



Kundenurteil: Fairness von Autofinanzierern 2019

Wettbewerbsanalyse mit Detail-Auswertungen
für 24 Autofinanzierer



Eine Untersuchung in Kooperation mit



Studienflyer mit Bestellformular

Studiensteckbrief

Studienkonzept	FOCUS-MONEY und ServiceValue GmbH
Erhebungsmethode	Online-Befragung
Erhebungszeitraum	Januar 2019
Stichprobe	1.598 Kunden mit 1.925 Urteilen zu 24 Autofinanzierern (Bewertung von bis zu 2 Autofinanzierern, bei denen die Befragten in den letzten 36 Monaten Kunden waren)
Auswertung	<p>Umfassende Darstellung der Gesamtergebnisse</p> <p>Detailergebnisse für 24 Anbieter:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Alfa Romeo Bank • Audi Bank • BMW Bank • Citroen Bank • Commerzbank • Fiat Bank • Ford Bank • Honda Bank • ING • Mercedes-Benz Bank • MKG Bank • Nissan Bank • Norisbank • Opel Bank • Peugeot Bank • Postbank • Renault Bank • Santander Consumer Bank • Seat Bank • Skoda Bank • Sparkassen • Targobank • Volks- u./o. Raiffeisenbanken • Volkswagen Bank
Gesamtumfang	263 Seiten Chart-Berichtsband (PDF)

Studiendesign (I)

Gesamtaussagen	<ul style="list-style-type: none"> • Gesamtzufriedenheit • Kundenorientierung • Ruf und Image
Kundenbindung	<ul style="list-style-type: none"> • Emotionale Bindung • Loyalität • Weiterempfehlung
Faire Konditionen	<ul style="list-style-type: none"> • Günstige Konditionen • Attraktivität der Zinsen • Sondertilgungsmöglichkeiten • Preis-Leistungs-Verhältnis
Faire Kundenberatung	<ul style="list-style-type: none"> • Eingehen auf Kundenbedürfnisse • Auskunftsfähigkeit und -bereitschaft • Fachkompetenz • Aufklärung über Rahmenbedingungen vor Abschluss
Fairer Kundenservice	<ul style="list-style-type: none"> • Schnelle Bearbeitung des Finanzierungsantrages • Schnelle Finanzierungszusage • Hilfestellung bei Problemen (schnell und zuverlässig) • Erreichbarkeit von Mitarbeitern

Studiendesign (II)

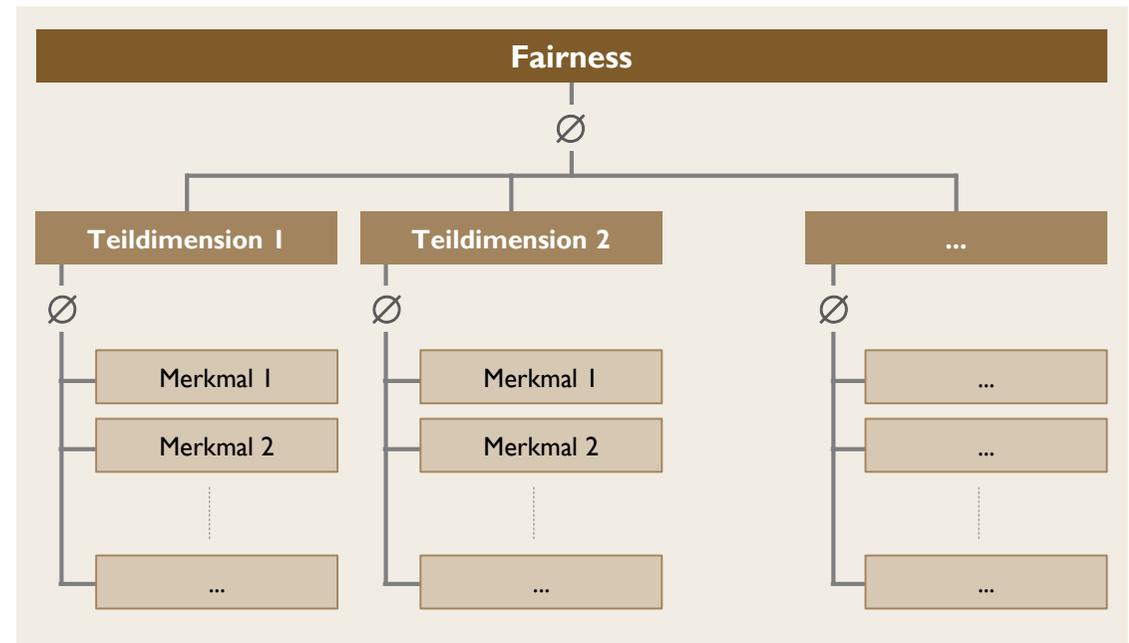
Faire Produktleistung	<ul style="list-style-type: none">• Transparenz der Produkte und Leistungen• Individuelle Finanzierungsangebote• Flexibilität bei Festlegung der Laufzeit• Flexibilität bei Festlegung der Anzahlungshöhe• Alternativen zur Ablösung der Schlussrate• Attraktive Komplettpakete
Faire Kundenkommunikation	<ul style="list-style-type: none">• Verbindlichkeit von Aussagen• Angemessener Informationsumfang• Informationsangebot auf der Website• Verständlichkeit der Vertragsunterlagen

