

FOCUS

MONEY

DAS MODERNE WIRTSCHAFTSMAGAZIN

www.money.de



SIEGER

FOCUS-MONEY CityContest
Privatkunden
Beratung & Service

CITYCONTEST

HIER STIMMEN BERATUNG UND SERVICE

Wer berät am besten? FOCUS-MONEY testet bundesweit Bankfilialen
und nimmt die Beratungs- und Servicequalität unter die Lupe



Wie viel Technik ist möglich, wie viel Mensch nötig? Die Frage dürfen wir uns im Rahmen der fortschreitenden Digitalisierung alle stellen. Immer stärker durchdringen Roboter, Algorithmen und Deep-Learning-Anwendungen die Art und Weise, wie wir kommunizieren, konsumieren und arbeiten. Fertigungsprozesse in der Industrie funktionieren vollkommen automatisch, Operationen können mittlerweile mithilfe von Robotern durchgeführt werden und immer mehr Menschen bestellen ihre Lebensmittel und Gerichte online. Diesen Trend hat die Corona-Pandemie noch weiter beschleunigt. Wie geht die Wirtschaft und Arbeitswelt mit diesem Thema um? Wird abgehängt, wer nicht digitalisiert?

Faktor Mensch spielt die entscheidende Rolle. Eine Untersuchung der Schweizer Digitalisierungsexperten von ti&M gibt Aufschluss. Exemplarisch nahmen sie sich die Kreditinstitute in ihrer „Bankenstudie 2021“ vor. Sie befragten mehr als 200 Experten aus der Finanzwelt, welchen Herausforderungen sich die Branche im Zeitalter der Digitalisierung stellen muss. Die Ergebnisse zeigen eindrücklich, wo es hakt, und richten den Blick in eine interessante Zukunft. So sind sich mehr als die Hälfte aller Befragten einig, dass Banken sich noch stärker zu Technologieunternehmen wandeln werden. Künstliche Intelligenz (KI) und Machine Learning werden dabei zunehmend den Menschen in Banken ersetzen. Doch der Faktor Mensch spielt immer noch die entscheidende Rolle. Denn nur im Zusammenspiel von Mensch und Maschine kann eine Bank erfolgreich sein. 95 Prozent der Befragten empfinden diese Aussage als „voll zutreffend“ oder „eher zutreffend“. Lediglich fünf Prozent gehen davon aus, dass Mensch und Technik gemeinsam kein Erfolgsfaktor für die Kreditinstitute sein werden.

Über der Zukunft soll allerdings nicht die Gegenwart vergessen werden. Bereits heutzutage ist deutlich zu erkennen, dass die digitalen Technologien wie die Blockchain, Online-Produktabschlüsse und Chatbots die Bankenlandschaft verändern. Das bekommen Finanzexperten wie Kunden gleichermaßen zu spüren. Wie wirkt sich diese Entwicklung auf die Beziehung zwischen Bankberater und Kunde aus? Wie ist es um die Beratungsqualität in deutschen Kreditinstituten bestellt? Diesen Fragen ging und geht FOCUS-MONEY im großen CityContest 2021 nach. Gemeinsam mit dem Institut für Vermögensaufbau will es FOCUS-MONEY genau wissen und prüft die Beratungs- und Servicequalität deutscher Filialbanken auf Herz und Nieren. Im Jahr 2021 führen beide Partner den groß angelegten Bankentest bereits zum 13. Mal durch. Klar ist, die Co-

rona-Pandemie hat die Voraussetzungen grundlegend verändert: Beschränkungen von Kontakten und Mobilität, reduzierte Öffnungs- und Zugangszeiten zu den Filialen – all diesen Herausforderungen stellen sich Kreditinstitute und Mystery Shopper gleichermaßen im FOCUS-MONEY CityContest 2021.

Genauere Analyse der Beratungs- und Servicequalität.

Unter Beachtung höchstmöglicher Gesundheits- und Hygienestandards schwärmen die Tester aus und nehmen die Beratungsqualität in circa 200 Städten unter die Lupe. Besuche und Kontakte zwischen Bankberater und Testkunde sind zu jeder Zeit zurückzuverfolgen, ohne die Qualität der Prüfungsergebnisse zu beeinträchtigen. So gelingt es, ein sehr genaues Bild der Beratungs- und Servicequalität der Institute zu gewinnen, wie es auch in den vorangegangenen zwölf Jahren des CityContest der Fall war.

