

Servicestudie: Geldanlageberatung bei Banken 2018 / Kompetente Beratungsleistungen – Bedarfsanalyse mit Defiziten – Deutsche Bank ist Testsieger

Private Anleger haben angesichts der Vielfalt an Fonds, Aktien, Immobilien und diversen Zinsprodukten die Qual der Wahl. Um den Überblick nicht zu verlieren und die richtige Entscheidung zu treffen, ist der Gang zum Anlageberater der Bankfiliale naheliegend. Dass Individualität nicht bei allen Instituten großgeschrieben wird, zeigt das Deutsche Institut für Service-Qualität, welches im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv 15 Finanzinstitute getestet hat (Sendehinweis: n-tv Ratgeber – Geld, Mittwoch, 14.02.2018, 18:35 Uhr).

Drei Filialbanken sind top

Insgesamt erreichen die Finanzinstitute ein gutes Ergebnis. Drei Banken erhalten das Qualitätsurteil „sehr gut“, die weiteren zwölf das Urteil „gut“. Besonders punkten die Berater der meisten Geldinstitute mit ihrer Kompetenz und ihrem freundlichen Auftreten. Souverän, korrekt und motiviert erläutern sie die Anlageprodukte; besonders bei Unternehmensanleihen und Fondsanlagen zeigt sich ein enormes Fachwissen: Die Kunden werden in der Regel vollständig über mögliche Risiken bei der Investition in Anleihen informiert. Die Kosten bei Investmentfonds machen die Angestellten ebenfalls fast immer transparent. Lediglich beim Thema Aktien fallen viele Beratungen weniger umfassend aus, etwa wenn es um die Dividenden-Besteuerung geht.

Oberflächliche Analyse

Anlass zur Kritik gibt die Tatsache, dass die Beratungen in annähernd jedem fünften Gespräch nicht individuell genug sind. Das zeigt sich, wenn es darum geht, die Bedürfnisse der Interessenten zu erfragen. So kommt das Anliegen des Kunden häufig zu kurz, und auch seine finanzielle Situation wird in vielen Fällen nur oberflächlich angesprochen. Demzufolge ist es wenig überraschend, dass die Lösungsvorschläge der Berater nicht immer zu den Kundenwünschen passen. „Für erste Informationen zu den Anlageprodukten ist der Verbraucher bei den Banken gut aufgehoben“, resümiert Markus Hamer, Geschäftsführer des Deutschen Instituts für Service-Qualität. „Vor der Entscheidung für eine Geldanlage sollte man aber ein weiteres Beratungsgespräch vereinbaren. Dadurch steigen die Chancen, dass die persönlichen Wünsche in den Anlageempfehlungen berücksichtigt werden“, führt Marktforschungsexperte Hamer aus.

Unterlagen insgesamt überzeugend

Die Angebotsunterlagen passen nahezu in jedem Fall zum Wunschprodukt der Kunden. Erfreulich zudem: Das für Wertpapierberatungen gesetzlich vorgeschriebene Beratungsprotokoll wird, wann immer erforderlich, ausgestellt. Zum Teil fertigen die Mitarbeiter sogar Protokolle über die gesetzliche Vorgabe hinaus an, etwa wenn sie ein Festgeldprodukt empfehlen. Kritikpunkte hier: In jedem zweiten Fall werden die Unterlagen als Lose-Blatt-Sammlung ausgehändigt und in jedem dritten Protokoll fehlt eine übersichtliche Kostendarstellung.

Die besten Unternehmen

Die Deutsche Bank ist Testsieger mit dem Qualitätsurteil „sehr gut“. Die kompetenten Mitarbeiter gehen individuell auf die Wünsche der Kunden ein und empfehlen bedarfsgerechte Anlageprodukte. Die Angebotsunterlagen sind passgenau und stellen anfallende Kosten übersichtlich dar.

Auf Platz zwei positioniert sich die Commerzbank (Qualitätsurteil „sehr gut“). Hier punkten die Berater mit der im Test besten Bedarfsanalyse sowie umfangreichen Angebotsunterlagen. Die Mitarbeiter analysieren die persönliche und finanzielle Situation der Interessenten sehr detailliert.

Den dritten Rang nimmt die Berliner Volksbank ein, ebenfalls mit dem Qualitätsurteil „sehr gut“. Die Angestellten gehen freundlich und hilfsbereit auf die potenziellen Anleger ein. Einnahmen und Ausgaben der Kunden erfragen sie ebenso systematisch wie deren Risikobereitschaft.

Das Deutsche Institut für Service-Qualität testete die sechs größten überregionalen Universalbanken und sowie die jeweils größten regionalen Institute in den Metropolen Berlin, Hamburg und München. Insgesamt wurden 15 Institute untersucht. Die Studie umfasste zum einen die Qualität der Beratungsgespräche vor Ort. Dazu gehörten unter anderem die Kompetenz der Mitarbeiter, ihre Fähigkeit, den Bedarf der Kunden zu erfassen, ihre Kommunikationsstärke und eine diskrete Beratungsatmosphäre. Zum anderen ging es um die bei der Beratung überreichten Angebotsunterlagen. Dabei wurde zwischen allgemeinen Beratungsunterlagen und einem gegebenenfalls auszuhändigenden Beratungsprotokoll unterschieden. Insgesamt flossen 150 Servicekontakte in die Untersuchung ein.

Pressekontakt:

Martin Schechtel
Telefon: +49 (0)40 / 27 88 91 48 - 20
E-Mail: m.schechtel@disq.de

Unternehmen

DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG
Dorotheenstraße 48
22301 Hamburg

Internet: www.disq.de

Über DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG

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.

