

Die klassischen Kanäle im Griff

Service-Check, Teil 8: Über 20 deutsche Banken stehen in diesem Monat im Fokus unserer Untersuchungen. Wie der Check zeigt, müssen Kunden nicht lange warten, wenn Sie ein Anliegen haben – nur mit der „digitalen Transformation“ tun sich die Geldinstitute schwer.



Vor vielen Jahren sagte Henry Ford einmal „Reich wird man nicht durch das, was man verdient, sondern durch das, was man nicht ausgibt“. Nach der großen Wirtschaftskrise 2008/2009 steht das Thema Sicherheit bei vielen privaten Haushalten hoch im Kurs. Die große Wirtschaftskrise 2008/2009, Großinsolven-

zen, Arbeitsplatzverlust, der Blick nach Griechenland, die letzten Jahre haben bei vielen Haushalten in Deutschland zu einem Paradigmenwechsel geführt. Sparen ist so populär wie nie zuvor, laut einer Studie des statistischen Bundesamts lag das Sparvolumen aller deutschen Haushalte im Jahr 2000 bei rund 118,61 Milliarden Euro, 2005 waren es rund

148,21 Milliarden Euro jährlich und im Jahr 2014 lagen wir sogar bei insgesamt 166,18 Milliarden Euro.

Die Entwicklung hat sich in zwei Dimensionen positiv entwickelt – die Anzahl der Sparer (Kunden), und das monatliche Anlagevolumen je Sparer. Laut einer Erhebung des Manager Magazins legen rund 23,4 Prozent der deutschen Haushalte einen monatlichen festen Geldbetrag an. Die meisten Teilnehmer der Befragung sparen, um auf dem Weg Geld für Notfälle und unvorhergesehene Ausgaben (90,1 Prozent) zurückzulegen.

Auch das Thema Zusatzrente fürs Alter (81,6 Prozent) oder die Schließung von Versorgungslücken (80,5 Prozent) spielt eine große Rolle. Weiter hinten – das Ansparen von Kapital für den Immobilienkauf (58,3 Prozent) oder die Absicherung der Kinder und Enkelkinder (59,4 Prozent). Auf dem letzten Platz der Anlagegründe, die Vorbereitung auf eine spätere berufliche Selbständigkeit (22,1 Prozent).

Neue Herausforderungen

Aber nicht nur die ökonomischen Rahmenbedingungen, sondern auch die Auswirkungen der digitalen Transformation haben die Finanzdienstleistungsbranche bereits vor einigen Jahren nachhaltig verändert. Das Internet schafft eine vollkommen neue Transparenz in Bezug auf die Angebote auf dem Finanzmarkt. Das Internet bietet potentiellen Anlegern in unzähligen Blogs, Portalen, Foren und auf diversen Webseiten die Möglichkeit der unabhängigen Informationsbeschaffung. Vorbei sind die Zeiten in denen man als Kunde auf die Beratung seiner Hausbank, die Werbeversprechen der großen Player im Finanzdienstleistungsbereich oder auf die Meinung selbsternannter fliegender Finanzexperten vertrauen musste. Laut der bereits zitierten Studie vom Manager Magazin und der ISBA/IfaD trauen sich 90,1 Prozent der Befragten zu, dass sie ihre Geldangelegenheiten alleine regeln. Egal ob Hausbank oder freischaffender Finanzberater, rund 71,8 Prozent der Befragten sind Menschen gegenüber misstrauisch, die mit Geldgeschäften ihr Geld verdienen.

