



Kundenurteil: Beste Mittelstandsbanken 2015

Wettbewerbsanalyse mit Detail-Auswertungen für sechs Banken in Deutschland



Eine Untersuchung in Kooperation mit



Studienflyer mit Bestellformular

Studiensteckbrief

Studienkonzept	FOCUS-MONEY und ServiceValue GmbH
Erhebungsmethode	Online-Befragung
Erhebungszeitraum	Mai / Juni 2015
Stichprobe	860 Befragte, die in ihrer beruflichen Tätigkeit Kontakt zur Geschäftsbank ihres Unternehmens haben
Auswertung	<ul style="list-style-type: none">• Umfassende Darstellung der Gesamtergebnisse <p><u>Detailergebnisse für 6 Mittelstandsbanken:</u></p> <ul style="list-style-type: none">• Commerzbank• Deutsche Bank• HypoVereinsbank• Postbank• Sparkassen• Volks- u./o. Raiffeisenbanken
Gesamtumfang	120 Seiten Chart-Berichtsband (PDF)

Studiendesign (I)

Kundenbindung	<ul style="list-style-type: none"> • Emotionale Bindung • Treue • Loyalität • Weiterempfehlungsbereitschaft
Gesamtaussagen	<ul style="list-style-type: none"> • Gesamtzufriedenheit • Unternehmensorientierung • Ruf und Image als Mittelstandsbank
Produktleistung	<ul style="list-style-type: none"> • Produktqualität • Passgenauigkeit der Produkte und Leistungen • Flexibilität der Produkte und Leistungen • Unterstützung bei Auslandsgeschäften • Lösungen zur Liquiditätsoptimierung • Cash Management-Lösungen • Konzepte für die betriebliche und private Altersvorsorge • Ganzheitliche Lösungen für geschäftliche und private Finanzangelegenheiten
Kundenberatung	<ul style="list-style-type: none"> • Fachkompetenz der Berater • Entscheidungskompetenz der Berater • Engagement der Berater • Verständlichkeit der Beratung • Eingehen auf Unternehmensbedürfnisse • Branchenkenntnisse der Berater • Aufzeigen von Fördermöglichkeiten • Angemessener Informationsumfang • Berücksichtigung der individuellen Unternehmenssituation beim Rating • Berücksichtigung unternehmensspezifischer Anforderungen bei der Kreditlinie

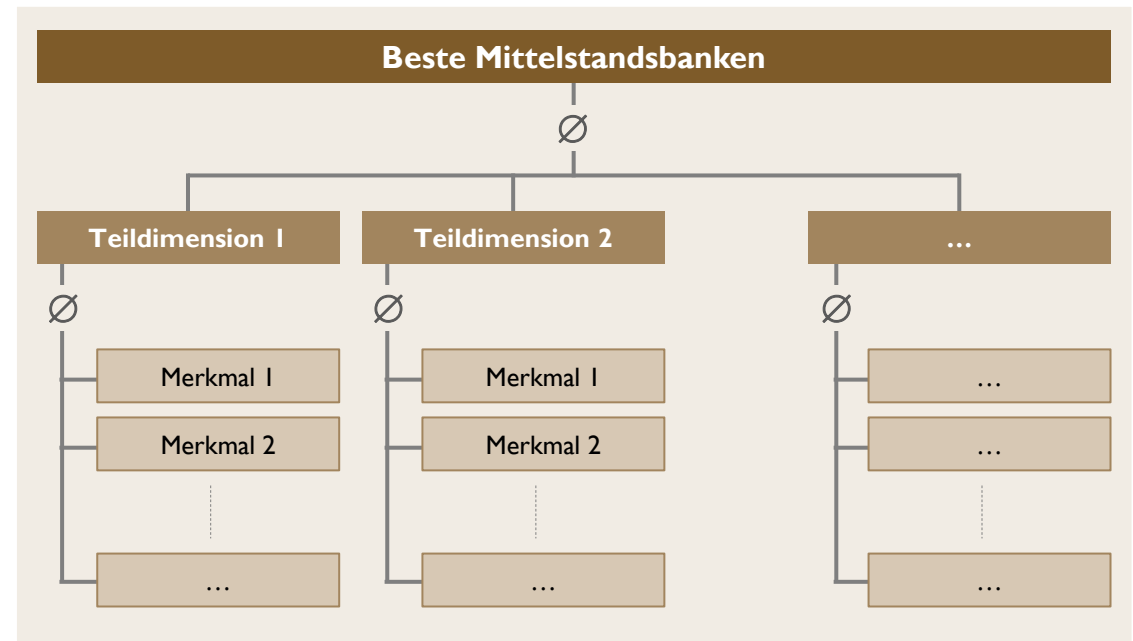
Studiendesign (II)

