rund 70 Prozent der Gespräche vollständig und strukturiert geführt. Bei lediglich 40 Prozent der Telefonate wurde der Anrufende mit Namen angesprochen. Weitere Steigerungspotenziale zeigten sich vor allem bei dem Schlüsselkriterium aktive Gesprächsführung. Auch die E-Mail-Kontaktqualität kann verbessert werden. So enthielt jede vierte E-Mail-Antworten orthografische Fehler und nur 66 Prozent der E-Mail-Antworten wurden vollständig und strukturiert beantwortet. Knapp 60 Prozent der E-Mail-Antworten gingen nicht individuell genug auf die Anfrage ein.

Testsieger sind Berliner Volksbank, Citibank (in Köln und Stuttgart), Hamburger Sparkasse, Hypovereinsbank (in München), SEB (in Frankfurt), Sparda-Bank Berlin (in Leipzig), Sparda-Bank West (in Dortmund und Düsseldorf) und Sparkasse Essen. Die Citibank erzielte die Top-Platzierung bei den Filialservices und Konditionen in sieben der zehn Regionen.

Das Deutsche Institut für Service-Qualität prüft unabhängig anhand von mehrdimensionalen Analysen die Dienstleistungsqualität von Unternehmen und Branchen. Dem Verbraucher liefert das Institut bedeutende Anhaltspunkte für Kaufentscheidungen. Unternehmen gewinnen wertvolle Informationen für ihr Qualitätsmanagement.

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

DISQ Deutsches Institut für  
Service-Qualität GmbH & Co. KG  
Curio-Haus  
Rothenbaumchaussee 17  
D-20148 Hamburg  
Fon: +49 (0) 40 41 11 69 25  
Fax: +49 (0) 40 41 11 69 22  
info@disq.de · www.disq.de

Ansprechpartnerin:  
Bianca Möller  
Telefon: 040 / 41 11 69 25  
E-Mail: b.moeller@disq.de

Geschäftsführung:  
Bianca Möller, Markus Hamer,  
Marcus Schad  
Amtsgericht Hamburg HRA 104009  
St.-Nr. 57/510/42916  
Finanzamt Hamburg - Am Tierpark  
Commerzbank AG  
BLZ 200 400 00 · Kto.-Nr. 630 77 48 00