Durch die neue digitale Welt wird das klassische Geschäftsmodell der Banken komplett

auf den Kopf gestellt. Anbieter wie beispielsweise Paypal übernehmen die Zahlungsabwicklung im E-Commerce, auf Plattformen wie beispielsweise Auxmoney und Smava werden Kredite von Privat zu Privat vergeben, auf der Plattform Zencap können sich Mittelständler neue Liquidität von anlagewilligen (Privat-) Investoren holen. Nicht zu vergessen, der neue Trend Crowdfunding. Auf Portalen wie beispielsweise Companisto oder Seedmatch können private und gewerbliche Investoren Geld in Startups setzen, verbunden auf eine Spekulation bei einem Exit nach 4-6 Jahren, um eine möglichst hohe Rendite zu erzielen. Und am Ende gibt es dann noch komplett alternative und vollkommen digitale Währungen wie beispielsweise Bitcoins.

Ausflug in die Praxis

Ein Vergleich der neuen und alten Anlagemöglichkeiten: Bei den etablierten Kreditinstituten bekommen Anleger bei der Festgeldanlage im besten Fall 2 Prozent (bspw. bei der SBERBANK) Zinsen, bei einer Anlage der Ersparnisse für 48 Monate, eine Anlage ist ab 1.000 Euro möglich.

Auf der Plattform Zencap buhlen viele kleine und mittelständische Unternehmen um das Kapital potentieller Investoren. Anleger sind bereits ab 100 Euro Anlagevolumen dabei, die Kreditprojekte sind zudem komplett transparent dargestellt und von Experten weitreichend geprüft. Ein Bauunternehmen aus Brandenburg benötigt beispielsweise neue Baumaschinen, insgesamt sollen über eine öffentliche Finanzierungsrunde 50.000 Euro eingesammelt werden. Ein Blick in die Konditionen kann so manchen klassischen Sparer zum Umdenken bewegen – über einen Zeitraum von 5 Jahren wird das geliehene Kapital mit einer geplanten Rendite in Höhe von 10,20 Prozent an die Kleininvestoren zurückgezahlt.

Die Finanzdienstleister haben somit eine große Chance und drei große Herausforderungen: Die Chance – Geldanlage ist in und erfreut sich zunehmender Beliebtheit. Die Herausforderungen: Die Finanzdienstleister genießen nicht mehr das vollkommene Vertrauen ihrer Kunden. Kunden sind gut informiert, selbstbewusst und sehen sich in

der Lage die Möglichkeiten ihrer Geldanlage eigenständig auszuwählen. Und die dritte Herausforderung: Die neue digitale Welt bringt viele alternative Zahlungssysteme und Anlagemöglichkeiten.

Stimmt der Service?

Für die etablierten Finanzdienstleister eine große Herausforderung, hier gilt es sich insbesondere mit innovativen Services, wie etwa der Legitimation per Video-Chat und exzellentem Kundenservice (beispielsweise kanalübergreifender 24/7-Kundenservice) weiterhin als attraktive Dienstleister bei den potentiellen Kunden zu positionieren.

Grund genug einmal genauer hinzuschauen. Auch für diese Ausgabe hat das Team der D+S zwei Wochen lang die Servicequalität von 26 Finanzdienstleistern auf allen Kanälen getestet.

Mit dabei waren beispielsweise die Commerzbank, die Netbank, die VTB Bank oder die PSD Bank. Getestet wurde die Qualität der Kommunikation am Telefon, per E-Mail, per Brief und der virtuelle Kundenservice auf den Webseiten der Kreditinstitute (siehe Kasten).

Kommunikationskanal Brief

Alle 26 getesteten Unternehmen haben eine Neukundenanfrage auf dem Postweg erhalten. Zusätzlich waren noch 10 Sparkassen (bspw. die Stadtparkasse München und die Sparkasse Südholstein) und 10 Volksbanken (bspw. die Volksbank Mittelhessen und die Berliner Volksbank).

Die fiktive Kundenanfrage wurde am 02.09.2015 von der D+S verschickt. Besonders schnell im Test waren beispielsweise die Berliner Volksbank, die comdirect bank AG und die DKV Deutsche Kreditbank AG, hier hatten unsere Tester bereits am 04.09.2015 eine Antwort im Briefkasten. Insgesamt haben von den 46 kontaktierten Banken 36 postalisch geantwortet. Schlusslicht im Test: Die Sparkasse Holstein hat erst am 29.09.2015 geantwortet.