Berechnungsmodell des Fairness-Rankings

Der Überbegriff „Fairness“ ist ein subjektives Konstrukt. Um dieses messbar zu machen, werden zunächst verschiedene Teildimensionen der Fairness bestimmt. Jede Teildimension selbst besteht aus mehreren konkreten Service- und Leistungsmerkmalen, die durch die Kunden bewertet werden.

Das Gesamtergebnis berechnet sich als ungewichteter Mittelwert aller Teildimensionen. Die Teildimensionen ergeben sich als ungewichteter Mittelwert aus den jeweiligen Service- und Leistungsmerkmalen (Bewertungskriterien).

Für die Auszeichnung auf Gesamtebene sowie auf den Teildimensionen gilt: Ein „gut“ erhalten alle Unternehmen, die einen überdurchschnittlichen Wert erzielt haben. Unternehmen, die wiederum über dem Durchschnitt der mit „gut“ bewerteten Unternehmen liegen, erhalten ein „sehr gut“.



Teildimensionen der Fairness von Autofinanzierern

Fairness

Faire Konditionen

- Günstige Konditionen
- Attraktivität der Zinsen
- Sondertilgungsmöglichkeiten
- Preis-Leistungs-Verhältnis

Faire Kundenberatung

- Eingehen auf Kundenbedürfnisse
- Auskunftsfähigkeit und -bereitschaft
- Fachkompetenz
- Aufklärung über Rahmenbedingungen vor Abschluss

Fairer Kundenservice

- Schnelle Bearbeitung des Finanzierungsantrages
- Schnelle Finanzierungszusage
- Hilfestellung bei Problemen (schnell und zuverlässig)
- Erreichbarkeit von Mitarbeitern

Faire Produktleistung

- Transparenz der Produkte und Leistungen
- Individuelle Finanzierungsangebote
- Flexibilität bei Festlegung der Laufzeit
- Flexibilität bei Festlegung der Anzahlungshöhe
- Alternativen zur Ablösung der Schlussrate
- Attraktive Komplettpakete

Faire Kundenkommunikation

- Verbindlichkeit von Aussagen
- Angemessener Informationsumfang
- Informationsangebot auf der Website
- Verständlichkeit der Vertragsunterlagen

FOCUS-MONEY Kundenurteil: Faire Autofinanzierer (I)

FAIRNESS	
sehr gut	ING
sehr gut	Nissan Bank
sehr gut	Norisbank
sehr gut	Renault Bank
sehr gut	Skoda Bank
sehr gut	Volkswagen Bank
gut	Audi Bank
gut	BMW Bank
gut	Citroen Bank
gut	Ford Bank
gut	MKG Bank
gut	Peugeot Bank
gut	Seat Bank
	Alfa Romeo Bank
	Commerzbank
	Fiat Bank
	Honda Bank
	Mercedes-Benz Bank
	Opel Bank
	Postbank
	Santander Consumer Bank
	Sparkassen
	Targobank
	Volks- u./o. Raiffeisenbanken

