

FOCUS

DAS MODERNE WIRTSCHAFTSMAGAZIN [www.money.de](http://www.money.de)  
**MONEY**



# **BANKEN TEST**

FOCUS-MONEY CityContest  
Privatkundenberatung

**2019**



CityContest

**Persönliche  
Beratung:** kaum  
ersetzbar, obwohl die  
digitale Kommunikation  
immer bedeutender wird

# DIE BESTE BERATUNG FÜR PRIVATE

FOCUS-MONEY lässt bundesweit  
jährlich Bankfilialen in mehr als 200  
Städten testen. Der umfangreiche  
Test trägt dem Trend zum modernen  
Multi-Kanal-Banking Rechnung

**W**enn dir das Leben Zitronen gibt, mach Limonade draus. Will sagen, egal was kommt, versuch stets, das Beste daraus zu machen. Das dachte sich wohl auch Walter Strohmaier und backte Pizza. Walter Strohmaier ist Vorstandschef der Sparkasse Niederbayern-Mitte und seit Anfang 2018 auch Bundesobmann der deutschen Sparkassen. Pizza zu backen ist offenkundig kein integraler Bestandteil der Stellenbeschreibung, sondern vielmehr Ausdruck seiner Art, das Beste aus allem zu machen. Oder treffender: Ausdruck seines Protests. Auf Grund der lang anhaltenden Niedrigzinsphase durch die Europäische Zentralbank, die auch 2019 anhalten wird, wird es für Banken und Sparkassen zunehmend schwieriger, am Geschäft mit der Hereinnahme und dem Ausleihen von Geld zu verdienen. Als wäre das nicht genug, gab es von EZB-Präsident Mario Draghi den Rat an die Bankiers, nicht zu meckern, sondern das Geschäftsmodell zu überdenken und die Ärmel hochzukrempeln. Zu viel für Walter Strohmaier. Auf seine Art setzte er das Gewünschte um, gewürzt mit einer ordentlichen Prise Sarkasmus. Die Sparkassen-Filiale am Theresienplatz in Straubing wurde zur Pizzeria; einziges Gericht auf der Karte: die Pizza Draghi.

**Check in mehr als 200 Städten und Kreisen.** Grundsätzlich können die Bankangestellten jedoch Ruhe bewahren. Einerseits übernehmen die Institute als Blutkreislauf der Wirtschaft eine buchstäblich lebensnotwendige Funktion. Andererseits haben deutsche Banken die Chance, durch eine hohe Beratungskompetenz und -qualität, egal ob im persönlichen Kontakt in der Filiale, am Telefon oder online von der Couch des Kunden aus, diesen Kunden zu überzeugen. Gelingt das den Instituten? FOCUS-MONEY will es auch dieses Mal wieder ganz genau wissen und führt gemeinsam mit dem Institut für Vermögensaufbau (IVA) den großen deutschen Bankentest durch, der die Tester in mehr als 200 Städte bringen wird. Nur auf diese Weise lassen sich fundierte Erkenntnisse auf Basis valider Daten gewinnen. Schließlich geht es nicht nur darum, zu erfahren, wie es um die Beratungsqualität in deutschen Metropolen bestellt ist. Genauso interessant ist die Frage nach dem Status quo in dünner besiedelten Gegenden. Sind Kunden dort in der viel zitierten Service-wüste Deutschland unterwegs? „Banken und Sparkassen haben ein wichtiges Unterscheidungskriterium, mit dem sie beim Kunden punkten können: den Service“, sagt das Institut für Vermögensaufbau.

**Alle Kanäle im Check.** Um die gestiegenen Anforderungen der Kunden an Service und Erreichbarkeit auf unterschiedlichen Zugangswegen valide im Test abfragen zu können, hatte das IVA bereits in der achten Auflage das Testdesign des CityContest zum Multi-Kanal-Check ausgeweitet. Da sich das modernisierte Test-Design bewährt hat, kommt es nun im laufenden Jahr erneut zur Anwendung. Dabei wollen die Tester wissen, wie es etwa um das Online-Kontaktangebot bestellt ist. Überzeugt der Internet-Auftritt durch hohe Nutzerfreundlichkeit? Sind die Mitarbeiter über verschiedene Kommunikationskanäle wie Telefon, E-Mail, Online-Chat und WhatsApp erreichbar? Wie schnell bekommen Kunden eine Antwort?

