

PRESSEMITTEILUNG

Studie: Direktbanken 2014

Serviceorientiert, aber Konditionen nicht überall top – Testsieger ist die DKB, Postbank beim Brokerage vorn

Hamburg, 08.01.2014 – Kontoführung: kostenlos, Kreditkarte: kostenlos, Banking: rund um die Uhr – mit attraktiven Angeboten und Leistungen ködern Direktbanken mehr und mehr Kunden, die keine Scheu vor Online-Banking haben. Doch welche Direktbank bietet zum einen günstige Konditionen und zum anderen auch einen guten Service? Und wie ist es um das wichtige Thema der Sicherheit im Internet bestellt? Antworten liefert das Deutsche Institut für Service-Qualität, das zehn bedeutende Direktbanken getestet hat.

Banken im Internet können durch das fehlende Filialangebot bessere Konditionen anbieten als die meisten Institute vor Ort. Dennoch lohnt auch hier ein Vergleich: Der Test deckte bei Ratenkrediten, der Baufinanzierung und den Dispokonditionen der Girokonten große Zinsunterschiede auf. Auch die Depot- und Ordergebühren beim Wertpapierhandel (Brokerage) klafften weit auseinander. So kostete etwa eine Online-Order im Umfang von 10.000 Euro beim teuersten Anbieter beinahe dreimal so viel wie beim günstigsten.

Erfreuliches Test-Ergebnis: Der vermehrte Einsatz neuer Sicherheitsverfahren führt zu einem besseren Schutz im Online-Banking und -Brokerage. HBCI mit Chipkarte, chipTAN comfort oder ein anderes als aktuell sicher geltendes Verfahren gehörte bei nahezu allen Banken zum Standard.

Auch in puncto Service konnte die Branche überzeugen. Die Mehrheit der Institute zeigte gute bis sehr gute Leistungen. Dabei waren auch die Internetauftritte überwiegend informativ gestaltet. So fanden sich beispielsweise umfassende Finanzinformationen, ein Preisverzeichnis und eine Detail-Suchfunktion für Fonds auf allen untersuchten Websites. Drei Unternehmen schnitten beim Service insgesamt mit „sehr gut“ ab, sechs erreichten ein gutes Resultat. Lediglich eine Direktbank kam über ein ausreichendes Ergebnis nicht hinaus. Markus Hamer, Geschäftsführer des Deutschen Instituts für Service-Qualität, fand allerdings nicht nur lobende Worte: „Der Test deckte auch Defizite auf, beispielsweise bei der Kompetenz der Mitarbeiter. Vor allem am Telefon, aber auch per E-Mail erhielten viele Kunden oft nur unvollständige Auskünfte.“

Testsieger der Studie „Direktbanken 2014“ wurde die Deutsche Kreditbank (DKB). Das Institut überzeugte mit den insgesamt besten Konditionen, wozu insbesondere die Bereiche Zahlungsverkehr, Tagesgeld und Ratenkredit beitrugen. Im Service erzielte die DKB das Qualitätsurteil „gut“. Rang zwei ging an 1822 Direkt. Das Unternehmen der Frankfurter Sparkasse bot einen sehr guten Service und belegte zudem im Untersuchungsbereich Sicherheit Platz eins. Mit einem ebenfalls sehr guten Service, im Test sogar der beste, positionierte sich die Comdirect Bank auf Platz drei. Am Telefon bestach das Unternehmen mit meist vollständigen Auskünften sowie einer kurzen Wartezeit. Zudem beantwortete die Bank die E-Mail-Anfragen individuell und schnell. Im Bereich Online-Brokerage ging der Testsieg an die Postbank, die hier die besten Konditionen offerierte, wie zum Beispiel die im Vergleich niedrigsten Ordergebühren. Auch der telefonische Service, die E-Mail-Bearbeitung und der Internetauftritt fielen gut aus.

DISQ Deutsches Institut für
Service-Qualität GmbH & Co. KG
Dorotheenstraße 48
22301 Hamburg
Fon: +49 (0)40 / 27 88 91 48-0
Fax: +49 (0)40 / 27 88 91 48-91
info@disq.de, www.disq.de

Geschäftsführung:
Bianca Möller, Markus Hamer
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 zehn Direktbanken, die aufgrund ihres umfangreichen Portfolios als Universalbanken gelten. Die Servicequalität wurde bei jedem Anbieter anhand von jeweils zehn anonymen, verdeckten Interessentenanfragen (Mystery-Tests) über Telefon sowie über E-Mail ermittelt. Darüber hinaus erfolgten jeweils zehn Prüfungen der Internetauftritte durch geschulte Testnutzer und eine detaillierte Inhaltsanalyse der Websites eines jeden Unternehmens. Insgesamt flossen 310 Servicekontakte in die Analyse ein. Im zweiten Schritt wurden im Rahmen einer Konditionennalyse die Produktbereiche Zahlungsverkehr, Brokerage, Festgeld, Ratenkredit, Tagesgeld und Baufinanzierung analysiert und bewertet (Stand: 21. November 2013). Zudem wurden die Unternehmen hinsichtlich internet-spezifischer Sicherheitsaspekte überprüft.

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

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.