

PRESSEMITTEILUNG

Studie: Beratung Bausparkassen 2013

Gute Beratung, aber Mängel bei Kundenorientierung – Testsieger ist Deutsche Bank Bauspar vor Schwäbisch Hall

Hamburg, 10.09.2013 – Nicht sexy, aber erfolgreich: Der Bausparvertrag zählt noch immer zu den Klassikern der Immobilienfinanzierung. Attraktiv daran ist vor allem die Planungssicherheit, denn der spätere Darlehenszins steht schon bei Abschluss fest. Damit basiert ein Bausparvertrag aber immer auch auf der Annahme steigender Hypothekenzinsen. Umfassende Informationen von einem Profi sind deshalb für den Kunden unerlässlich. Doch welche Bausparkasse überzeugt im persönlichen Beratungsgespräch und mit den ausgehändigten Angebotsunterlagen? Im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv untersuchte das Deutsche Institut für Service-Qualität insgesamt 15 Bausparkassen, darunter sowohl regional als auch überregional tätige Institute.

Die Bausparkassen erzielten bei den persönlichen Beratungsgesprächen ein insgesamt gutes Ergebnis. Die Branche verbesserte sich damit im Vergleich zur Vorstudie aus dem Jahr 2011 nochmals (2011: 73,8 Punkte, aktuell: 76,1 Punkte). Dabei überzeugten die Finanzunternehmen mit kompetenten und kommunikationsstarken Mitarbeitern. Diese trafen korrekte und meist vollständige Aussagen, konnten die oft komplizierte Thematik verständlich erläutern und waren freundlich und zuvorkommend. Es traten aber auch Defizite auf: So fiel die Analyse des Kundenbedarfs im Vergleich zur Vorstudie schlechter aus und war qualitativ nur ausreichend. „Es war schon bezeichnend, dass die Berater nicht immer die individuellen Kundenaspekte erfragten wie etwa laufende Kredite oder durchschnittliche Haushaltsausgaben“, kritisiert Bianca Möller, Geschäftsführerin des Deutschen Instituts für Service-Qualität.

Dieses Manko schlug sich bei vielen Bausparkassen auch in der Qualität der Beratungsunterlagen nieder. Zu häufig wurden Laufzeitvorgaben der Testkunden nicht eingehalten, Maximalraten überschritten oder Bausparziele verfehlt. Und: Gut jeder zehnte Kunde erhielt gar kein schriftliches Angebot. Die besten Unternehmen bestachen im Gegensatz dazu aber mit qualitativ guten, umfangreichen und transparent aufbereiteten Unterlagen.

Sieger der Studie wurde die Deutsche Bank Bauspar, die in beiden Testbereichen überzeugte. Die freundlichen Mitarbeiter profilierten sich mit einer umfangreichen Analyse des Kundenbedarfs und konnten mit den Lösungsvorschlägen punkten. Die Beratungsunterlagen waren zudem transparent und individuell abgestimmt. Wichtige Eckdaten des Angebots – wie etwa ein Zins- oder Tilgungsplan, eine detaillierte Aufschlüsselung der Ratenhöhe oder die Nennung weiterer Gebühren – gehörten zum Standard. Rang zwei der Gesamtwertung belegte die Bausparkasse Schwäbisch Hall, die im Untersuchungsbereich Beratungsgespräche sogar bester Anbieter war. Bei der Analyse der Unterlagen landete die Schwäbisch Hall auf Platz fünf der getesteten Finanzunternehmen. Auf Rang drei im Gesamtklassement und als Erster unter den regionalen Bausparkassen positionierte sich die LBS Ostdeutsche Landesbausparkasse, deren Beratungsunterlagen im Test die höchste Angebotsqualität aufwiesen.

Mehr dazu: n-tv Ratgeber – Bauen & Wohnen, Dienstag, 10.09.2013, 18:35 Uhr.

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

Das Deutsche Institut für Service-Qualität analysierte die Beratungsqualität im Gespräch und die Beratungsunterlagen von insgesamt 15 Bausparkassen. Bei der Erhebung bei acht Landes- sowie sieben privaten Bausparkassen kamen Mystery-Tests zum Einsatz – also die systematische und kontrollierte Beobachtung in Form von verdeckten Testberatungen. Bei jedem Unternehmen wurden in unterschiedlichen Städten im Bundesgebiet jeweils zehn Beratungsgespräche durchgeführt. Darüber hinaus erfolgte eine umfassende Prüfung der ausgehändigten Beratungsunterlagen, die alle Testkunden nach jeder der 150 Beratungen einforderten. Die Angebote wurden auf der Grundlage marktforschersch definiert Kriterien im Hinblick auf Umfang, Qualität und Transparenz bewertet. Die Analyse basierte somit auf insgesamt 300 Testkontakten.

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

Ansprechpartnerin:

Bianca Möller
Fon: +49 (0)40 / 27 88 91 48 - 12
Mobil: +49 (0)170 / 29 33 857
E-Mail: b.moeller@disq.de
www.disq.de

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.