

Für Versicherungen ist es dagegen am herausforderndsten, ein passendes Testimonial zu finden. Der Assekuranz ordnen die Probanden vor allem die Tennisspielerin Andrea Petkovic (45 Prozent) zu, die freilich aufgrund eines 50-prozentigen Anteils von Menschen, denen sie unbekannt ist, eine im Vergleich zur Benchmark unterdurchschnittliche Werbewirkung aufweist. Daneben werden der Versicherungsbranche wiederum George Clooney (41 Prozent) sowie Maria Höfl-Riesch (40 Prozent) zugeordnet.

Banken haben es aus Kundensicht noch immer nicht geschafft, den durch die Finanzkrise 2007 ausgelösten Vertrauensverlust wieder vollständig auszugleichen.

### Deutsche Banken erfüllen Kundenerwartungen am besten

Zu diesem Ergebnis kommt der Consumer Banking Pace Index von Fis, für den rund 9 000 Bankkunden in neun Industrie- und

Schwellenländern befragt wurden, darunter 1 000 in Deutschland.

Deutsche Banken schneiden in der Studie in Sachen Vertrauen zwar im internationalen Vergleich als Erstplatzierte überdurchschnittlich gut ab. Doch auch hierzulande geben zwei Drittel der Befragten an, dass es Banken nicht gelingt, ihre Erwartungen zu erfüllen. Zu den zentralen Kritikpunkten der Kunden in Deutschland zählen versteckte und undurchsichtige Kosten bei Produkten, fehlende Verlässlichkeit, das Nichteinhalten gemachter Versprechungen sowie nicht ausreichend transparente Verträge. Außerdem zweifeln die Kunden an Datensicherheit und Sicherheit des Geldes im Allgemeinen.

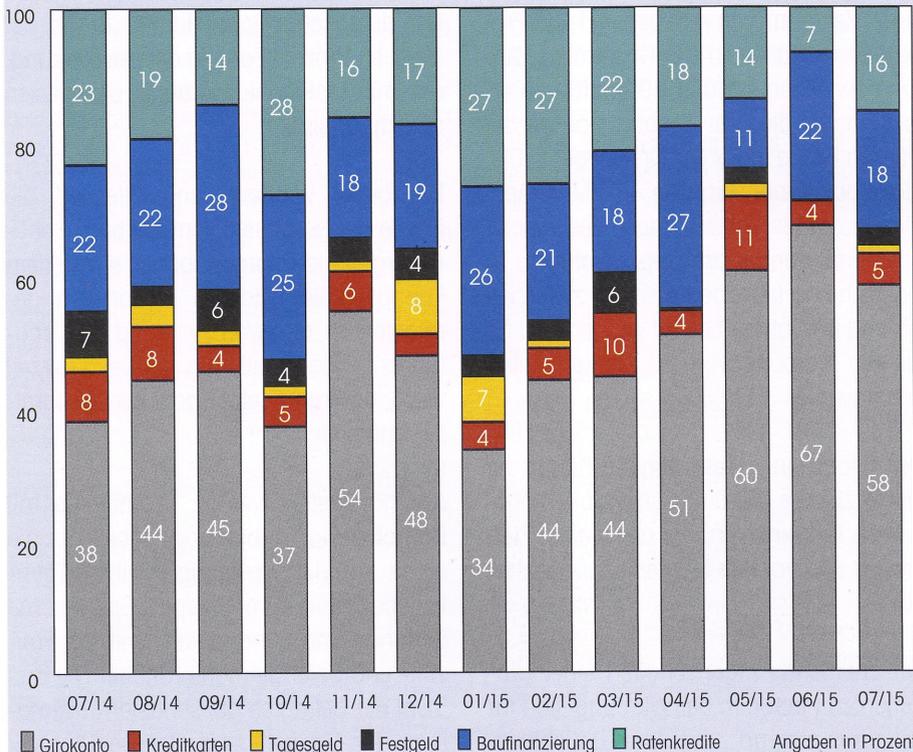
Überraschend positiv bewerten die Deutschen hingegen die digitalen Banking-Angebote. So ist es den deutschen Banken gelungen, die (im internationalen Bereich eher bescheidenen) Erwartungen im Bereich der mobilen Zahlungssysteme deutlich zu übertreffen. Ebenfalls sehr zufrieden sind die Kunden jedoch im Bereich Multi-Kanal. Hier wird das bestehende, umfassende und zeitlich flexible Serviceangebot von den Kunden sehr geschätzt.

Insgesamt schneiden Volksbanken und Sparkassen mit einem Indexwert von 90 (bei insgesamt 100) am besten ab. Größere und mittelgroße Banken folgen mit einem Indexwert von 83. Weltweit operierende Großbanken erhielten dagegen nur einen Indexwert von 80. Im Durchschnitt kommen deutsche Kunden auf einen Zufriedenheitswert von 83. Zum Vergleich: In den USA liegt der Wert bei 80, in Großbritannien, Frankreich und Kanada nur bei 79 beziehungsweise 76. Die Niederlande schnitten bei den untersuchten Industrieländern mit einem Zufriedenheitswert von 73 am schlechtesten ab. Noch schlechter sieht es in den Schwellenländern aus. Indische Bankkunden bewerteten ihre Institute mit 68, Brasilianer mit 64 von 100 Punkten. Am Ende des Rankings finden sich Banken aus Thailand mit nur 62 Punkten.

#### Bankmarketing

### Operative Marketingmaßnahmen nach Bankprodukten Juli 2015

Festgeld und Tagesgeld verharren auch im Juli 2015 auf niedrigem Niveau und finden in der Vermarktung nur im Suchmaschinenmarketing statt. Der Anteil des Girokontos hat – unter anderem bedingt durch ein Minus von rund vier Millionen Euro in der klassischen Werbung – gegenüber dem Vormonat nachgegeben.



Quelle: AdVision (Werbeausgaben) / research tools (Suchmaschinenanzeigen, Finanzportalpräsenz, Social Media/PR)