



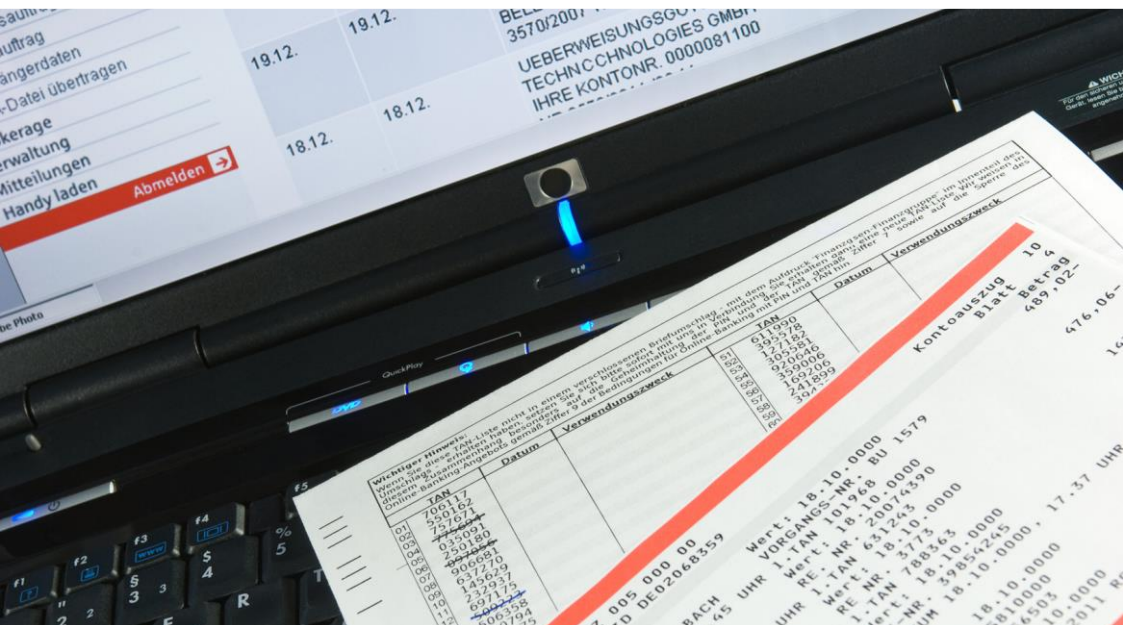
Kundenurteil: Fairness von Direktbanken 2019

Wettbewerbsanalyse mit Detail-Auswertungen für 17 Direktbanken

Eine Untersuchung in Kooperation mit



Studienflyer mit Bestellformular



Studiensteckbrief

| | |
|--------------------------|---|
| Studienkonzept | FOCUS-MONEY und ServiceValue GmbH |
| Erhebungsmethode | Online-Befragung |
| Erhebungszeitraum | März 2019 |
| Stichprobe | 1.242 Kunden mit 1.598 Urteilen zu 17 Direktbanken (Bewertung von bis zu 3 Direktbanken, bei denen die Befragten in den letzten 12 Monaten Kunden waren) |
| Auswertung | <p>Umfassende Darstellung der Gesamtergebnisse</p> <p>Detailergebnisse für 17 Direktbanken</p> <ul style="list-style-type: none"> • 1822Direkt • Audi Bank • Bank of Scotland • BMW Bank • comdirect • Consorsbank • Deutsche Skatbank • DKB • EthikBank • GLS Bank • ING • Mercedes-Benz Bank • netbank • norisbank • Triodos Bank • Volkswagen Bank • Wüstenrot direct |
| Gesamtumfang | 196 Seiten Chart-Berichtsband (PDF) |

