

## PRESSEMITTEILUNG

### Studie Beratung Regionalbanken 2013

#### **Berater analysieren Kundenbedürfnisse nur unzureichend – acht Banken schneiden sehr gut ab**

**Hamburg, 03.07.2013 (ots)** – Seit der Finanzkrise hat das Vertrauen der Bevölkerung in den allgemeinen Bankenmarkt stark gelitten. Mit groß angelegten Marketingkampagnen und Schlagwörtern wie „einfach“, „fair“ oder „Vertrauen“ werben die Filialbanken deshalb verstärkt um die Gunst der Verbraucher. Dementsprechend hoch sind die Erwartungen an die Kundenberater der Geldinstitute. Bei welcher Regionalbank (Städte zwischen 280.000 und 360.000 Einwohnern) das Fachpersonal sowohl umfassend und kompetent informiert als auch die Wünsche des Kunden und seine Situation detailliert analysiert, untersuchte das Deutsche Institut für Service-Qualität im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv.

Die Beratungsleistung in den untersuchten Filialbanken war insgesamt gut. Die Kompetenz der Bankberater lag wieder auf einem sehr guten Niveau, war aber im Vergleich zum Vorjahr etwas geringer ausgeprägt. Vier von fünf Kundenberatern überzeugten durch ihr fachlich sicheres und kompetentes Auftreten, 90 Prozent der Bankmitarbeiter hinterließen einen motivierten Eindruck. Das Gros der Angestellten war freundlich und hilfsbereit. Der zumeist pünktliche Beratungsbeginn und das saubere Erscheinungsbild der Filialen sorgten zudem für eine angenehme Beratungsatmosphäre.

Wenn es allerdings darum ging, die Wünsche der Kunden zu ermitteln und ihre finanziellen Möglichkeiten zu analysieren, offenbarte sich erneut Verbesserungspotenzial. „Selbst bei zentralen und langfristigen Themen, wie der Vorsorge fürs Rentenalter oder dem Kauf einer Eigentumswohnung, wurden die Zukunftspläne der Kunden oder ihre individuelle Haushaltssituation nicht genug berücksichtigt“, kritisiert Markus Hamer, Geschäftsführer des Deutschen Instituts für Service-Qualität. Nach wie vor bekamen die Kunden zu viele standardisierte Schubladenlösungen präsentiert. „Im Einzelfall – bei einem vermeintlich einfachen Thema wie dem Abschluss eines Girokontos – wurde ein Beratungsgespräch sogar für unnötig gehalten“, moniert Service-Experte Hamer. Zudem wurden teilweise Termine, die über Servicehotlines vereinbart worden waren, falsch oder gar nicht an die Filialen weitergegeben, sodass keine Beratung stattfinden konnte.

Testsieger in den untersuchten Städten wurden die Sparda-Bank Münster, Bielefelder Volksbank, Commerzbank in Mannheim, Deutsche Bank in Bonn, BB Bank in Karlsruhe und Stadtsparkasse Wuppertal. Insgesamt konnten acht Finanzinstitute ein sehr gutes Ergebnis erreichen: Neben den Testsiegern in Bonn, Karlsruhe, Mannheim, Münster und Wuppertal handelt es sich um die Commerzbank und die Deutsche Bank in Münster sowie die Credit- und Volksbank in Wuppertal.

Mehr dazu: n-tv Ratgeber – Geld, Mittwoch, 03.07.2013 um 18:35 Uhr.

Das Deutsche Institut für Service-Qualität führte bereits zum dritten Mal eine umfassende Untersuchung der Beratungsqualität von insgesamt 20 Filialbanken in sechs Städten Deutschlands mit jeweils 280.000 bis 360.000 Einwohnern durch. Ausgehend von der Anzahl der Filialen wurden in jeder Stadt die sechs größten Banken untersucht. In Bielefeld, Bonn, Karlsruhe, Mannheim, Münster und Wuppertal sind insgesamt 360 Beratungen vor Ort

Geschäftsführung:

Bianca Möller, Markus Hamer,  
Marcus Schad

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

vereinbart worden. Die Tester ließen sich dabei zu den Themen Altersvorsorge, Baufinanzierung, Geldanlage, Girokonto und Kredit beraten.

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, B2B-Studien 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

**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](mailto:m.hamer@disq.de)  
[www.disq.de](http://www.disq.de)