

Service-Befragung Finanzinstitute: Fast jeder Dritte empfindet Verschlechterung

Während die Mehrheit (54 Prozent) der Kunden von Geldinstituten einen gleich guten Kundenservice in den letzten 12 Monaten erlebt hat, berichten 31 Prozent von einer Verschlechterung bei der Kundenorientierung von ihren Finanzdienstleistern.

Während die Mehrheit (54 Prozent) der Kunden von Geldinstituten einen gleich guten Kundenservice in den letzten 12 Monaten erlebt hat, berichten 31 Prozent von einer Verschlechterung bei der Kundenorientierung von ihren Finanzdienstleistern. Jedoch haben auch 15 Prozent eine leichte oder sogar starke Verbesserung feststellen können. Dies ist das Ergebnis einer aktuellen Umfrage der Kölner Rating-Agentur ServiceRating für die 1.000 Banken- und Sparkassenkunden bevölkerungsrepräsentativ befragt wurden.

Die Beratungsqualität und Fachkompetenz wurden von den meisten Kunden als Serviceverbesserung (40 Prozent), aber auch als Verschlechterung (47 Prozent) festgestellt. Insbesondere fehlende Lösungsorientierung (35 Prozent) und Produktflexibilität (33 Prozent) stoßen den Verbrauchern bei ihren Kreditinstituten negativ auf. „Die Anstrengungen der Branche, ihre Kerndienstleistung Kundenberatung in den Fokus der Service-Innovationen zu stellen, steht nach wie vor in der vollen Aufmerksamkeit der Kunden. Hier entscheidet sich, wer sich zum Geldinstitut der Zukunft entwickelt“, sagt Dr. Oliver Gaedeke, Geschäftsführer der ServiceRating GmbH.

Tatsächlich ist die Beratungsqualität über alle Branchen hinweg auch das Qualitätskriterium, für das die meisten Verbraucher auch bereit sind, höhere Preise zu bezahlen: 19 Prozent der Kunden würden höhere Gebühren oder Preise für eine bessere Beratung in Kauf nehmen, weiteren 74 Prozent ist zumindest die Beratungsqualität bei der Auswahl ihres Geldinstitutes wichtig.

Auch technische Lösungen, wie die Internetseite (24 Prozent), Online-Banking (16 Prozent) oder Apps (14 Prozent) werden häufig als Service-Innovation von Kunden genannt. „Gerade in einer kundenorientierten Nutzung neuer Medien können Service-Innovationen entwickelt werden, die Kunden begeistern und binden“, so Dr. Gaedeke weiter.

Zur Ermittlung von besonders herausragenden Service-Innovationen für Kunden von Finanzdienstleistern führt ServiceRating jährlich den Wettbewerb [Service-Innovationspreis](#) durch. Geldinstitute, Fondsgesellschaften, Bausparkassen und Versicherungen mit besonders aktuellen Service-Innovationen ruft ServiceRating hiermit auf, sich an dem Wettbewerb zu beteiligen. Die durch eine wissenschaftliche Jury überprüften Bewerbungen werden im Oktober 2013 veröffentlicht.

Die gesamten Ergebnisse finden Sie unter: [ServiceRating_Ergebnisse-Geldinstitute_Presse.pdf](#)

Informationen zu Teilnahmebedingungen und Durchführung finden Sie [hier](#).

Pressekontakt:

ServiceRating GmbH

Patricia Cox

- Manager PR -

Telefon: 0221 / 16 88 288 - 73

E-Mail: cox@servicerating.de

Pressekontakt:

YouGov Deutschland AG

Nikolas Buckstegen

- Manager PR -

Telefon: 0221 / 420 61 - 444

E-Mail: presse@yougov.de

Über ServiceRating:

ServiceRating bewertet, optimiert und kommuniziert Servicequalität. Als erste Agentur in Deutschland bietet ServiceRating eine objektive Beurteilung der Kundenservice- und Beratungsleistungen in einem ganzheitlichen Rating-Verfahren an. Die differenzierten Bewertungen zur Servicequalität von Produkt- und Dienstleistungsanbietern sowie zu aktuellen Servicethemen und Beratung im Servicemanagement werden auf der Internetseite www.servicerating.de veröffentlicht. ServiceRating ist eine Tochterfirma des Marktforschungsinstituts YouGov Deutschland AG mit Sitz in Köln. Weitere Informationen zur ServiceRating GmbH: servicerating.de

Über YouGov:

YouGov ist ein börsennotiertes Institut für Markt- und Organisationsforschung mit Hauptsitz in London und Standorten in Deutschland, Frankreich, Skandinavien, den USA und dem Nahen Osten. Das im Jahr 2000 gegründete Unternehmen ist einer der Pioniere im Einsatz von Online-Erhebungen zur Bereitstellung hochwertiger Daten in der Markt- und Sozialforschung und gehört hier zu den weltweit führenden Anbietern. YouGov verfügt über Panels mit weltweit über 2,5 Millionen Mitgliedern und beschäftigt in Deutschland rund 130 branchenspezialisierte Forscher und Berater. Über die Online-Forschung hinaus bietet YouGov individualisierte Forschungslösungen für Kunden aus verschiedensten Branchen. Weitere Informationen finden Sie unter www.research.yougov.de