Studiendesign (I)

| | |
|---|---|
| Gesamtaussagen | <ul style="list-style-type: none"> • Gesamtzufriedenheit • Kundenorientierung • Ruf und Image |
| Kundenbindung | <ul style="list-style-type: none"> • Emotionale Bindung • Treue • Loyalität • Weiterempfehlung |
| Faires Produkt- und Leistungsangebot | <ul style="list-style-type: none"> • Produktauswahl • Transparenz der Produkte und Leistungen • Qualität der Produkte • Flexibilität der Produkte • Zuverlässigkeit der Produkte • Attraktive Zinsen (Habenzinsen) • Niedrige Sollzinsen • Unkompliziertheit des Online-Bankings • Sicherheit des Mobile-Bankings • Bargeldversorgung |
| Faire Tagesgeld- und Festgeldanlage | <ul style="list-style-type: none"> • Zinshöhe Tages- und Festgeldanlage • Zinsstabilität Tages- und Festgeldanlage • Zeitnahe Zinsgutschriften bei Sichteinlagen • Absicherung der Tages- und Festgeldanlage |

Studiendesign (II)

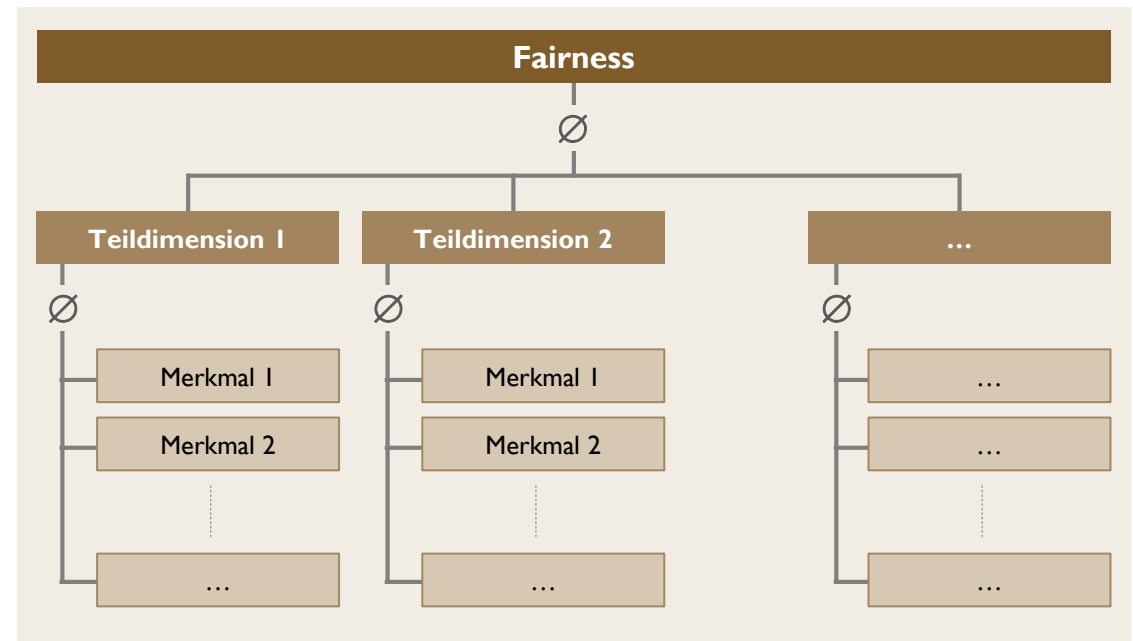
| | |
|---|--|
| <p>Faire Kundenberatung</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Freundlichkeit • Fachkompetenz • Eingehen auf Kundenbedürfnisse • Unterstützung bei der richtigen Produktwahl • Proaktiv bessere Angebote • Verbindlichkeit von Aussagen • Partnerschaftliche Kommunikation • Verständlichkeit der Kommunikation • Angemessener Informationsumfang • Orientierung auf der Website |
| <p>Fairer Kundenservice</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Erreichbarkeit von Mitarbeitern • Reaktion bei Problemen (schnell und zuverlässig) • Kulanz • Belohnung von Kundentreue |
| <p>Faires Preis-Leistungs-Verhältnis</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Leistungstransparenz • Kostentransparenz • Angemessene Gebühren • Preis-Leistungs-Verhältnis |

Berechnungsmodell des Fairness-Rankings

Der Überbegriff „Fairness“ ist ein subjektives Konstrukt. Um dieses messbar zu machen, werden zunächst verschiedene Teildimensionen der Fairness 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).