Einen roten Faden kann man bei den Sparkassen und Volksbanken erkennen: Die

.comdirect	Hamburger Sparkasse
1822direkt	IKB Bank
Audi Bank	Mercedes-Benz Bank
Bank of Scotland	Netbank
BHF Bank	Norisbank
Commerzbank	PSD Bank Hannover
Consorsbank!	SAL. Oppenheim
CreditEuropeBank	SBERBANK
Deutsche Bank	Sparkasse Gütersloh
DKB Deutsche	swkbank.
Kreditbank AG	TARGO Bank
GEFA Bank	Volkswagen Bank
Hamburger	VTB Bank
Volksbank eG	Wüstenrot

Die getesteten Finanzdienstleister im aktuellen Service-Check 2015.

Volksbanken verweisen darauf, dass sie keine überregionalen Kunden bedienen. Hier wird auf die örtliche Volksbank vor Ort verwiesen. Die Sparkassen verweisen auf die gesetzlichen Rahmenbedingungen, eine Beratung ist nur vor Ort und absolut individuell möglich. Weder bei den Volksbanken noch bei den Sparkassen lassen die Inhalte auf übergreifend eingesetzte Textbausteine schließen. Alle zehn Sparkassen haben direkt einen festen Ansprechpartner benannt. Bei sechs der Sparkassen hat der Ansprechpartner zudem seine Visitenkarte und weiterführende aber sehr allgemeine Informationen (keine Produktempfehlungen) beigelegt, beispielsweise bei den Rückläufern der Stadtparkasse München, der Sparkasse Freiburg-Nördlicher Breisgau oder bei der Sparkasse Mainfranken Würzburg. Auf die Rückmeldung der Sparkasse Gütersloh warten unsere Tester leider noch heute.

Hohe Erwartungen

Die BHF Bank macht deutlich, dass unser Testkunde mit seinem geplanten Depotwert in Höhe von ca. 147.000 Euro nicht willkommen ist: „Die BHF-Bank ist eine moderne Privatbank für anspruchsvolle mittelständische Unternehmerfamilien ...“ bitte haben Sie Verständnis dafür, dass wir aufgrund unserer Konzentration auf ein bestimmtes Kundensegment das Eingehen einer Geschäftsverbindung von den dargestellten Vermögensverhältnissen abhängig machen.“

Sehr geehrter Herr Reims, wir freuen uns über Ihr Interesse an den Produkten der Mercedes-Benz Bank und schicken Ihnen anbei die gewünschten Informationen. Im Dateianhang finden Sie ausführliche Produktinformationen sowie alle notwendigen Unterlagen für die Kontoeröffnung. Sie haben noch Fragen? Unter unten genannter Telefonnummer sind wir gerne montags bis freitags von 8.00 bis 20.00 Uhr und samstags von 8.00 bis 16.00 Uhr für Sie da. Oder besuchen Sie uns im Internet unter www.mercedes-benz-bank.de. Mit freundlichen Grüßen Ihre Mercedes-Benz Bank ++++++ So treten Sie mit uns in Kontakt: Mercedes-Benz Bank AG Service Center Saarbrücken Postfach 65 02 02 66141 Saarbrücken Telefon: 0681 96595020 Telefax: 0681 96595025 kundenservice@mercedes-benz-bank.com www.mercedes-benz-bank.de montags - freitags 8.00 - 20.00 Uhr samstags 8.00 - 16.00 Uhr außer an bundeseinheitlichen Feiertagen ++++++ Da wir großen Wert auf Datenschutz legen und im Rahmen der Kommunikation per E-Mail keinen gesicherten Informationsaustausch gewährleisten können, verzichten wir in unserer Antwort auf personenbezogene Daten. Nähere Informationen zum Datenschutz finden Sie auf unserer Homepage unter "Datenschutz". ++++++ Mercedes-Benz Bank AG Sitz und Registergericht/Domicile and Court of Registry: Stuttgart HRB-Nr./Commercial Register No.: 22937 Vorsitzender des Aufsichtsrats/Chairman of the Supervisory Board: Klaus Entenmann Vorstand: Franz Reiner (Vorsitzender), Andreas Berndt, Andree Ohmstedt, Benedikt Schell, Marc Voss-Stadler Board of Management: Franz Reiner (CEO), Andreas Berndt, Andree Ohmstedt, Benedikt Schell, Marc Voss-Stadler

