

**PRESSEMITTEILUNG****Beratungsstudie: Banken in Metropolen 2016****Überzeugende Kompetenz – Analyse des Kundenbedarfs mit Schwächen – Commerzbank vierfacher Testsieger**

**Hamburg, 26.10.2016** – Die Konkurrenz unter Finanzinstituten ist gerade in den Metropolen groß. Fachkundige Beratungen sind hier ein probates Mittel, um Kunden von den Vorzügen der Filialbanken zu überzeugen. Trotz insgesamt guter Leistungen offenbart die Beratungsqualität der Branche aber eine nicht unerhebliche Schwäche. Das zeigt die aktuelle Studie des Deutschen Instituts für Service-Qualität, welches im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv die Beratung von Banken und Sparkassen in zehn deutschen Großstädten untersucht hat (*Sendehinweis: n-tv Ratgeber – Geld, Mittwoch, 26.10.2016, 18:35 Uhr*).

**Hohe Beratungskompetenz**

Die Branche erzielt in allen zehn Metropolen ein gutes Leistungsniveau. Grundlage für das positive Ergebnis ist insbesondere die Beratungskompetenz der Filialmitarbeiter, die in allen Städten und bei nahezu allen Instituten ein gutes bis sehr gutes Niveau erreicht. Am besten schneiden diesbezüglich die Bankberater in Berlin und Dortmund ab. Generell fällt auch die hohe Motivation der Mitarbeiter – in gut 87 Prozent der Gespräche – positiv ins Gewicht. Markus Hamer, Geschäftsführer des Deutschen Instituts für Service-Qualität, ergänzt: „Die Berater beantworten die Fragen sehr häufig vollständig und treten meist sicher und souverän auf.“

**Produktempfehlungen nicht immer maßgeschneidert**

Die Analyse des Kundenbedarfs erweist sich als schwächster Untersuchungsbereich – im Schnitt liegen die Leistungen hier nur auf einem befriedigenden Niveau. Während die Lebenssituation der Kunden noch oft detailliert erfragt wird, vernachlässigen die Berater zu häufig den finanziellen Rahmen: In deutlich über einem Drittel der Gespräche (35,7 Prozent) wird der finanzielle Spielraum des Kunden zu oberflächlich behandelt. „Eine professionelle Bedarfsanalyse, von der auch die Qualität der individuellen Produktempfehlungen abhängt, leisten in der Regel nur die besten Institute“, so Marktforschungsexperte Markus Hamer.

Erfreulich: Lange Wartezeiten bis zum Beratungsbeginn müssen die Kunden nicht in Kauf nehmen. In 90 Prozent der Fälle werden die Termine pünktlich von den Bankberatern eingehalten; die durchschnittliche Wartezeit beträgt weniger als zwei Minuten. Die Freundlichkeit der Berater und das sehr gut bewertete Filialumfeld, das fast immer auch die Diskretion der Gespräche sicherstellt, tragen ebenfalls zum positiven Branchenergebnis bei.

**Die besten Filialbanken**

Testsieger in den untersuchten Städten sind Commerzbank (in München, Frankfurt a. M., Düsseldorf und Bremen), Berliner Bank, Dortmunder Volksbank, Geno Bank Essen, Hamburger Volksbank, BW-Bank (in Stuttgart) und Deutsche Bank (in Köln). Die Testsieger erzielen bis auf eine Ausnahme das Qualitätsurteil „sehr gut“, einzig in Köln genügt das Qualitätsurteil „gut“ für die Deutsche Bank für Platz eins. Das beste Gesamtergebnis über alle Metropolen und Institute erreicht die Commerzbank in Düsseldorf.

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:  
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 in zehn deutschen Großstädten die persönliche Beratung bei den jeweils sechs nach Filialzahl größten Finanzinstituten. Im Fokus standen sowohl überregionale Universalbanken wie auch Regionalbanken und Sparkassen. Über die Qualität der Beratungsgespräche vor Ort entschieden unter anderem die Kompetenz und Freundlichkeit der Mitarbeiter, die erfolgte Bedarfsanalyse der Kundensituation sowie eine diskrete Beratungsatmosphäre. Insgesamt flossen 600 Servicekontakte in die Untersuchung ein.

Veröffentlichung nur unter Nennung der Quelle:  
Deutsches Institut für Service-Qualität im Auftrag von n-tv

**Pressekontakt:**

Martin Schechtel  
Tel.: +49 (0)40 / 27 88 91 48 - 20  
E-Mail: [m.schechtel@disq.de](mailto:m.schechtel@disq.de)  
[www.disq.de](http://www.disq.de)

DISQ Deutsches Institut für  
Service-Qualität GmbH & Co. KG  
Dorotheenstraße 48  
22301 Hamburg  
Tel.: +49 (0)40 / 27 88 91 48-0  
Fax: +49 (0)40 / 27 88 91 48-91  
E-Mail: [info@disq.de](mailto:info@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.