Für die Auszeichnung auf Gesamtebene sowie auf den Teildimensionen gilt: Ein „gut“ erhalten alle Unternehmen, die einen überdurchschnittlichen Wert erzielt haben. Unternehmen, die wiederum über dem Durchschnitt der mit „gut“ bewerteten Unternehmen liegen, erhalten ein „sehr gut“.



Teildimensionen der Fairness von Direktbanken

Fairness

Faires Produkt- und Leistungsangebot

- Produktauswahl
- Transparenz der Produkte und Leistungen
- Qualität der Produkte
- Flexibilität der Produkte
- Zuverlässigkeit der Produkte
- Attraktive Zinsen (Habenzinsen)
- Niedrige Sollzinsen
- Unkompliziertheit des Online-Bankings
- Sicherheit des Mobile-Bankings
- Bargeldversorgung

Fairer Kundenservice

- Erreichbarkeit von Mitarbeitern
- Reaktion bei Problemen (schnell und zuverlässig)
- Kulanz
- Belohnung von Kundentreue

Faire Tagesgeld- und Festgeldanlage

- Zinshöhe Tages- und Festgeldanlage
- Zinsstabilität Tages- und Festgeldanlage
- Zeitnahe Zinsgutschriften bei Sichteinlagen
- Absicherung der Tages- und Festgeldanlage

Faires Preis-Leistungs-Verhältnis

- Leistungstransparenz
- Kostentransparenz
- Angemessene Gebühren
- Preis-Leistungs-Verhältnis

Faire Kundenberatung

- Freundlichkeit
- Fachkompetenz
- Eingehen auf Kundenbedürfnisse
- Unterstützung bei der richtigen Produktwahl
- Proaktiv bessere Angebote
- Verbindlichkeit von Aussagen
- Partnerschaftliche Kommunikation
- Verständlichkeit der Kommunikation
- Angemessener Informationsumfang
- Orientierung auf der Website

FOCUS-MONEY Kundenurteil: Faire Direktbank (I)

| FAIRNESS | |
|----------|--------------------|
| sehr gut | Bank of Scotland |
| sehr gut | comdirect |
| sehr gut | Consorsbank |
| sehr gut | DKB |
| sehr gut | ING |
| sehr gut | norisbank |
| gut | I822Direkt |
| gut | Audi Bank |
| gut | Triodos Bank |
| gut | Volkswagen Bank |
| | BMW Bank |
| | Deutsche Skatbank |
| | EthikBank |
| | GLS Bank |
| | Mercedes-Benz Bank |
| | netbank |
| | Wüstenrot direct |

| Faires Produkt- u. Leistungsangebot | |
|-------------------------------------|--------------------|
| sehr gut | Bank of Scotland |
| sehr gut | comdirect |
| sehr gut | Consorsbank |
| sehr gut | DKB |
| sehr gut | ING |
| gut | I822Direkt |
| gut | norisbank |
| gut | Triodos Bank |
| gut | Volkswagen Bank |
| gut | Wüstenrot direct |
| | Audi Bank |
| | BMW Bank |
| | Deutsche Skatbank |
| | EthikBank |
| | GLS Bank |
| | Mercedes-Benz Bank |
| | netbank |

| Faire Tages- und Festgeldanlage | |
|---------------------------------|--------------------|
| sehr gut | BMW Bank |
| sehr gut | Consorsbank |
| sehr gut | DKB |
| sehr gut | Triodos Bank |
| sehr gut | Volkswagen Bank |
| gut | Audi Bank |
| gut | Bank of Scotland |
| gut | comdirect |
| gut | Deutsche Skatbank |
| gut | ING |
| gut | norisbank |
| | I822Direkt |
| | EthikBank |
| | GLS Bank |
| | Mercedes-Benz Bank |
| | netbank |
| | Wüstenrot direct |

Die Sortierung der Anbieter innerhalb der Kategorien erfolgt in alphabetischer Reihenfolge.