Genauso wichtig ist aber auch der Eindruck von der Filiale vor Ort. Kann auf Grund der räumlichen Gegeben-

heiten ein entsprechendes Maß an Diskretion gewährleistet werden? Ist ausreichend Informationsmaterial vorhanden? Das sind zentrale Fragen zum Service, die den Kernbereich, die Beratungsqualität, sinnvoll ergänzen und entscheidend erweitern. Hier können die Kreditinstitute zusätzlich punkten. Gut so, denn für Kunden ist Service ein wichtiger Aspekt, der häufig den Ausschlag bei der Entscheidung für oder gegen ein Institut geben kann.

Das fängt beim Erstkontakt bei der Suche nach einem neuen Bankhaus des Vertrauens an. Längst werden Kunden zwecks Terminvereinbarung zum Erstgespräch nicht mehr in der Filiale vor Ort vorstellig. Viel angenehmer, als sich nach den Öffnungszeiten der Geschäftsstellen zu richten, ist es für eine zunehmende Anzahl von Kunden, den Termin online oder per Telefonat zu vereinbaren. Die Unternehmensberatung Horvath & Partner stützt diese Beobachtung durch Umfrageergebnisse. Die Interviewer wollten wissen, wie sich die Art der Kundenberatung bis zum Jahr 2020 verändern wird. Dabei gaben 92 Prozent der Befragten an, dass die Bedeutung eines interaktiven Online-Chats „stark zunehmen“ wird. Ähnliches gilt für den Stellenwert sogenannter Robo-Advisors sowie der Videoberatung in der Filiale oder beim Kunden zu Hause. Eindeutig ist das Ergebnis auch für die persönliche Beratung in der Geschäftsstelle. Die Experten gehen davon aus, dass sie an Bedeutung einbüßen wird. Ähnlich bewertet die Entwicklung auch das IVA: „Die Banken müssen in der Nähe ihrer Kunden sein. Das bedeutet nicht nur eine geografische Nähe, sondern vielmehr sollten sie zum ständig verfügbaren Partner werden. Online-Banking-Anwendungen und zeitgemäße Kommunikationswege schaffen einen unschätzbaren Mehrwert.“

**Der Test im Detail.** Wie kommen die Tester zu ihren Ergebnissen? Und vor allem, wie sieht das perfekte Beratungsgespräch mit entsprechendem Service eigentlich aus? Vergeben werden Noten von Eins bis Fünf – also nach Schulnotensystem. Somit wäre die beste zu erreichende Zensur die Eins. Für die getesteten Banken und ihre Berater muss die Aufgabenstellung stets die gleiche sein, um Vergleichbarkeit herstellen zu können. Natürlich darf an dieser Stelle nicht zu viel verraten werden, mit welchem Kundenprofil sich die Mystery-Shopper auf den Weg gemacht haben. Nur so viel: Sie gaben vor, ein Neukunde auf der Suche nach einer neuen Hausbank mit umfassender Beratung zu sein. Auf Basis dieses allgemeinen Profils haben die Bankberater viele Ansatzpunkte für ein nachhaltiges Finanzkonzept.

Zwar lässt sich, wie erwähnt, nicht weiter auf das Kundenprofil eingehen, damit Tester nicht enttarnt werden, allerdings wird der Kriterienkatalog transparent dargestellt (siehe Kasten S. 4 „Kriterienkatalog“). So basiert die Gesamtnote auf nicht weniger als insgesamt 81 Fragen. Ihre Auswertung bildet ein genaues Bild darüber ab, wie sich der Bankberater gegenüber dem Kunden verhält, wie engagiert er ist, ob er die Wünsche des Kunden erkennt und Potenziale aufzeigt.

Dabei ist das Testdesign in zwei Kategorien unterteilt: Kundenberatung, die mit einer Gewichtung von 75 Prozent in die Gesamtnote eingeht, und Service, der für die übrigen 25 Prozent verantwortlich ist. Dabei gliedert sich

der Teil der Beratung in fünf Kategorien auf, die jeweils wiederum mit unterschiedlicher Gewichtung Einfluss auf die Note nehmen. „Vorbereitung“, „Atmosphäre und Interaktion“, „Kundengerechtigkeit“, „Sachgerechtigkeit“ und „Nachbereitung“ heißen die Kategorien der Kundenberatung. Im Bereich „Vorbereitung“ dreht es sich um die Kontaktaufnahme und die Gesprächsvorbereitung. Ein nicht zu unterschätzender Punkt in der Gesamtschau. Unter „Atmosphäre und Interaktion“ bewerten die Tester die Begrüßung, die Einbeziehung des Kunden sowie die Vorstellung von Berater und Institut. Selbstverständlich soll sich der Kunde wohlfühlen. Hierzu gehört nicht nur eine angenehme Gesprächsatmosphäre, sondern auch die Wahrung der Diskretion.

