

PRESSEMITTEILUNG

Vertrauensradar: Direktbanken

Kundenmeinungen im Social-Media-Zeitalter – Testsieger der Online-Analyse ist ING-DiBa

Hamburg, 27.05.2014 – Facebook, Twitter & Co. sind für Unternehmen Chance und Risiko zugleich: Der direkte Kundenkontakt ermöglicht eine ganz neue Art der Beziehungspflege, doch vor einem Shitstorm, dem Social-Media-GAU, zittern die Firmen. Aber was sagen die Kunden? Welches Verhältnis zu den Unternehmen drückt sich in den vielfältigen Meinungsäußerungen aus? Die Frage nach der wahrgenommenen Vertrauenswürdigkeit beantwortet der Vertrauensradar, den das Deutsche Institut für Service-Qualität (DISQ) in Kooperation mit dem Sozialwissenschaftlichen Institut Schad (S.W.I.) entwickelt hat. Die aktuellste Online-Analyse befasst sich mit Direktbanken.

Testsieger Kundenvertrauen der analysierten Direktbanken wurde ING-DiBa. Auf Platz zwei positionierte sich Comdirect vor DKB Deutsche Kreditbank auf Rang drei.

Im Auftrag des Magazins DUB Unternehmer analysierten das DISQ und das S.W.I. die neun größten Direktbanken, also Finanzinstitute ohne eigenes Filialnetz. Beiträge aus sozialen Netzwerken, Foren, Bewertungsportalen, Blogs und Newsseiten wurden mithilfe von Social-Media-Monitoring-Tools analysiert und nach aktuellsten marktforscherischen Standards ausgewertet. Relevant hierbei: Meinungsäußerungen, in denen Aspekte wie Kompetenz, Integrität und Wohlwollen (Benevolenz) der Unternehmen ausgedrückt wurden. Beiträge, die die Unternehmen selbst lancierten, wurden ausgefiltert. In das Gesamtergebnis für jedes Unternehmen flossen die Daten aus den Bereichen Kundenmeinungen und Medienecho ein.

DUB Unternehmer berichtet ausführlich über die Ergebnisse des Vertrauensradars in der kommenden Ausgabe, die am 6. und 7. Juni zum dritten Mal als Supplement von WirtschaftsWoche und Handelsblatt sowie mit mehr Seiten und Inhalten am Kiosk erscheint.

Veröffentlichung nur unter Nennung der Quelle:
Deutsches Institut für Service-Qualität in Kooperation mit S.W.I.

Ansprechpartner für die Presse:

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 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.

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