

Serviceprofil: Banken und Sparkassen 2018

2,25

Branchenwert Globalzufriedenheit 2018



Erkannte Wettbewerbsvorteile stabilisieren die Kundenbeziehung

Zur Identifikation von Bestleistungen geht der Kundenmonitor auch der Frage nach, wie die Kunden einzelne Anbieter im Vergleich zum Wettbewerb einschätzen. Für Banken und Sparkassen werden dazu Urteile auf den Dimensionen Produktangebot, Service, Konditionen, Onlineangebot, Schnelligkeit der Geschäftsabwicklung und Werbung eingeholt.

Als Top-Anbieter aus Kundensicht erweisen sich dabei die Direktbanken DKB und ING-DiBa sowie die Filialbanken Commerzbank, Sparda-Banken und Targobank.

Die DKB profiliert sich aus Kundensicht über die Konditionen und das Produktangebot. Die ING-DiBa überzeugt ihre Kunden durch Onlineangebot, Schnelligkeit, Service und Werbung und liegt beim Produktangebot fast gleichauf mit der DKB.

Bei den Filialbanken punkten Commerzbank, Sparda-Banken und Targobank

gleichermaßen über den Service. Die Commerzbank profiliert sich darüber hinaus über Onlineangebot und Werbung gegenüber anderen Filialbanken. Die Sparda-Banken überzeugen im Filialbankvergleich durch ihre Konditionen und liegen beim Onlineangebot nur knapp hinter der Commerzbank. Die Targobank setzt sich bei Schnelligkeit und Produktangebot von den anderen Filialbanken ab.

Branchensteckbrief

Geführte Interviews: 4.966
(Bankverbindung Lohn- und Gehaltskonto)

Erhebungsmethode:
Online-Interviews (CAWI)
nach soziodemografischen Kriterien
quotiert (Bevölkerung ab 16 Jahren)

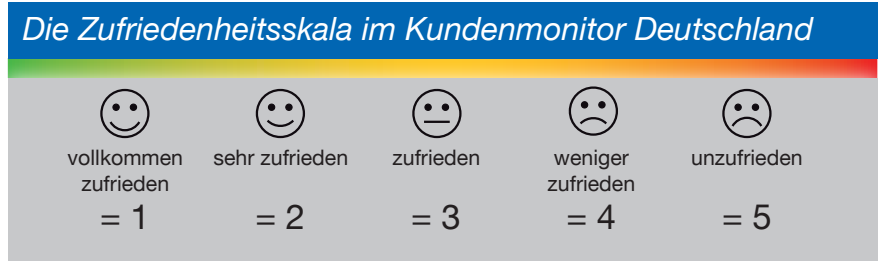
Erhebungszeitraum:
Januar/Februar, April, Juli 2018

Top-Anbieter bei Filial- und Direktbanken

	Top-2-Anteile „weitaus besser“ oder „ein wenig besser“						
	Branche	Comdirect Bank	DKB	ING-DiBa	Commerzbank	Sparda-Banken	Targobank
Erkannte Vorteile bei Produktangebot	36%	53%	67%	66%	40%	41%	44%
Erkannte Vorteile bei Service	47%	56%	63%	68%	52%	52%	52%
Erkannte Vorteile bei Konditionen	39%	72%	84%	80%	44%	59%	42%
Erkannte Vorteile bei Onlineangebot	41%	67%	76%	80%	47%	46%	44%
Erkannte Vorteile bei Schnelligkeit der Geschäftsabwicklung	44%	59%	70%	78%	46%	47%	53%
Erkannte Vorteile bei Werbung	31%	35%	51%	59%	44%	31%	41%

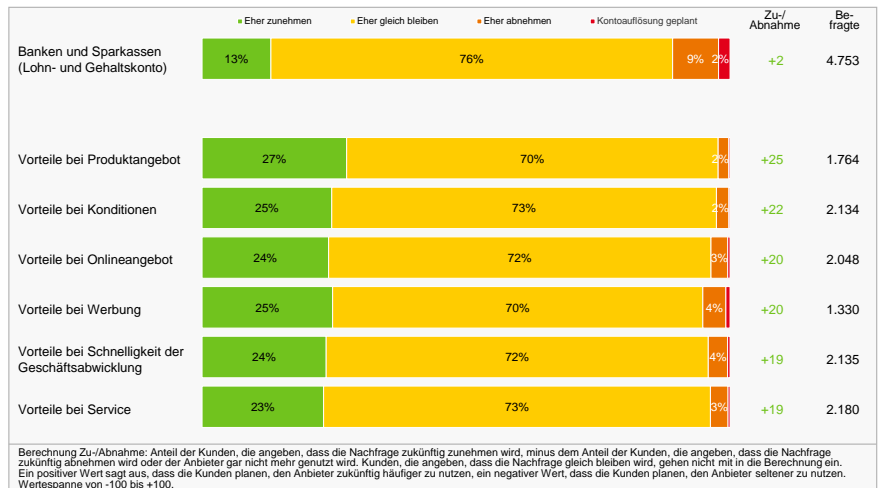
Aussagekräftige Ergebnisse liegen außerdem vor für:
Deutsche Bank, HypoVereinsbank, Norisbank, Postbank, Sparkassen, Volks- und Raiffeisenbanken

Die hier angegebenen Zufriedenheitswerte geben Anteile oder den errechneten Mittelwert der im Kundenmonitor Deutschland eingesetzten Skala von „vollkommen zufrieden“ bis „unzufrieden“ an.



Die Frage, wie sich die Nachfrage nach Bankgeschäften zukünftig entwickeln wird, weist auf einen Zusammenhang zwischen der Vorteilswahrnehmung und der Stabilität der Kundenbeziehung hin. Kunden, die ihrer Bank oder Sparkasse auf mindestens einer der Dimensionen Vorteile zuschreiben, gehen mit 23 bis 27 Prozent überdurchschnittlich häufig davon aus, dass ihre Nachfrage künftig eher zunehmen wird. Dementsprechend fällt der Anteil gefährdeter Kunden, die von einer Abnahme ausgehen oder eine Kontoauflösung planen, mit 2 bis 5 Prozent unterdurchschnittlich aus.

Zukünftige Nachfrage nach Bankgeschäften steigt mit erkannten Vorteilen



Im Branchendurchschnitt gehen 9 Prozent der Kunden von einer abnehmenden Nachfrage aus, und weitere 2 Prozent planen aktuell eine Aufgabe ihrer Bankverbindung. Von diesen gefährdeten Kunden hat sich gut die Hälfte in den letzten drei Monaten über Geldanlagen und Finanzthemen informiert. Die Top-3-Informationsquellen für diese Kunden sind das persönliche Umfeld, Websites von Banken oder Sparkassen und Zeitungen oder Zeitschriften.

Nutzung von Informationsquellen bei gefährdeter Kundenbeziehung