Faire Konditionen	
sehr gut	ING
sehr gut	Nissan Bank
sehr gut	Norisbank
sehr gut	Renault Bank
sehr gut	Seat Bank
sehr gut	Skoda Bank
gut	Audi Bank
gut	BMW Bank
gut	Citroen Bank
gut	Ford Bank
gut	MKG Bank
gut	Peugeot Bank
gut	Volkswagen Bank
	Alfa Romeo Bank
	Commerzbank
	Fiat Bank
	Honda Bank
	Mercedes-Benz Bank
	Opel Bank
	Postbank
	Santander Consumer Bank
	Sparkassen
	Targobank
	Volks- u./o. Raiffeisenbanken

Faire Kundenberatung	
sehr gut	BMW Bank
sehr gut	Nissan Bank
sehr gut	Norisbank
sehr gut	Renault Bank
sehr gut	Skoda Bank
sehr gut	Volks- u./o. Raiffeisenbanken
sehr gut	Volkswagen Bank
gut	Audi Bank
gut	Citroen Bank
gut	ING
gut	MKG Bank
gut	Peugeot Bank
gut	Sparkassen
	Alfa Romeo Bank
	Commerzbank
	Fiat Bank
	Ford Bank
	Honda Bank
	Mercedes-Benz Bank
	Opel Bank
	Postbank
	Santander Consumer Bank
	Seat Bank
	Targobank

Die Sortierung der Anbieter innerhalb der Kategorien erfolgt in alphabetischer Reihenfolge.

FOCUS-MONEY Kundenurteil: Faire Autofinanzierer (II)

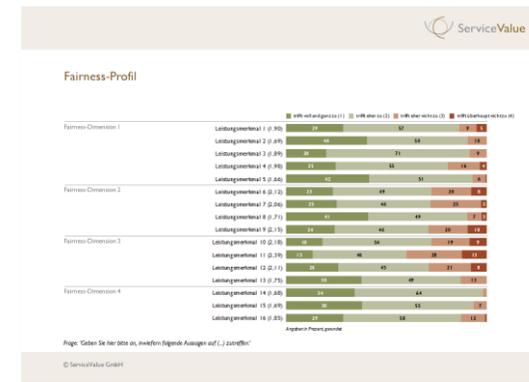
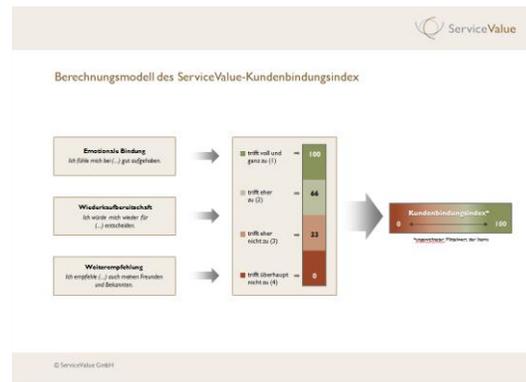
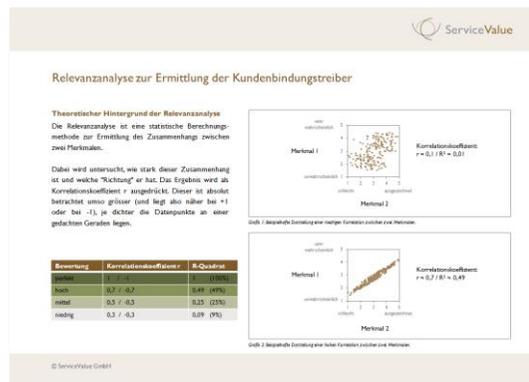
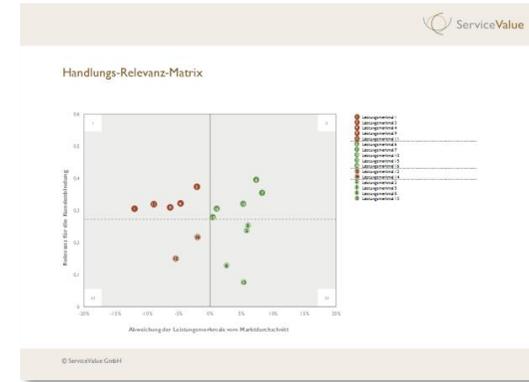
Fairer Kundenservice	
sehr gut	Audi Bank
sehr gut	Ford Bank
sehr gut	ING
sehr gut	Nissan Bank
sehr gut	Renault Bank
sehr gut	Skoda Bank
sehr gut	Volkswagen Bank
gut	BMW Bank
gut	Citroen Bank
gut	Mercedes-Benz Bank
gut	MKG Bank
gut	Norisbank
gut	Opel Bank
gut	Peugeot Bank
gut	Santander Consumer Bank
gut	Seat Bank
	Alfa Romeo Bank
	Commerzbank
	Fiat Bank
	Honda Bank
	Postbank
	Sparkassen
	Targobank
	Volks- u./o. Raiffeisenbanken