FOCUS-MONEY Kundenurteil: Faire Direktbank (II)

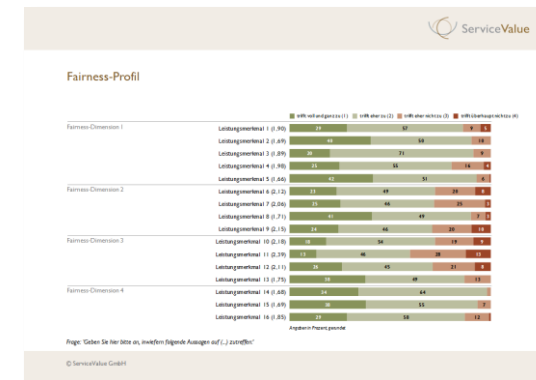
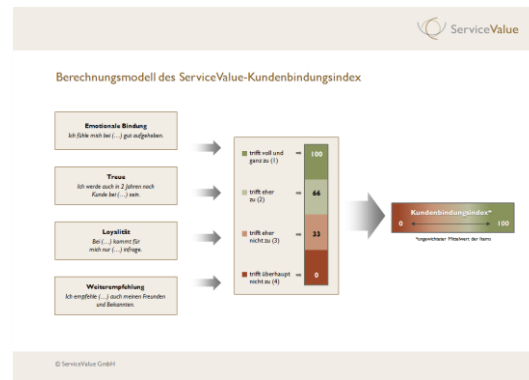
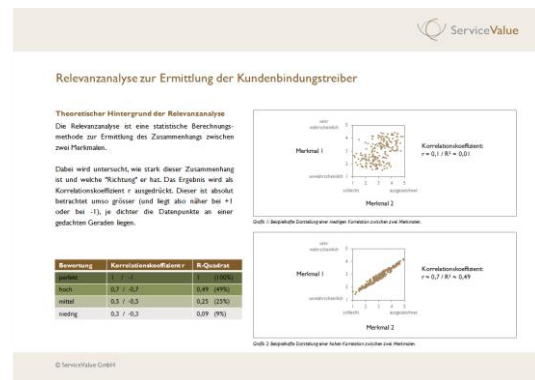
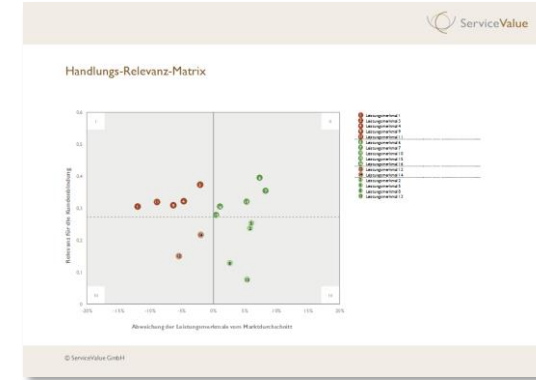
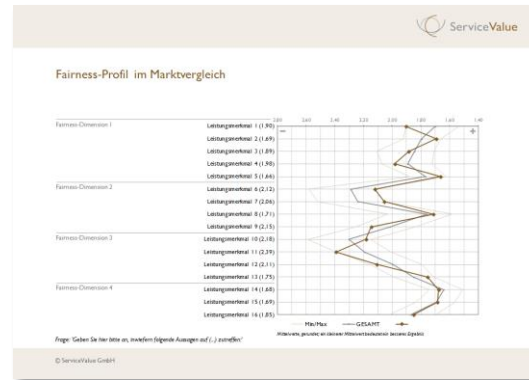
| Faire Kundenberatung | |
|----------------------|--------------------|
| sehr gut | comdirect |
| sehr gut | Consorsbank |
| sehr gut | DKB |
| sehr gut | ING |
| sehr gut | norisbank |
| gut | 1822Direkt |
| gut | Audi Bank |
| gut | Bank of Scotland |
| gut | Volkswagen Bank |
| | BMW Bank |
| | Deutsche Skatbank |
| | EthikBank |
| | GLS Bank |
| | Mercedes-Benz Bank |
| | netbank |
| | Triodos Bank |
| | Wüstenrot direct |

| Fairer Kundenservice | |
|----------------------|--------------------|
| sehr gut | Bank of Scotland |
| sehr gut | Consorsbank |
| sehr gut | DKB |
| sehr gut | norisbank |
| sehr gut | Volkswagen Bank |
| gut | Audi Bank |
| gut | BMW Bank |
| gut | comdirect |
| gut | ING |
| gut | Triodos Bank |
| | 1822Direkt |
| | Deutsche Skatbank |
| | EthikBank |
| | GLS Bank |
| | Mercedes-Benz Bank |
| | netbank |
| | Wüstenrot direct |