<p>Kundenservice</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Einfaches Online-Banking • Übersichtlichkeit der Website • Verbindlichkeit von Serviceversprechen • Feste Ansprechpartner • Unterstützung bei Nachfolgeregelung • Existenzgründungsberatung • Proaktive Information über wirtschaftliche und rechtliche Veränderungen • Belohnung von Kundentreue
<p>Kundenkommunikation</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Bereitstellung unternehmensspezifischer Beratungsunterlagen • Erreichbarkeit von Mitarbeitern • Reaktionszeit bei Anfragen • Partnerschaftliche Kommunikation
<p>Preis-Leistungs-Verhältnis</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Preis-Leistungs-Verhältnis • Preistransparenz • Kontoführungsgebühren • Verzinsung von Geldanlagen • Kontokorrent- und Kreditzinsen

Berechnungsmodell des Rankings

Die Leistungen von Banken sind vielfältig: Neben den Produkten und dem Preis-Leistungs-Verhältnis sind für Unternehmenskunden bei der Entscheidung, von welcher Bank sie ihre finanziellen Angelegenheiten betreuen lassen, auch Aspekte wie Beratung und Kundenservice von Bedeutung. Um die Leistungen der Mittelstandsbanken im Detail messbar zu machen, werden zunächst verschiedene Teildimensionen bestimmt. Jede Teildimension selbst besteht aus mehreren konkreten Service- und Leistungsmerkmalen, die durch die Kunden bewertet werden.

Das Gesamtergebnis berechnet sich als ungewichteter Mittelwert aller Teildimensionen. Die Teildimensionen ergeben sich als ungewichteter Mittelwert aus den jeweiligen Service- und Leistungsmerkmalen (Bewertungskriterien).



Teildimensionen des Rankings

Beste Mittelstandsbanken

Produktleistung

- Produktqualität
- Passgenauigkeit der Produkte und Leistungen
- Flexibilität der Produkte und Leistungen
- Unterstützung bei Auslandsgeschäften
- Lösungen zur Liquiditätsoptimierung
- Cash Management-Lösungen
- Konzepte für die betriebliche und private Altersvorsorge
- Ganzheitliche Lösungen für geschäftliche und private Finanzangelegenheiten

Kundenberatung

- Fachkompetenz der Berater
- Entscheidungskompetenz der Berater
- Engagement der Berater
- Verständlichkeit der Beratung
- Eingehen auf Unternehmensbedürfnisse
- Branchenkenntnisse der Berater
- Aufzeigen von Fördermöglichkeiten
- Angemessener Informationsumfang
- Berücksichtigung der individuellen Unternehmenssituation beim Rating
- Berücksichtigung unternehmensspezifischer Anforderungen bei der Kreditlinie

Kundenservice

- Einfaches Online-Banking
- Übersichtlichkeit der Website
- Verbindlichkeit von Serviceversprechen
- Feste Ansprechpartner
- Unterstützung bei Nachfolgeregelung
- Existenzgründungsberatung
- Proaktive Information über wirtschaftliche und rechtliche Veränderungen
- Belohnung von Kundentreue