**Dem Kunden gerecht werden.** In der Kategorie „Kundengerechtigkeit“ stehen Punkte wie eine gründliche Bedarfsanalyse durch den Berater im Vordergrund. Ist dieser in der Lage, durch gezielte Fragen die finanzielle Situation des Kunden vollständig zu erfassen und bedarfsgerechte Vorschläge zu unterbreiten? Wie werden Lösungen vorgestellt? Ist der Berater kompetent, objektiv, stellt er den Kundennutzen heraus und dokumentiert das Gespräch? Diesen Fragen gehen die Tester in der Kategorie Sachgerechtigkeit auf den Grund. Zum Schluss steht eine angemessene Verabschiedung, die natürlich nicht nur mit einem Händeschütteln erledigt sein soll. „Nach dem Termin ist vor dem Termin. Berater sollten das Gespräch gewissenhaft nachbereiten, Kunden Vertragsunterlagen und Informationsmaterial mitgeben und bei offenen Fragen oder weiterem Beratungsbedarf einen Folgetermin anbieten. Das ist ein wichtiger Bestandteil einer nachhaltigen Beratung“, so das Institut weiter. Damit wäre die Beratungsqualität vollumfänglich abgedeckt.

Im Serviceaspekt, der zu 25 Prozent Einfluss auf die Note nimmt, werden drei Kategorien unterschieden: „Online-Kontaktangebot“, „Response-Leistung“ sowie der „Filialcheck“. Zugangsmöglichkeiten, Navigation und Nutzerfreundlichkeit sind die zentralen Themen im „Online-Kontaktangebot“. Hinter der „Response-Leistung“ verbirgt sich die Erreichbarkeit hinsichtlich der Kontaktwege Telefon, E-Mail und Chat inklusive WhatsApp. Beim „Filialcheck“ spielen Räumlichkeiten, deren Ausstattung und die Kontaktaufnahme die Hauptrollen. Pluspunkte können Filialen sammeln, die übersichtlich gestaltet sind, über ausreichend SB-Terminals wie Geldautomaten und Kontoauszugsdrucker verfügen und gut sortiertes, aktuelles Informationsmaterial bereithalten.

**Die perfekte Beratung.** Wie sieht nun das perfekte Beratungsgespräch aus? „Das Gespräch ist immer abhängig vom Kunden und seiner persönlichen Situation. Daher ist es wichtig, dass der Berater viel über seinen Kunden herausfindet und Fragen stellt. Der Berater sollte freundlich und kompetent durch das Gespräch führen, ohne dass es zum Verhör wird“, umreißt das IVA seine Vorstellung einer Ideallösung. Das leuchtet ein. Kennt der Berater die persönliche und finanzielle Situation des Kunden, ist dies die Basis für eine vertrauensvolle, ganzheitliche und bedarfsgerechte Beratung, in der Kunde und Berater gewinnen. ■

ARNO KONKEL



## KRITERIENKATALOG

### Was die Tester wissen wollten

Bei dem umfangreichen Check wird nach der Beantwortung von insgesamt 81 Fragen die Note ermittelt. Die prozentuale Verteilung der wichtigsten Punkte:

Oberkategorien	Gewichtung	Unterkategorien
<b>Privatkundenberatung (75%)</b>		
<b>Vorbereitung</b>	7,50%	Kontaktaufnahme
		Gesprächsvorbereitung
		Atmosphäre bei Erstkontakt
<b>Atmosphäre/Interaktion</b>	15,00%	Begrüßung
		Umgebung
		Einbezug des Kunden/Diskretion
		Vorstellung des Beraters
		Vorstellung der Bank
<b>Kundengerechtigkeit</b>	35,00%	Gesprächsatmosphäre
		Bedarfsanalyse
		Individualisierung
		Engagement
<b>Sachgerechtigkeit</b>	35,00%	Verständlichkeit
		Abschluss
		Visualisierung
		Fachliche Kompetenz
		Objektivität
		Erklärung
<b>Nachbereitung</b>	7,50%	Nutzerargumentation
		Dokumentation
		Initiierung Nachbereitung
<b>Service (25%)</b>		
<b>Online-Kontaktangebot</b>	30,00%	Verabschiedung
		Navigation/Usability
		Zugangsmöglichkeiten
<b>Response-Leistung</b>	50,00%	Zusatzangebote
		Telefon-Response/Erreichbarkeit
		E-Mail-Response/Erreichbarkeit
<b>Filialcheck</b>	20,00%	Chat-Response/Erreichbarkeit
		Räumlichkeiten/Wartezeiten
		Ausstattung
		Kontaktaufnahme