Was zeichnet die große Studie zum Status quo der Beratungs- und Servicequalität aus? Der FOCUS-MONEY CityContest ist standardisiert und umfassend. In der Kategorie Privatkunden weist der Prüfungskatalog insgesamt 149 Kriterien auf. Im Geschäftskunden-Bereich sind es sogar 176 Kriterien. Zwar ist das Testdesign standardisiert, um eine möglichst hohe Vergleichbarkeit der Ergebnisse zu gewährleisten, jedoch ist es deswegen nicht statisch. Kontinuierlich und gewissenhaft passen IVA und FOCUS-MONEY das Testdesign an den Bankberatungsalltag und den der Kunden an. Längst dürfen Banken sich nicht mehr darauf verlassen, dass Kunden mit ihrem Anliegen persönlich die Filiale aufsuchen werden. Das gilt insbesondere in Zeiten von Kontakt- und Mobilitätsbeschränkungen.

Daher spielen der Service-Aspekt im Allgemeinen und die Anzahl und Alternativen der Kontaktkanäle neben der fachlichen Kompetenz eine große Rolle. In diesem Bereich können die Institute nicht nur viele Punkte erreichen, sondern auch viele Kunden von ihrem Online-Angebot überzeugen. In Deutschland ist Online-Banking nämlich längst noch nicht so weit verbreitet, wie man vielleicht annehmen könnte. Wie das europäische Statistikamt Eurostat herausfand, nutzten im Jahr 2020 lediglich knapp zwei Drittel der Bundesbürger das Internet für ihre Bankgeschäfte. Damit belegt Deutschland im europäischen Vergleich Platz 15. An der Spitze stehen Norwegen und Dänemark mit einem Anteil von 94 Prozent. Dafür ist die Bundesrepublik in einer anderen Kategorie Spitze. Und zwar im Sparen. In den vergangenen acht Jahren hat sich das Volumen der Sparanlagen der Deutschen kontinuierlich erhöht. Unmittelbar nach dem Höhepunkt der Euro- und Staatsschuldenkrise im Jahr 2013 belief sich die Summe auf mehr als 157 Milliarden Euro. Im Jahr 2019 waren es bereits 220,3 Milliarden Euro. Die Corona-Pandemie beschleunigte die- ▶

KRITERIENKATALOG

Was die Tester wissen wollten

Der umfangreiche FOCUS-MONEY CityContest unterteilt sich in die Segmente Beratung und Service bei Privat- und Geschäftskunden. Auf 149 Fragen bringt es der Privatkundentest, 176 sind es bei den Geschäftskunden. Trotz der unterschiedlichen Anzahl an Kriterien sind das Testdesign und die Gewichtung die gleichen. In der Bewertung wird die Beratung selbst mit einem Anteil von 75 Prozent hoch gewichtet, wobei die Kundengerechtigkeit und Sachgerechtigkeit die weitaus größte Bedeutung haben. Auf den Service entfallen insgesamt 25 Prozent. Positiv wirken sich zudem digitale Kommunikationswege wie Chat-Funktionen und ein umfassendes Online-Angebot aus.

Oberkategorien	Gewichtung	Unterkategorien
Privatkundenberatung (75%)		
Vorbereitung	7,50%	Kontaktaufnahme
		Gesprächsvorbereitung
		Atmosphäre bei Erstkontakt
Atmosphäre/ Interaktion	15,00%	Begrüßung
		Umgebung
		Einbezug des Kunden/Diskretion
		Vorstellung des Beraters
		Vorstellung der Bank
		Gesprächsatmosphäre
Kundengerechtigkeit	40,00%	Bedarfsanalyse
		Individualisierung
		Engagement
		Verständlichkeit
		Abschluss
Sachgerechtigkeit	30,00%	Visualisierung
		Fachliche Kompetenz
		Objektivität
		Erklärung
		Nutzerargumentation
Nachbereitung	7,50%	Dokumentation
		Initiierung Nachbereitung
Service (25%)		
Online-Kontaktangebot	30,00%	Verabschiedung
		Navigation/Usability
		Zugangsmöglichkeiten
Response-Leistung	50,00%	Zusatzangebote
		Telefon-Response/Erreichbarkeit
		E-Mail-Response/Erreichbarkeit
		Chat-Response/Erreichbarkeit
Filialcheck	20,00%	Räumlichkeiten/Wartezeiten
		Ausstattung
		Kontaktaufnahme

Quelle: IVA



sen Trend noch einmal. Per Ende des vergangenen Jahres betrug die Summe der Ersparnisse 331,1 Milliarden Euro. Anknüpfungspunkte für eine herausragende Beratung gibt es für die Berater also genug.