Kundenkommunikation

- Bereitstellung unternehmensspezifischer Beratungsunterlagen
- Erreichbarkeit von Mitarbeitern
- Reaktionszeit bei Anfragen
- Partnerschaftliche Kommunikation

Preis-Leistungs-Verhältnis

- Preis-Leistungs-Verhältnis
- Preistransparenz
- Kontoführungsgebühren
- Verzinsung von Geldanlagen
- Kontokorrent- und Kreditzinsen

FOCUS-MONEY Kundenurteil: Beste Mittelstandsbanken

Beste Mittelstandsbanken	
1	HypoVereinsbank
2	Commerzbank
3	Deutsche Bank
4	Sparkassen
5	Volks- u./o. Raiffeisenbanken
6	Postbank

Produktleistung	
1	Commerzbank
2	Deutsche Bank
3	HypoVereinsbank
4	Sparkassen
5	Volks- u./o. Raiffeisenbanken
6	Postbank

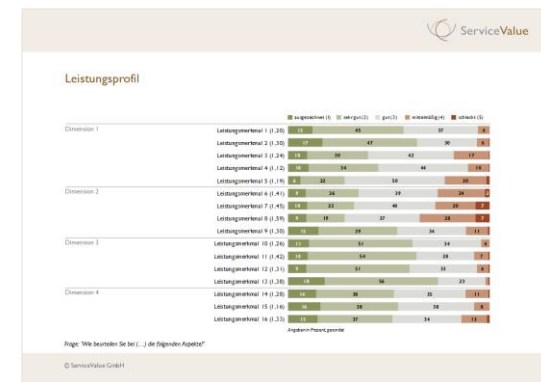
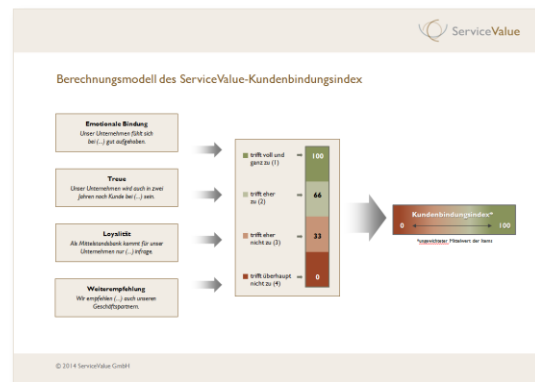
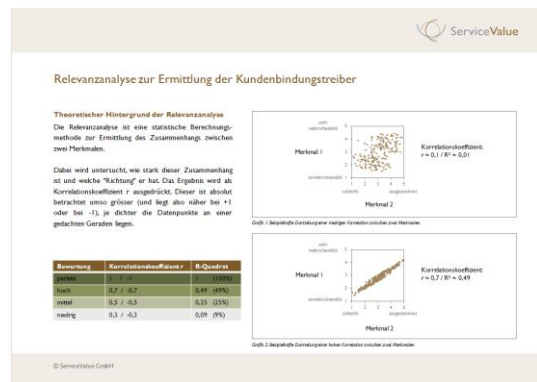
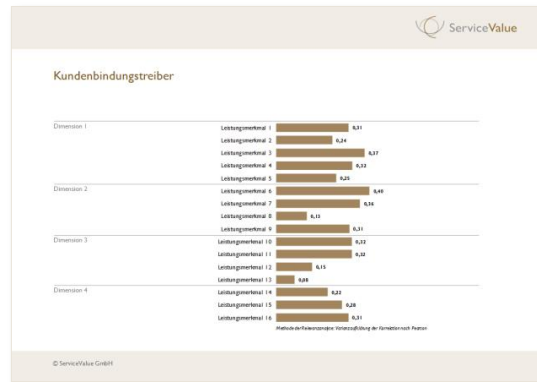
Kundenberatung	
1	HypoVereinsbank
2	Commerzbank
3	Deutsche Bank
4	Sparkassen
5	Volks- u./o. Raiffeisenbanken
6	Postbank

