

PRESSEMITTEILUNG**Studie: Ratenkredit bei Filial- und Direktbanken 2014****Schwache Beratungen, flexible Produkte – Testsieger sind Sparda-Bank München und ING-Diba**

Hamburg, 13.02.2014 – Ob neue Küche, neues Auto oder Flachbildfernseher – viele Verbraucher finanzieren größere Anschaffungen über einen Kredit. Dabei stehen sie vor der Qual der Wahl: Entscheiden sie sich für die vermeintlich gute Beratung einer Filialbank oder doch lieber für das vielleicht günstigere Angebot einer Direktbank? Aber analysieren Bankberater die finanzielle Situation der Kunden tatsächlich ausreichend? Und können Interessenten bei Direktbanken wirklich bessere Konditionen erwarten? Diesen und weiteren Fragen ist das Deutsche Institut für Service-Qualität in einer Studie im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv nachgegangen.

Ein wichtiges Resultat des Tests: Insgesamt erreichten die Filialbanken in der Serviceanalyse nur ein ausreichendes Ergebnis. Das lag vor allem an den Beratungen: „Wie bereits in den Vorjahren wurde rund ein Drittel der Gespräche abgewertet, etwa weil die Berater zu Restschuldversicherungen drängten oder nicht auf erhöhte Effektivzinsen hinwiesen“, moniert Markus Hamer, Geschäftsführer des Deutschen Instituts für Service-Qualität. Zudem wurden Angebots- oder Informationsunterlagen häufig nicht ohne vorherige Schufa-Anfrage erstellt. Gute Ergebnisse erzielten die Filialanbieter dagegen in den Testbereichen Telefon und Internet. Die Direktbanken erreichten in Sachen Service ein befriedigendes Ergebnis und punkteten ebenfalls vor allem in den Bereichen Internet und Telefon. In beiden Marktsegmenten trennte insbesondere die Analyse der E-Mail-Bearbeitung die Spreu vom Weizen. Während einzelne Anbieter sehr gute Resultate erzielten, wiesen andere erhebliche Defizite auf, zum Beispiel im Hinblick auf die Bearbeitungsdauer. Diese betrug in Einzelfällen bis zu fünf Tage.

Der zweite Bereich der Studie, die Produktanalyse, offenbarte mit Blick auf die Kreditzinsen deutliches Sparpotenzial. Tendenziell machten die Direktbanken hier in der Tat günstigere Angebote als die Konkurrenz mit Filialnetz. Diese wiederum überzeugte – gemessen an der Höhe des Zinssatzes – eher mit Produkten, die online initiiert werden, als mit klassischen Filialkrediten. Bei Krediten, die nur in den Filialen angeboten werden, variierten die Effektivzinssätze je nach Szenario und Anbieter zwischen 4,85 und 12,99 Prozent. Erfreulich: Sowohl Filial- als auch Direktbanken gestalteten ihre Ratenkredite flexibel. Sondertilgungen ohne Vorfälligkeitsentschädigung waren beispielsweise bei insgesamt mehr als drei Viertel der Anbieter möglich, eine Stundung des Kredits sogar in knapp neun von zehn Fällen.

Mehr dazu: n-tv Ratgeber – Test, Donnerstag, 13.02.2014, um 18:35 Uhr.

Die Sparda-Bank München erreichte den ersten Rang unter den Filialbanken. Das Institut überzeugte vor allem mit niedrigen Zinsen für Kreditverträge, die klassisch in den Filialen abgeschlossen werden. Aber auch Kreditprodukte, die über das Internet initiiert wurden, erzielten gute Resultate. Den zweiten Rang belegte die Sparda-Bank Hamburg. Die Bank bestach sowohl mit niedrigen Kreditzinsen als auch mit einer flexiblen Kreditausstattung. Auf Rang drei platzierte sich die Postbank und wurde somit führender überregionaler Anbieter. Das Institut erhielt die beste Bewertung bei der Analyse von Kreditprodukten, die online abgeschlossen wurden.

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

Platz eins bei den Direktbanken belegte ING-Diba. Der Anbieter punktete mit den günstigsten Konditionen für einen Autokredit und erzielte das zweitbeste Ergebnis im Rahmen der Serviceanalyse. Auf Rang zwei positionierte sich Netbank. Das Kreditinstitut verfügte über niedrige Effektivzinsen und hatte zudem Kreditprodukte mit einer Laufzeit von lediglich sechs Monaten im Portfolio. Die Deutsche Kreditbank (DKB) erreichte den dritten Rang und profilierte sich ebenso mit niedrigen Effektivzinsen.

Das Deutsche Institut für Service-Qualität analysierte insgesamt 23 Anbieter von Ratenkrediten, darunter 15 Filial- und acht Direktbanken. Die Marktforscher untersuchten anhand von verdeckten Interessentenanfragen (Mystery-Tests) den telefonischen Service, die E-Mail-Bearbeitung, die Qualität der Websites der Unternehmen sowie den persönlichen Service der Filialanbieter. Insgesamt gingen 833 Servicekontakte in die Erhebung ein. Zusätzlich fand ein Vergleich der Produkte statt (Stand: 2. Januar 2014), wobei für drei typische Kreditszenarien die Zinssätze sowie die jeweilige Produktausstattung verglichen wurden.

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.