

PRESSEMITTEILUNG

Studie: Altersvorsorge-Beratung bei Banken 2013

Gute Qualität trotz Defiziten – Testsieger ist Deutsche Bank vor Commerzbank und Hamburger Sparkasse

Hamburg, 18.09.2013 – Anders als noch in den 80er-Jahren von der Politik behauptet, ist die gesetzliche Rente längst nicht mehr sicher. Für viele Arbeitnehmer wird die staatliche Altersvorsorge nicht mehr ausreichen, um ihren gewohnten Lebensstandard beizubehalten. Der Abschluss einer privaten Vorsorge ist umso wichtiger. Wenn es aber um die Wahl der richtigen Anlageform geht, sind die Verbraucher oft überfordert. Viele Banken bieten daher an, mit individuellen Beratungsgesprächen Abhilfe zu schaffen. Bei welchen Geldinstituten Kunden kompetent und bedarfsgerecht zum Thema Altersvorsorge beraten werden, hat das Deutsche Institut für Service-Qualität im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv untersucht.

Die Qualität der persönlichen Beratung zum Thema Altersvorsorge lag wie im Vorjahr auf einem guten Niveau. Den zumeist freundlichen und hilfsbereiten Mitarbeitern gelang es in 90 Prozent der Beratungen, die teils komplexen Altersvorsorgeprodukte verständlich und nachvollziehbar darzustellen. Auch die oft ansprechend gestalteten Räumlichkeiten der Banken und die diskrete Atmosphäre, in der rund drei Viertel der Gespräche stattfanden, sorgten für ein positives Beratungserlebnis.

Trotz der guten Gesamtleistung offenbarten sich allerdings auch Defizite. Viele Berater analysierten die Bedürfnisse der Kunden zu oberflächlich, vor allem ihre finanzielle Situation kam zu wenig zur Sprache. Ausgaben für den Lebensunterhalt oder Kreditverpflichtungen wurden oft außer Acht gelassen. Zudem erfragten die Berater nicht in allen Gesprächen, welchen Betrag die Kunden überhaupt für ihre private Altersvorsorge ausgeben wollten. „Solche Versäumnisse mindern die Qualität einer individuellen Beratung und können zu falschen Produktempfehlungen führen“, gibt Markus Hamer, Geschäftsführer des Deutschen Instituts für Service-Qualität, zu bedenken. Außerdem waren – wie schon im Vorjahr – einige Angebotsunterlagen nicht transparent genug. So fehlten in einem Viertel der Materialien konkrete Angaben zu den Kosten. Auch eine Gesprächsdokumentation, die die wichtigsten Punkte der Beratung zusammenfasst, wurde zu selten ausgehändigt.

Die Deutsche Bank ging als Testsieger aus der Untersuchung hervor. Das Institut überzeugte mit einer individuellen und bedarfsgerechten Beratung. Die Mitarbeiter präsentierten sehr gute Lösungsvorschläge, zudem erhielten die Kunden qualitativ hochwertige und informative Unterlagen. Den zweiten Rang erreichte die Commerzbank. Die Berater dieser Bank bewiesen die höchste Kompetenz. Sie nahmen sich viel Zeit und gingen detailliert auf die finanzielle Situation der Interessenten ein. Dies spiegelte sich auch in den individuellen Angeboten wider. Den dritten Platz belegte die Hamburger Sparkasse. Die Angestellten händigten die umfangreichsten Angebotsunterlagen aus und gaben stets vollständig und korrekt Auskunft.

Mehr dazu: n-tv Ratgeber – Geld, Mittwoch, 18.09.2013, um 18:35 Uhr.

Das Deutsche Institut für Service-Qualität untersuchte insgesamt 15 Filialbanken. Dabei fanden insgesamt 150 Mystery-Tests statt, in denen die Beratungsleistung vor Ort umfassend analysiert wurde. Im Fokus standen

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

zudem die ausgehändigten Angebote der Banken. Themen der Gespräche waren Rentenversicherungsprodukte, staatliche Förderung, flexibles Ansparen sowie Immobilienfinanzierung.

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
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.