Dabei sind die Bedingungen des Tests natürlich stets dieselben, egal, ob im Privatkundenbereich oder in der Geschäftskunden-Wertung. Der Startpunkt: Ein Kunde ist auf der Suche nach einer neuen Hausbank. Das lässt dem Bankberater viel Raum für eine umfassende Beratung und gibt ein ebenso umfassendes Bild über die fachliche Kompetenz. Welche Bereiche wurden angesprochen, welche nicht? Wurden alle Beratungspotenziale erkannt und auf alle Wünsche individuell eingegangen oder gab es nur eine One-size-fits-all-Lösung?

Beratung entscheidet. Aufgeteilt ist der Test in den Bereich Beratung und das Segment Service. Dabei trägt die Bewertung der Beratungsleistung zu 75 Prozent zur Gesamtnote bei. 25 Prozent macht der Service aus (siehe Kriterienkatalog links). Die Beratung unterteilt sich wiederum in fünf Unterkategorien. Diese lauten: Vorbereitung, Atmosphäre, Kundengerechtigkeit, Sachgerechtigkeit und Nachbereitung. Wenig überraschend geht es dabei mit dem Segment Vorbereitung und Atmosphäre los. Gemäß dem Motto: Wir bekommen keine zweite Chance für einen guten ersten Eindruck, steht insbesondere die Freundlichkeit im Zentrum dieser Kategorie. Ist ein Termin vereinbart, liegt das Augenmerk auf der Atmosphäre in der Filiale. Was zunächst nebensächlich anmutet, ist ein wichtiger Punkt. Schließlich geht es darum, ob es beispielsweise aufgrund der räumlichen Bedingungen möglich war und ist, die Diskretion zu wahren. Schließlich ist Diskretion das höchste Gut der Banken und ein eminent wichtiger Punkt für ihre Kunden. Hat der Kunde zudem Informationen zur Kompe-

tenz der Bank im Allgemeinen und des Beraters im Speziellen erhalten und last but not least: War der Arbeitsplatz aufgeräumt und der Berater vorbereitet?

Eckpfeiler Kundengerechtigkeit. Nach den wichtigen Kriterien der Vorbereitung und der Interaktion geht es zur Bewertung der Kundengerechtigkeit, einen der Eckpfeiler des Testdesigns. Zu 40 Prozent nimmt sie als Teilbereich Einfluss auf die Benotung im Segment Beratung. Bei der Kundengerechtigkeit stehen die Bedarfsanalyse, die Individualisierung, das Engagement und die Verständlichkeit im Vordergrund. Wichtig ist dabei zu beurteilen, ob der Berater das Anliegen des Kunden erfasst und weiteren Beratungsbedarf erkennt. Kam es am Ende des Gesprächs zu einem konkreten Angebot? Hat der Berater die Vorteile seines Angebots verständlich gemacht? Und natürlich dürfen Angaben zu den Kosten seines Produktvorschlags nicht fehlen. Beim Thema Sachgerechtigkeit geht es um fachliche Kompetenz, Objektivität, Nutzerargumentation, aber auch Dokumentation. Ein wichtiger Faktor, um bei Folgeterminen auf bereits geführte Gespräche aufbauen und die Zeit mit dem Kunden effizienter nutzen zu können. Die Nachbereitung bildet den Abschluss der Beratung und umfasst unter anderem eine angemessene Verabschiedung.