Die Rückmeldung der Mercedes Benz Bank, umfangreiche und sehr individuelle Anlagen, aber ein sehr schlecht lesbarer E-Mail-Text.

Auch bei der Privatbank SAL. Oppenheim haben wir eine Absage der Hamburger Niederlassung erhalten. Der Unterschied zur BHF Bank – der Brief war persönlich adressiert, individuell formuliert und die Absage nett verpackt.

Klassenbester bei der Kommunikation auf dem Postweg: Die Mercedes-Benz Bank. Eine schnelle Rückmeldung nach zwei Tagen, ein optisch ansprechendes Anschreiben und hochwertige umfangreiche Informationsmaterialien als Anlage.

Kommunikationskanal Telefon

Insgesamt war bei 22 der 46 getesteten Finanzdienstleister ein persönliches Beratungsgespräch möglich. Die durchschnittliche Wartezeit lag bei 24 Sekunden, im Vergleich zu anderen Branchen ein sehr guter Wert. Die Direktbanken und großen Finanzdienstleister setzen auf IVR-Lösungen, bei den Volksbanken, Sparkassen und Privatbanken geht ohne Umweg direkt ein Mensch ans Telefon. Bei den Sparkassen wird bei Nicht-Erreichen der jeweiligen Sparkasse eine automatische Umleitung in ein zentrales Call Center aktiviert. Bei den Privatbanken war es sehr schwierig einen Ansprechpartner sofort ans Telefon zu bekommen. Die Damen am Telefon waren immer sehr nett und kompetent, bei Neukunden wurde aber bei insgesamt sechs Gesprächen keine direkte Warmübergabe sondern ein Rückruf angeboten.

Bei den Direktbanken hatten unsere Tester sehr viele gute Gespräche. Sehr positiv im Test beispielsweise die Kundenberater bei

der Commerzbank, bei 1822direkt oder bei IngDiba. Hier haben unsere Tester sehr kompetente und extrem angenehme Gesprächspartner am Telefon gehabt. Bei der 1822direkt wurde beispielsweise auch PostIdent als Identifikationsverfahren verständlich und sehr ausführlich erklärt. Bei der Sparkasse Gütersloh wurden wir über die Zentrale direkt an einen freien Berater weiterverbunden, wir wurden freundlich abgeholt – aber darauf verwiesen, dass eine verbindliche Beratung am Telefon nicht möglich sei. Uns wurde aber sehr nett ein persönlicher Beratungstermin vor Ort angeboten.

Guter Eindruck

Der heimliche Sieger im Test – die Privatbank Sal. Oppenheim mit der Niederlassung Hamburg. Auch Sal. Oppenheim hat uns wie alle Privatbanken einen Rückruf angeboten. Nach wenigen Minuten klingelte unser Telefon. Unser Testkunde hat dem Gesprächspartner direkt und sehr offen die ihm zur Verfügung stehenden Mittel skizziert.

Für fast alle Privatbanken in Deutschland sind Privatkunden erst ab einem Anlagevolumen von ca. 500.000 Euro wirklich interessant, eine Konto- oder Depoteröffnung ist in der Regel erst ab mindestens 500.000 Euro Anlagevolumen möglich. Im Gespräch mit SAL. Oppenheim hat unser Testkunde einen Betrag genannt der weit unter dem genannten Schwellenwert von 500.000 Euro liegt. Trotzdem hat sich unser Ansprechpartner sehr viel Zeit genommen, es wurde äußerst freundlich und sehr wertschätzend kommuniziert. Das Ergebnis – die Privatbank SAL. Oppenheim kann un-

serem Testkunden im ersten Anlauf keine direkte Lösung anbieten. Unser Ansprechpartner hat aber trotzdem versprochen, dass er sich einmal Gedanken macht und sich dann wieder bei unserem potentiellen Neukunden meldet.