Faire Produktleistung	
sehr gut	Nissan Bank
sehr gut	Norisbank
sehr gut	Renault Bank
sehr gut	Seat Bank
sehr gut	Skoda Bank
sehr gut	Volkswagen Bank
gut	Audi Bank
gut	BMW Bank
gut	Ford Bank
gut	ING
gut	MKG Bank
gut	Opel Bank
gut	Peugeot Bank
	Alfa Romeo Bank
	Citroen Bank
	Commerzbank
	Fiat Bank
	Honda Bank
	Mercedes-Benz Bank
	Postbank
	Santander Consumer Bank
	Sparkassen
	Targobank
	Volks- u./o. Raiffeisenbanken

Faire Kundenkommunikation	
sehr gut	BMW Bank
sehr gut	ING
sehr gut	Nissan Bank
sehr gut	Norisbank
sehr gut	Peugeot Bank
sehr gut	Renault Bank
sehr gut	Seat Bank
sehr gut	Skoda Bank
sehr gut	Volkswagen Bank
gut	Audi Bank
gut	Citroen Bank
gut	Ford Bank
gut	Mercedes-Benz Bank
gut	MKG Bank
gut	Sparkassen
gut	Volks- u./o. Raiffeisenbanken
	Alfa Romeo Bank
	Commerzbank
	Fiat Bank
	Honda Bank
	Opel Bank
	Postbank
	Santander Consumer Bank
	Targobank

Die Sortierung der Anbieter innerhalb der Kategorien erfolgt in alphabetischer Reihenfolge.

Informationen werden anschaulich aufbereitet ...



Anonymisierte Musterfolien

... und liefern Antworten auf Ihre Fragen. Im Folgenden finden Sie einige Beispiele.

Ihre Fragen – unsere Antworten (I)



- Welche Stärken und Schwächen weisen die einzelnen Anbieter auf?
- Auf welche Handlungsfelder sollten die einzelnen Anbieter hohe Aufmerksamkeit in der Optimierung richten?

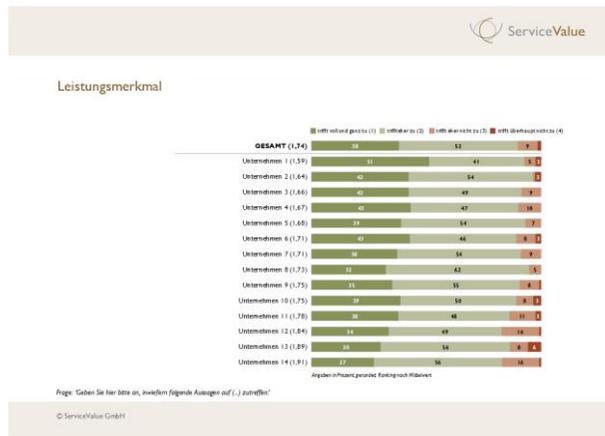
⇒ Klare Handlungsorientierung durch Handlungs-Relevanz-Matrix für jeden Anbieter