Schnelle Antwort zwingend. In Zeiten der zunehmenden Digitalisierung und von vergleichsweise austauschbaren Produkten wie Girokonten, Kreditkarten und Sparanlagen kann der Service ein wichtiges Unterscheidungsmerkmal für eine Bank sein. Zu 25 Prozent beeinflusst er die Gesamtnote und unterteilt sich in die Bereiche Online-Kontaktangebot, Response-Leistung und Filialcheck. Dabei geht es beim Online-Kontaktangebot vor allem darum, ob die Navigation auf der Website einfach und verständlich ist und welche Zugangsmöglichkeiten und -angebote es gibt. Hinter der Response-Leistung, die 50 Prozent der Service-Note ausmacht, verbirgt sich die Erreichbarkeit über die verschiedenen Kommunikationskanäle einer Bank. Längst werden Kunden nicht mehr persönlich in der Filiale vorgestellt. Gerne nutzen sie zur Kontaktaufnahme Möglichkeiten via Telefon, E-Mail oder Chat, denn eine E-Mail lässt sich auch außerhalb der Öffnungszeiten nutzen, was ein großer Vorteil ist. Beim Filialcheck können Banken Pluspunkte sammeln, die übersichtlich gestaltet sind, über ausreichend Selbstbedienungsterminals wie Geldautomaten und Kontoauszugsdrucker verfügen und gut sortiertes, aktuelles Informationsmaterial bereithalten.

Faktor Zeit. Egal, ob es sich nun um einen Privat- oder um einen Geschäftskunden handelt, der Kriterienkatalog ist ähnlich. Und genauso wie für Privatkunden sind auch für Geschäftskunden die Faktoren einer erfolgreichen Beratung dieselben: ausreichend Zeit und viele Fragen. Berater von Banken, die ein sehr gutes Ergebnis erreichten, nahmen sich vor allem Zeit. Speziell beim ersten Kontakt mit einem Neukunden ist es wichtig, die Potenziale zu erkennen und bedarfsgerecht im Sinne des Kunden zu nutzen. Nur auf diese Weise führt das Gespräch zu einer langfristigen und auf Vertrauen basierenden Kunden-Berater-Beziehung. Auch und vor allem in herausfordernden Zeiten mit eingeschränktem persönlichem Kontakt. ■ ➤

Starker Aufholbedarf

Knapp zwei Drittel der Deutschen nutzen Online-Banking. Im europäischen Vergleich ist der Anteil der Kunden, die ihre Bankgeschäfte im Netz erledigen, allerdings noch gering.

Online-Banking-Nutzer in Europa

Anteil an der Bevölkerung 2020 in Prozent



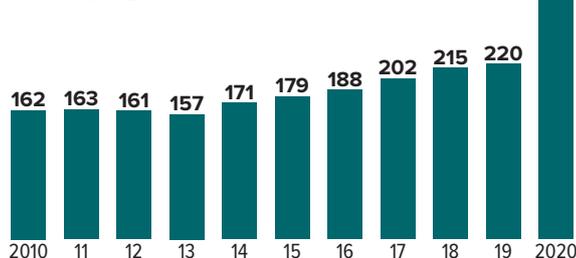
Quelle: Eurostat

Großes Potenzial

Die Deutschen sind ein Volk der Sparer. Seit der Staats- und Euro-Krise hat sich das Volumen kontinuierlich erhöht. Die Corona-Pandemie gab einen zusätzlichen Schub. 331 Milliarden Euro waren es 2020.

Sparsumme privater Haushalte in Deutschland

in Milliarden Euro



Quelle: Statistisches Bundesamt

Zukunft gesichert

Im Konkurrenzkampf mit Fintechs und Neobanken müssen sich klassische Kreditinstitute nicht fürchten. Einer Umfrage zufolge werden auch in zehn Jahren Jugendliche noch klassische Filialbanken bevorzugen.

„Werden in zehn Jahren junge Erwachsene ihr Girokonto noch bei einer Bank abschließen?“

Einschätzung in Prozent der Befragten



Quelle: ti&m

HALLE (SAALE)

Die erste Adresse

Bereits zum **dritten Mal in Folge** gewinnt die Saalesparkasse den **CityContest Privatkunden Beratung & Service**

Engagement für kulturelle und soziale Projekte, Förderung von Sportvereinen und Umweltschutzaktionen, immer nah an den Bürgern: Die Saalesparkasse ist in der Region stark vernetzt und genießt – über die Stadtgrenzen hinaus – einen ausgezeichneten Ruf. Ausgezeichnet wird sie auch regelmäßig für ihre Kernkompetenz: Bereits zum dritten Mal in Folge hat die Saalesparkasse den CityContest Privatkunden Beratung & Service gewonnen. Erneut setzte sie sich gegen die gewohnt starke Bankenkonzurrenz vor Ort durch. „Das zeigt, dass wir auch in Zeiten von Corona und temporären Kontakteinschränkungen Beratung auf hohem Niveau gewährleisten konnten“, freut sich Dr. Jürgen Fox, Vorstandsvorsitzender der Saalesparkasse.