Kommunikationskanal E-Mail

Bei 17 der 26 getesteten Finanzdienstleister haben unsere Tester eine automatische Eingangsbestätigung erhalten, beispielsweise bei der comdirekt bank AG, der ING DiBa oder der Württembergische Versicherung AG (Wüstenrot).

Insgesamt haben wir von 21 der 26 getesteten Finanzdienstleister eine Rückmeldung per E-Mail innerhalb von 14 Tagen erhalten. Ähnlich wie in der Telefonie überzeugen die Finanzdienstleister auch hier durch Schnelligkeit: Über die Hälfte aller Rückmeldungen erfolgte innerhalb von 24 Stunden. Besonders schnell: Die Mercedes Benz Bank, die Commerzbank AG, die VTB Bank, die DKB Bank und die Comdirect Bank – bei allen Unternehmen erfolgte eine individuelle Rückmeldung innerhalb von 4 Stunden taggleich.

Textbausteine gehören dazu

Die Rückmeldungen sind zwar schon recht individuell, trotzdem ist bei vielen Anbietern der Einsatz von Textbausteinen klar zu erkennen. Bei den Briefrückläufern konnte die Mercedes Benz Bank bereits aufgrund von Schnelligkeit, der individuellen Ansprache und den mitgelieferten Informationspunkten. Auch bei der E-Mail-Kommuni-

kation hat die Bank mit dem Stern die Nase vorn: Die Rückmeldung erfolgte innerhalb von 2 Stunden, die angehängten Informationen waren sehr umfangreich, es wurde sogar ein persönliches Anschreiben für den Kunden erzeugt. Einziges Manko in diesem Fall: Das Layout der eigentlichen E-Mail war komplett zerschossen und nur sehr schwer für den Empfänger zu identifizieren.

Kundenservice im Netz

Alle 26 getesteten Finanzdienstleister verfügen über eine Webseite mit einer entsprechenden Darstellung der verfügbaren Finanzprodukte. Bei den sozialen Netzwerken haben wir nur bei 18 Unternehmen eine offizielle Präsenz entdeckt. Anbieter wie die Norisbank waren beispielsweise nicht bei Facebook & Co. zu finden.

Bei der Commerzbank, der Netbank oder der Mercedes-Benz Bank können Kunden direkt auf die Pinnwand posten, oder eine private Nachricht schicken. Bei der Deutschen Bank läuft alles etwas geschlossener – hier haben die Profilbesucher keine Möglichkeit einen Initialbeitrag auf der Firmenpinnwand zu hinterlassen, lediglich das Kommentieren von bestehenden Beiträgen ist erlaubt. Die Sparkasse Gütersloh scheint gerade ihre soziale Präsenz zu beziehen, hier haben die Tester während der Testphase immer wieder ein nur halb eingerichtetes Firmenprofil bei Facebook entdecken können.

Von den 26 Unternehmen konnte bei 22 Anbietern dem Leistungsportfolio direkt entnommen werden, dass Onlinebanking für die digitale Kontoführung zur Verfügung steht. In Deutschland kommen Kunden bei der Eröffnung von Konten nicht um eine gesetzlich vorgeschriebene Legitimation vorbei. Insbesondere die Direktbanken haben hier in den letzten Jahren fast ausschließlich das PostIdent-Verfahren der Deutschen Post AG als Legitimationsverfahren genutzt.

