

PRESSEMITTEILUNG

Servicestudie: Altersvorsorge-Beratung bei Banken 2014

Kompetent, aber nicht immer individuell – Testsieger ist Commerzbank vor Deutsche Bank und Berliner Volksbank

Hamburg, 24.09.2014 – Die Rente ist sicher ..., – aber nicht ausreichend. Diese Einschränkung der vollmundigen Aussage des früheren Arbeitsministers Norbert Blüm ist in heutigen Zeiten nötig. Aktuelle Prognosen gehen von massiven Versorgungslücken für breite Teile der Bevölkerung aus – und zwar für den Fall, dass nicht zusätzlich privat vorgesorgt wird. Eine Beratung zu Altersvorsorgeprodukten offerieren Banken und Sparkassen. Aber welches Institut hat auch die höchste Kompetenz und Kundenorientierung im individuellen Gespräch? Dies klärt die Studie des Deutschen Instituts für Service-Qualität, das im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv 15 regionale und überregionale Finanzinstitute getestet hat.

Die Beratungsqualität der Banken und Sparkassen lag insgesamt auf einem guten Niveau. Gegenüber dem Vorjahr bewegte sich das Ergebnis auf einem annähernd gleichen Level (2014: 75,8 Punkte; 2013: 76,7 Punkte). Drei Institute sicherten sich das Qualitätsurteil „sehr gut“, zehn zeigten eine gute Leistung. Zwei Banken kamen über ein befriedigendes Ergebnis nicht hinaus.

Im wichtigsten Bereich der Untersuchung, der Kompetenz, überzeugten die Berater. In den Gesprächen über die Altersvorsorgeprodukte gaben sie zu meist korrekte und vollständige Auskünfte. Lediglich in zwei der 146 durchgeführten Beratungen erhielten die Kunden falsche Informationen – in beiden Fällen zum Thema Wohn-Riester. Auch die Freundlichkeit und Hilfsbereitschaft der Mitarbeiter wie auch das ansprechende Beratungsumfeld kristallisierten sich als Stärken der Branche heraus.

Doch auch Schwachstellen deckte die Servicestudie auf: In gut jedem vierten Gespräch gingen die Berater zu wenig individuell auf die Kunden ein und stellten die Vor- und Nachteile der Produkte nicht umfassend genug dar. „Gerade in diesen Punkten reagieren die Kunden sensibel. So wären auch nur gut 63 Prozent der Interessenten nach der Beratung zu einem Abschluss des Altersvorsorgeprodukts bereit gewesen“, bemerkt Markus Hamer, Geschäftsführer des Deutschen Instituts für Service-Qualität.

Im Schnitt nur befriedigend bewertet wurde die persönliche Bedarfsanalyse der Mitarbeiter – hier war der größte Verbesserungsbedarf erkennbar. „Finanzielle Aspekte, wie Einnahmen und Ausgaben, wurden relativ häufig nicht detailliert genug erfragt. Dabei steht und fällt damit letztlich, ob passende Vorsorgeempfehlungen ausgesprochen werden“, kritisiert Marktforschungsexperte Markus Hamer.

Mehr dazu: n-tv Ratgeber – Geld, Mittwoch, 24.09.2014, um 18:35 Uhr.

Die Commerzbank ging als Testsieger aus der Studie „Altersvorsorge-Beratung bei Banken 2014“ hervor. Sowohl im Bereich Beratungskompetenz als auch bei der Bedarfsanalyse erzielte das Unternehmen im Vergleich den besten Wert. Die Berater prüften hier am ausführlichsten und detailliertesten die Bedürfnisse und Möglichkeiten der Kunden und erfragten stets auch wichtige finanzielle Aspekte wie zum Beispiel bestehende Geldanlagen und das Haushaltseinkommen.

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

Neben der sehr ausgeprägten Kompetenz trug auch die Gestaltung des Gesprächsumfelds zum Gesamtergebnis (Qualitätsurteil: „sehr gut“) bei. Auf dem zweiten Rang platzierte sich die Deutsche Bank. Die Mitarbeiter überzeugten durch eine ausführliche Analyse des Kundenbedarfs und eine kompetente Beratung. In beiden Bereichen erzielte das Unternehmen das zweitbeste Ergebnis des Tests. Die individuelle Beratung und der Vorschlag passender Lösungen kennzeichneten die Gespräche. Zudem bot das Institut in seinen Filialen das ansprechendste Umfeld. Als bestes regionales Finanzinstitut positionierte sich die Berliner Volksbank, ebenfalls mit dem Qualitätsurteil „sehr gut“, auf Platz drei im Gesamtergebnis. Die Bank punktete unter anderem mit kompetenten und ausgesprochen freundlichen Mitarbeitern sowie vergleichsweise kurzen Wartezeiten bis zum Beratungsbeginn.

Das Deutsche Institut für Service-Qualität analysierte die persönliche Beratung zur Altersvorsorge bei 15 Finanzinstituten – darunter die sechs größten überregionalen Banken sowie neun regionale Sparkassen und Genossenschaftsbanken in Berlin, Hamburg und München. Die Beratungsqualität wurde anhand von je zehn verdeckten Filialbesuchen vor Ort erhoben. Insgesamt flossen somit 150 Bewertungen in die Analyse ein. Im Fokus der Studie standen insbesondere die Kompetenz und Freundlichkeit der Berater sowie die erfolgte Bedarfsanalyse der Kundensituation. Wartezeiten sowie die Gestaltung des Beratungsumfelds zählten ebenfalls zum Untersuchungsgegenstand.

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.