Kundenservice	
1	HypoVereinsbank
2	Commerzbank
3	Sparkassen
4	Deutsche Bank
5	Volks- u./o. Raiffeisenbanken
6	Postbank

Kundenkommunikation	
1	Sparkassen
2	HypoVereinsbank
3	Commerzbank
4	Volks- u./o. Raiffeisenbanken
5	Deutsche Bank
6	Postbank

Preis-Leistungs-Verhältnis	
1	HypoVereinsbank
2	Commerzbank
3	Sparkassen
4	Deutsche Bank
5	Volks- u./o. Raiffeisenbanken
6	Postbank

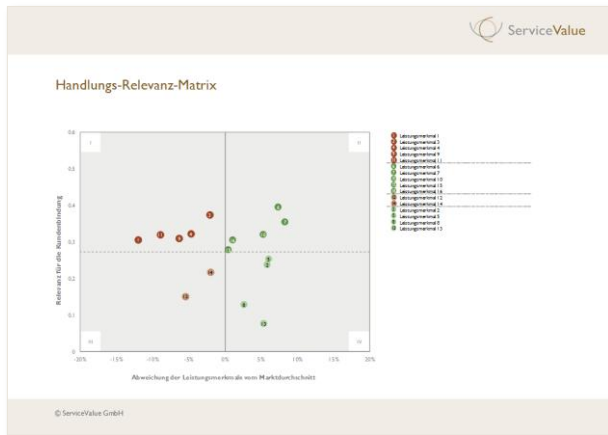
Informationen werden anschaulich aufbereitet ...



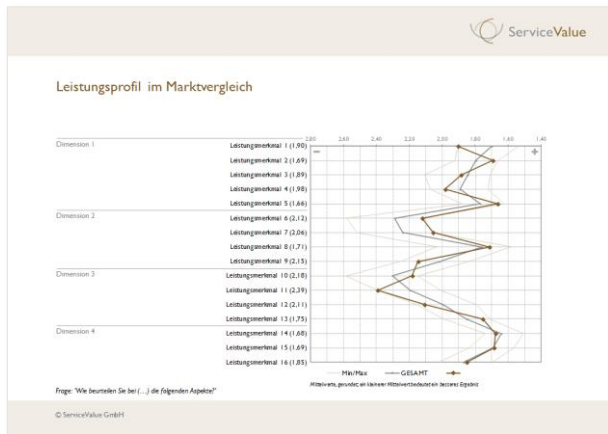
Anonymisierte Musterfolien

... und liefern Antworten auf Ihre Fragen. Im Folgenden finden Sie einige Beispiele.

Ihre Fragen – unsere Antworten (I)

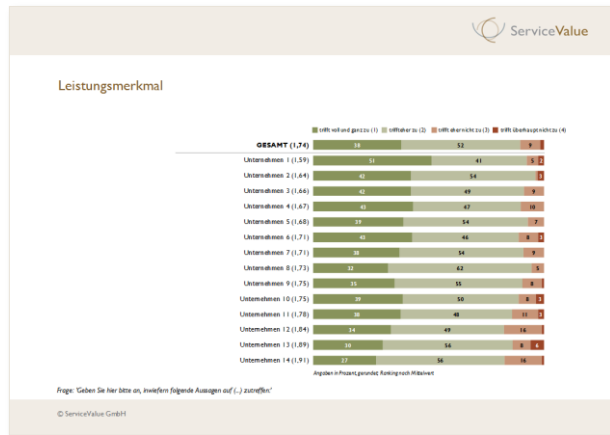


- Welche Stärken und Schwächen weisen die einzelnen Anbieter auf?
 - Auf welche Handlungsfelder sollten die einzelnen Anbieter hohe Aufmerksamkeit in der Optimierung richten?
- ⇒ Klare Handlungsorientierung durch Handlungs-Relevanz-Matrix für jeden Anbieter