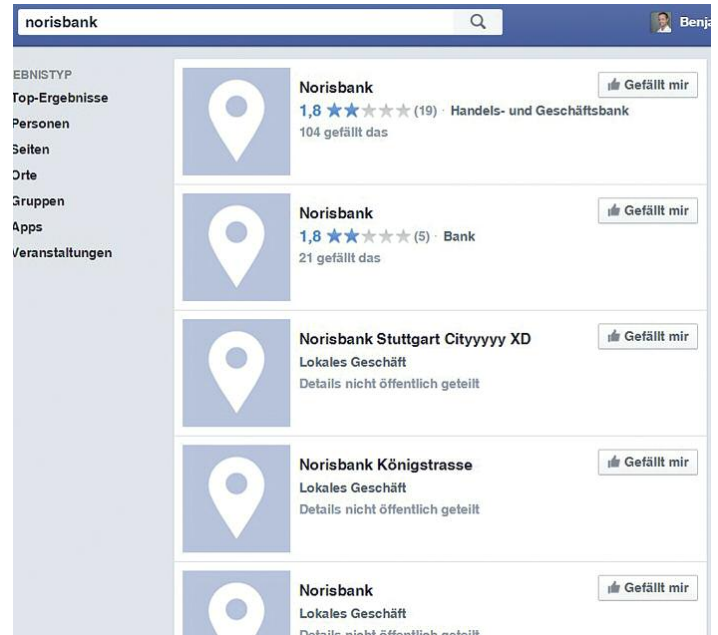
Auch hier haben sich bereits viele Anbieter an die veränderten Kundenbedürfnisse in der neuen digitalen Welt angepasst. Zahlreiche Finanzdienstleister haben in den letzten Monaten eine Legitimation über eine Videoverbindung als weitere Kundenserviceleistung in ihr Angebot aufgenommen. So können Neukunden direkt nach der Online-Kontoeröffnung das eingerichtete Konto oder Depot nutzen. Die Video-Legitimation dauert für den Kunden im Endeffekt nur wenige Minuten – das Ausdrucken der PostIdent-Coupons und der anschließende Gang in die Filiale entfällt für den Kunden.

Die Informationsbeschaffung auf den Webseiten ist in den meisten Fällen eher sehr mühsam, auch der Prozess für die Eröffnung eines Kontos ist bei dem einen oder anderen Anbieter nicht wirklich transparent für den Kunden aufgebaut. Hier haben viele Kreditinstitute deutlichen Nachholbedarf bezüglich Struktur und Aufbau der Webseiten, auch die bereitgestellten Inhalte sollten gelegentlich eine Überarbeitung erhalten.

Die Informationsbeschaffung auf den Webseiten ist in den meisten Fällen eher sehr mühsam, auch der Prozess für die Eröffnung eines Kontos ist bei dem einen oder anderen Anbieter nicht wirklich transparent für den Kunden aufgebaut. Hier haben viele Kreditinstitute deutlichen Nachholbedarf bezüglich Struktur und Aufbau der Webseiten, auch die bereitgestellten Inhalte sollten gelegentlich eine Überarbeitung erhalten.

Fazit

Die Finanzdienstleister haben im Vergleich zu anderen Branchen sehr kurze Reaktionszeiten. Besonders in der Telefonie oder per E-Mail müssen Kunden nicht lange warten. Die persönlichen Gespräche waren meistens sehr kundenorientiert, es wurden viele Informationen proaktiv vermittelt. Gerade die etablierten Kommunikationskanäle beherrschen die Finanzdienstleister sehr gut. Die Bestandsaufnahme in der neuen digitalen



Kunden suchen verzweifelt eine offizielle Präsenz der Norisbank bei Facebook.



Die halb eingerichtete Präsenz der Sparkasse Gütersloh bei Facebook.

Welt zeigt deutlich auf, dass die meisten Unternehmen hier noch deutliches Entwicklungspotential haben.

Benjamin Barnack



Benjamin Barnack ist Geschäftsführer bei D+S 360° Webservice.

Weitere Service-Checks finden Sie auf teletalk.de