| Faires Preis-Leistungsverhältnis | |
|----------------------------------|--------------------|
| sehr gut | 1822Direkt |
| sehr gut | comdirect |
| sehr gut | DKB |
| sehr gut | ING |
| sehr gut | norisbank |
| gut | Bank of Scotland |
| gut | BMW Bank |
| gut | Consorsbank |
| gut | Triodos Bank |
| | Audi Bank |
| | Deutsche Skatbank |
| | EthikBank |
| | GLS Bank |
| | Mercedes-Benz Bank |
| | netbank |
| | Volkswagen Bank |
| | Wüstenrot direct |

Die Sortierung der Anbieter innerhalb der Kategorien erfolgt in alphabetischer Reihenfolge.

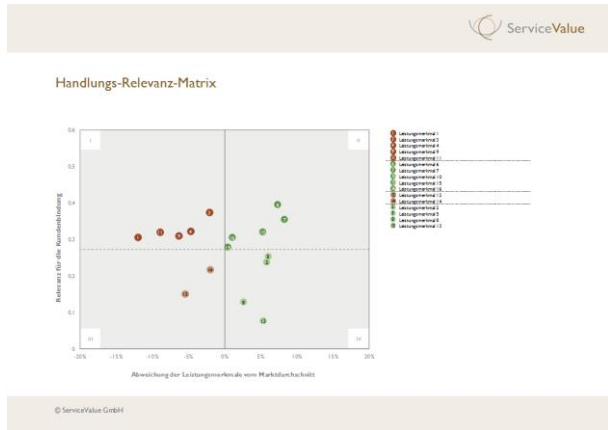
Informationen werden anschaulich aufbereitet ...



Anonymisierte Musterfolien

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

Ihre Fragen – unsere Antworten (I)

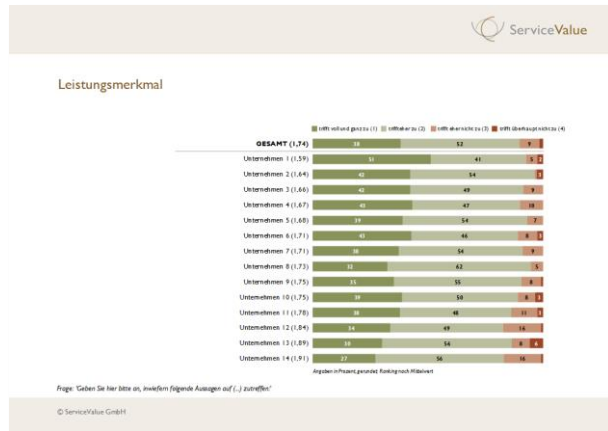


- Welche Stärken und Schwächen weisen die einzelnen Anbieter auf?
 - Auf welche Handlungsfelder sollten die einzelnen Anbieter hohe Aufmerksamkeit in der Optimierung richten?
- ⇒ Klare Handlungsorientierung durch Handlungs-Relevanz-Matrix für jeden Anbieter



- Bei welchen Service- und Leistungsattributen ist ein Anbieter besser / schlechter als der Gesamtmarkt?
- ⇒ Serviceprofil 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: Fairness von Direktbanken 2019“ (Einzelexemplar, 196 Seiten, PDF)
zum Preis von 3.900,- € netto
- Ergebnispräsentation und Analysegespräch vor Ort** inkl. Überlassung der Präsentations-Datei (PPT)
zum Preis von 2.900,-€ netto, zzgl. anfallender Reisekosten
- Vorteilsangebot**
Benchmarkstudie „Kundenurteil: Fairness von Direktbanken 2019“ (Einzelexemplar, 196 Seiten, PDF)
und Ergebnispräsentation sowie Analysegespräch vor Ort zum Preis von 5.800,- € 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 / Alterfalter – Fotolia.com

“Our business is value development
by service excellence.”

ServiceValue GmbH

Dürener Straße 341

50935 Köln

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

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

Info@ServiceValue.de

www.ServiceValue.de