- Bei welchen Service- und Leistungsattributen ist ein Anbieter besser / schlechter als der Gesamtmarkt?
- ⇒ Leistungsprofil im Marktvergleich für jeden Anbieter

Ihre Fragen – unsere Antworten (II)



- Welcher Wettbewerber schneidet bei welchem Leistungsmerkmal besser oder schlechter ab?
- ⇒ Darstellung aller Leistungsmerkmale mit Ranking der Anbieter



- Welche Leistungen haben die höchste Bedeutung für die Kundenbindung?
- ⇒ Kundenbindung als Key Performance Indicator der Dimensionen Emotionale Bindung, Treue, Loyalität und Weiterempfehlung
- ⇒ Relevanzanalytische Berechnung und Darstellung für jeden Anbieter

Studienbestellung per E-Mail an Bestellung@ServiceValue.de oder per FAX an +49 (0)221. 67 78 67 – 19

Bestellung

- Benchmarkstudie** „Kundenurteil: Beste Mittelstandsbanken 2015“ (Einzelexemplar, 120 Seiten, PDF)
zum Preis von 3.900,- € netto
- Ergebnispräsentation vor Ort** inkl. Überlassung der Präsentations-Datei (PPT)
zum Preis von 1.900,-€ netto, zzgl. anfallender Reisekosten
- Vorteilsangebot**
Benchmarkstudie „Kundenurteil: Beste Mittelstandsbanken 2015“ (Einzelexemplar, 120 Seiten, PDF)
und Ergebnispräsentation vor Ort zum Preis von 4.900,- € netto, zzgl. anfallender Reisekosten

Kontaktdaten (Versand- sowie Rechnungsadresse)

Unternehmen

Name, Vorname

Abteilung / Position

E-Mail (wichtig für den Versand der Dateien)

Telefon

Telefax

Adresse (Str. / PLZ / Ort)

Rechnungsanschrift (wenn abweichend von Adresse)

Ihre Auftragsnummer, Kostenstelle (zur Rechnungs-Ergänzung)

Ort, Datum

Unterschrift

Stempel

Impressum / Kontakt

Herausgeber

ServiceValue GmbH

Dürener Str. 34 I

50935 Köln

Tel +49.(0)221.67 78 67 - 0

Fax +49.(0)221.67 78 67 - 99

www.ServiceValue.de

Info@ServiceValue.de

Disclaimer: Die ServiceValue GmbH macht darauf aufmerksam, dass die Ergebnisse der Studie mit höchster Sorgfalt auf der Basis von Kundenäußerungen ermittelt wurden. Dennoch sind die Ergebnisse keine unumstößliche Tatsache oder sollten als alleinige Empfehlung verstanden werden, einzelne Geschäftsaktivitäten zu initiieren oder aufzugeben.

Diese Studie ist einschließlich aller Bestandteile urheberrechtlich geschützt. Eine Weitergabe an Dritte, z.B. eine Tochtergesellschaft, oder mit dem Studienbezieher in wirtschaftlicher Beziehung stehende Dritte, ist nicht gestattet. Verwertungen, die nicht ausdrücklich gemäß den Bestimmungen des Urheberrechts zugelassen sind, bedürfen der vorherigen schriftlichen Zustimmung der Herausgeber. Insbesondere gilt dies für Bearbeitungen, Vervielfältigungen, Übersetzungen, die elektronische Speicherung und Verarbeitung sowie die Verwendung im Rahmen von Unternehmensanalysen und -bewertungen (Ratings/Zertifizierungen) oder Beratungsleistungen durch Dritte, die nicht der ServiceValue GmbH oder mit ihr verbundenen Unternehmen angehören.

Titelbild: © dobrinya / fox17 - Fotolia.com

“Our business is value development
by service excellence.”

ServiceValue GmbH

Dürener Straße 34 I
50935 Köln
www.ServiceValue.de