

Serviceprofil: Banken und Sparkassen 2014

2,19



Branchenwert Globalzufriedenheit 2014

Zufriedene Bankkunden

Mit einer Globalzufriedenheit von 2,19 erreicht die Branche Banken und Sparkassen ein Allzeithoch in der Kundengunst: Aktuell sind 60 Prozent der Kunden mit ihrer Hauptbankverbindung vollkommen oder sehr zufrieden. Im Vergleich zu 2013 können sich insbesondere die Targobank (2,07; +38 Basispunkte), die Commerzbank (2,31; +25 Basispunkte), die Deutsche Bank (2,42; +14 Basispunkte) und die Sparda-Banken (+11 Basispunkte) verbessern. Die Sparda-Banken belegen mit einem Mit-

telwert von 1,82 erneut den Spitzenplatz im Vergleich von acht ausgewiesenen Filialbanken.

Auch in Zeiten zunehmender Internetnutzung zählen persönliche Beratung und Betreuung in der Filiale weiterhin zu den zentralen Treibern der Globalzufriedenheit, bei denen es den Anbietern gelingt, die Kundenerwartung in hohem Maße zu erfüllen. Insbesondere das Eingehen auf individuelle Kundenwünsche und die fachliche Beratung der Kunden zählen auf das Gesamturteil ein.

Branchensteckbrief

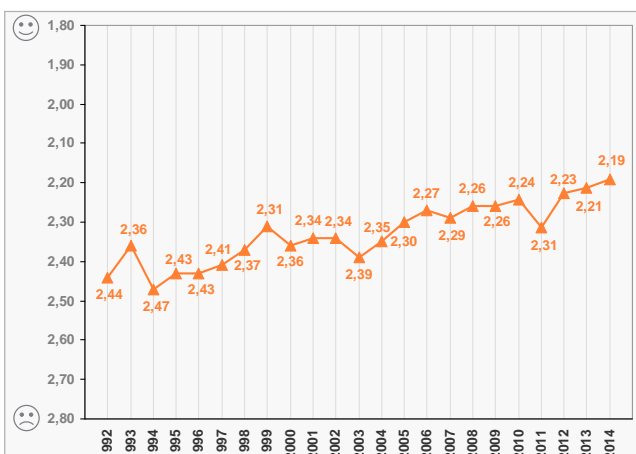
Geführte Interviews: 4.980
(Hauptbankkunden)

Erhebungsmethode:
Telefonische Interviews (CATI)

Grundgesamtheit:
Bevölkerung ab 16 Jahre

Erhebungszeitraum:
26.08.2013 bis 08.08.2014

Globalzufriedenheit im Zeitverlauf

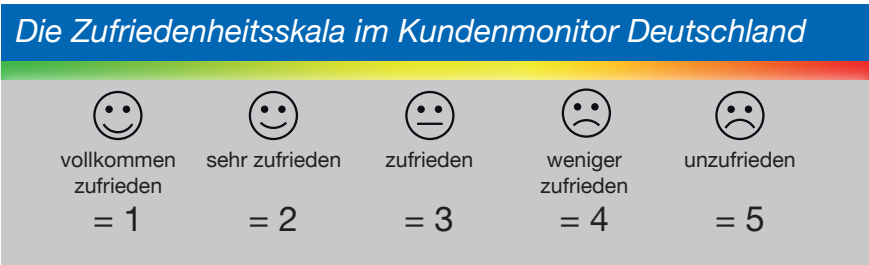


Anbietervergleich der Globalzufriedenheit

Branchendurchschnitt Globalzufriedenheit		Veränderung zu 2013 in Basispunkten
2,19		
Sparda-Banken	1,82	+11
Targobank	2,07	+38
Volks- und Raiffeisenbanken	2,12	-1
Sparkassen	2,20	0
Commerzbank	2,31	+25
HypoVereinsbank	2,41	+5
Postbank	2,41	-5
Deutsche Bank	2,42	+14



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



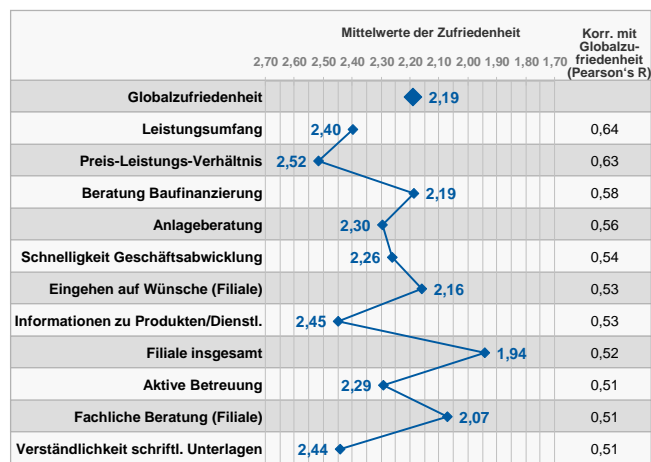
Die Benchmarks beim Filialkontakt setzen nach wie vor die Genossenschaftsbanken (Volks- und Raiffeisenbanken bzw. Sparda-Banken). Commerzbank und Targobank können sich gegenüber dem Vorjahr auch in diesem Bereich am deutlichsten steigern.

Weiter ausbaufähig sind aus Kundensicht der Leistungsumfang, das Preis-Leistungs-Verhältnis, die Informationen zu den angebotenen Produkten und Dienstleistungen sowie die Verständlichkeit der schriftlichen Unterlagen. Diese Merkmale zählen ebenfalls zu den zentralen Zufriedenheitstreibern, werden im Branchendurchschnitt aber deutlich schwächer bewertet als die Globalzufriedenheit. Lediglich die Sparda-Banken erreichen beim Preis-Leistungs-Verhältnis (1,75) eine bessere Kundenbeurteilung als bei der Globalzufriedenheit (1,82).

Seit 2004 ist der Anteil der Onlinebankingnutzer deutlich von 26 Prozent auf aktuell 44 Prozent gestiegen (+19 Prozentpunkte). 64 Prozent der Kunden und damit lediglich neun Prozentpunkte weniger als 2004 haben nach eigenen Angaben innerhalb der letzten 12 Monate (auch) in einer Filiale Kontakt zu ihrer Hauptbank aufgenommen.

Im gleichen Zeitraum konnten die Banken und Sparkassen die Zufriedenheit ihrer Kunden mit beiden Vertriebswegen ausbauen. Bei Filialkunden erhöhte sich die Zufriedenheit mit der fachlichen Beratung in der Filiale um 14 Basispunkte von einem Mittelwert von 2,21 im Jahr 2004 auf einen Mittelwert von 2,07 im Jahr 2014. Die Zufriedenheit mit dem Eingehen auf Kundenwünsche steigerte sich im gleichen Zeitraum ebenfalls um 14 Basispunkte auf einen Mittelwert von 2,16 (2004: 2,30). Und die Zufriedenheit der Nutzer mit dem Onlinebanking liegt aktuell mit einem Mittelwert von 1,82 um 16 Basispunkte höher als 2004 (1,98).

Top-Treiber der Globalzufriedenheit



Nutzung von Geschäftsstelle und Onlinebanking im Zeitverlauf