Zweigeteilter Test. Für die mittlerweile 13. Auflage des CityContest machten sich wieder sogenannte „Mystery Shopper“ des Instituts für Vermögensaufbau (IVA) im Auftrag von FOCUS-MONEY auf die scheinbare Suche nach einer neuen Hausbank. Unter Beachtung höchstmöglicher Gesundheits- und Hygienestandards reisten die Tester in ca. 200 Städte und nahmen die Beratungsqualität der Finanzinstitute genau unter die Lupe. Sowohl Tester als auch Banken haben sich dabei den pandemiebedingten reduzierten Öffnungs- und Zugangszeiten zu den Filialen gestellt.

In der Kategorie Service überprüfen die Experten des IVA außerdem die Online-Kontaktmöglichkeiten und die Resonanz einer Bank auf Kundenanfragen über Telefon, E-Mail und Chat.



SPITZE Die größte Sparkasse in Sachsen-Anhalt wurde erneut für ihre Kundenberatung ausgezeichnet.



Top Beratung. Die Kundenberater der Saalesparkasse machten einen erstklassigen Job und konnten die Tester auf ganzer Linie überzeugen. Viel Lob gab es insbesondere für ihr freundliches Auftreten und die hohe Fachkompetenz – die richtige Mi-

schung für eine vertrauensvolle, langfristige Bankbeziehung.

In Sachen Service lässt der CityContest-Sieger die Konkurrenz sogar deutlich hinter sich – und empfiehlt sich damit erneut als ideale Hausbank für Privatkunden. ■



Die Finanzprofis des Instituts für Vermögensaufbau (IVA) testeten in Halle (Saale) elf Geldinstitute, um sich ein Bild über deren Beratungsqualität im Privatkundenbereich zu machen. Die Mystery Shopper gaben vor, auf der Suche nach einer Hausbank zu sein. Dabei bewerteten sie die Leistung der Institute anhand von 149 Fragen, deren Ergebnisse zwei Oberkategorien zugeordnet wurden.

Die Kategorie **Beratung** umfasst die Hauptkriterien Vorbereitung, Atmosphäre, Kundengerechtigkeit, Sachgerechtigkeit und Nachbetreuung mit insgesamt 122 Testfragen. In der Kategorie **Service** werden das Online-Kontaktangebot, die Erreichbarkeit und Rückmeldung über die unterschiedlichen Kanäle sowie ein allgemeiner Filialcheck (Räume, Ausstattung, Wartezeit) anhand von 37 Fragen bewertet. Ins Gesamtergebnis fließen die Privatkundenberatung vor Ort mit **75 Prozent** und die Servicequalität mit **25 Prozent** ein.

CityContest Privatkundenberatung 2021 Halle (Saale)

Bank	Beratung	Service	Gesamtnote
Saalesparkasse	2,08	1,52	1,94
PSD Bank Braunschweig eG	2,08	1,79	2,01
Deutsche Bank AG	2,35	2,14	2,30
Volksbank Halle (Saale) eG	2,51	1,96	2,37
Sparda-Bank Berlin eG	2,73	2,00	2,55
Baden-Württembergische Bank	2,89	1,70	2,59
Deutsche Postbank AG	2,87	2,32	2,73
HypoVereinsbank	2,89	2,69	2,84
Commerzbank AG	3,15	1,98	2,85
TARGOBANK AG	3,02	2,66	2,93
Santander Consumer Bank AG	3,24	3,36	3,27

Durchschnittswerte aus den zwei Testkategorien, s. a. Seite 4



Wechseln ist einfach.

Wenn man sich für den Testsieger entscheidet.

Unsere mehrfach ausgezeichnete Beratungsqualität ist die Grundlage für optimale, individuelle Lösungen rund um Ihr Geld. Ganz egal, ob es dabei um kleine oder große Pläne geht. Wir kümmern uns um aktuelle Vermögensfragen genauso wie um zukunftsweisende Vorsorgestrategien.

Und wir kümmern uns um Ihren Kontowechsel!

saalesparkasse.de/kontowechsel