Quelle: IVA

Heidelberg

# Sauberer Auftakt

Die Sparkasse Heidelberg startet mit einem Doppelsieg ins Jahr: Sie gewinnt bei den CityContests Privat- und Geschäftskundenberatung



Preisträger. Michael Thomeier, Regionaldirektor Regionaldirektion Süd und Markus Fissl, Regionaldirektor Regionaldirektion Mitte

Privatkunden von Banken sind heutzutage kritischer und aufgeklärter als früher. Sie vergleichen nicht nur die Konditionen, sondern legen auch Wert auf eine individuelle und kompetente Beratung. Hier setzt die Sparkasse Heidelberg Maßstäbe: Sie setzt sich beim diesjährigen CityContest Privatkundenberatung in Heidelberg gegen die Konkurrenz durch. Damit ist der Sparkasse ein Doppelschlag gelungen: Denn sie triumphierte auch beim CityContest Geschäftskundenberatung – ein gelungener Start ins Jahr 2019.

**Zweigeteilter Test.** Für den CityContest machen sich sogenannte „Mystery Shopper“ des Instituts für Vermögensaufbau in München (IVA) in Zusammenarbeit mit FOCUS-MONEY auf die scheinbare Suche nach einer neuen Hausbank. Sie reisen dafür das ganze Jahr über in rund 200 Städte und nehmen vor Ort die Finanzinstitute genau unter die Lupe.

Doch längst nicht immer ist im modernen Bankgeschäft noch der persönliche Kontakt erforderlich. Das berücksichtigt der CityContest in der Kategorie Service. Hier überprüfen die Experten des IVA etwa Online-Kontaktmöglichkeiten oder die Resonanz einer Bank auf Kundenanfragen über Telefon, E-Mail und Chat.

**Ganzheitlicher Ansatz.** In Heidelberg verglichen die „Mystery Shopper“ die Beratungsqualität von insgesamt zehn Geldinstituten. Die Sparkasse Heidelberg legte in beiden Kategorien eine Top-Performance hin (s. Tabelle). Die guten Noten verdankt sie dabei vor allem ihren kompetenten und freundlichen Beratern.

Sie führten die vermeintlichen Neukunden wortgewandt durch das Gespräch. Nach einer ausführlichen Vorstellungsrunde widmeten sie sich direkt dem Wesentlichen: der wirtschaftlichen Ist-Situation der Mystery Shopper. Anhand dieser Angaben fanden sie umgehend ein passendes Girokonto. Außerdem er-

kannten die Betreuer den Handlungsbedarf im Bereich Altersvorsorge. Für den Folgetermin avisierten sie auf Kundenwunsch eine ausführliche Beratung zum Thema Geldanlage. Fazit: Höchste Fachkompetenz und kundengerechte Beratung – bei der Sparkasse Heidelberg sind Privatkunden an der besten Adresse. ■



Die Testkunden des Instituts für Vermögensaufbau (IVA) besuchten in Heidelberg zehn 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 insgesamt 81 Fragen, deren Ergebnisse zwei Oberkategorien zugeordnet wurden.

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

## CityContest Privatkundenberatung 2019 – Heidelberg

Bank	Beratung	Service	Gesamtnote*
Sparkasse Heidelberg	2,24	1,41	2,03
Heidelberger Volksbank eG	2,19	1,63	2,05
BBBank eG	2,46	2,31	2,42
Volksbank Kurpfalz eG	2,90	1,54	2,56
Deutsche Bank AG	2,83	1,81	2,58
HypoVereinsbank	2,91	1,82	2,63
Sparda-Bank Baden-Württemberg eG	2,97	1,89	2,70
Targobank AG & Co. KGaA	3,16	2,01	2,87
Commerzbank AG	3,02	2,82	2,97
Deutsche Postbank AG	3,25	2,30	3,01

\*Durchschnittswert aus den zwei Testkategorien, s. a. Seite 4