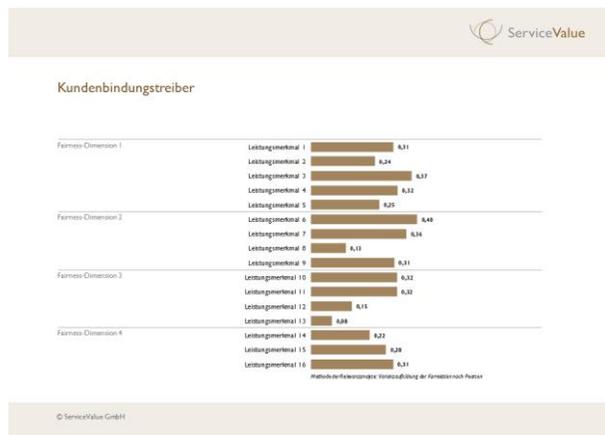
- Bei welchen Service- und Leistungsattributen ist ein Anbieter besser / schlechter als der Gesamtmarkt?

⇒ Serviceprofil im Marktvergleich für jeden Anbieter

Ihre Fragen – unsere Antworten (II)



- Welcher Wettbewerber schneidet bei welchem Leistungsmerkmal besser oder schlechter ab?
- ⇒ Darstellung aller Leistungsmerkmale mit Ranking der Anbieter



- Welche Leistungen haben die höchste Bedeutung für die Kundenbindung?
- ⇒ Kundenbindung als Key Performance Indicator der Dimensionen Emotionale Bindung, Treue, Loyalität und Weiterempfehlung
- ⇒ Relevanzanalytische Berechnung und Darstellung für jeden Anbieter

Studienbestellung per E-Mail an Bestellung@ServiceValue.de
 oder per FAX an +49 (0)221. 67 78 67 – 19

Bestellung

- Benchmarkstudie** „Kundenurteil: Fairness von Autofinanzierern 2019“ (Einzelexemplar, 263 Seiten, PDF)
zum Preis von 3.900,- € netto
- Ergebnispräsentation und Analysegespräch vor Ort** inkl. Überlassung der Präsentations-Datei (PPT)
zum Preis von 2.900,-€ netto, zzgl. anfallender Reisekosten
- Vorteilsangebot**
Benchmarkstudie „Kundenurteil: Fairness von Autofinanzierern 2019“ (Einzelexemplar, 263 Seiten, PDF)
und Ergebnispräsentation sowie Analysegespräch vor Ort zum Preis von 5.800,- € netto, zzgl. anfallender Reisekosten

Kontaktdaten (Versand- sowie Rechnungsadresse)

Unternehmen	Name, Vorname	Abteilung / Position
E-Mail (wichtig für den Versand der Dateien)	Telefon	Telefax
Adresse (Str. / PLZ / Ort)		
Rechnungsanschrift (wenn abweichend von Adresse)		Ihre Auftragsnummer, Kostenstelle (zur Rechnungs-Ergänzung)
Ort, Datum	Unterschrift	Stempel

Impressum / Kontakt

Herausgeber

ServiceValue GmbH
Dürener Str. 34I
50935 Köln

Tel +49.(0)221.67 78 67 - 0
Fax +49.(0)221.67 78 67 - 99
www.ServiceValue.de
Info@ServiceValue.de

Disclaimer: Die ServiceValue GmbH macht darauf aufmerksam, dass die Ergebnisse der Studie mit höchster Sorgfalt auf der Basis von Kundenäußerungen ermittelt wurden. Dennoch sind die Ergebnisse keine unumstößliche Tatsache oder sollten als alleinige Empfehlung verstanden werden, einzelne Geschäftsaktivitäten zu initiieren oder aufzugeben.

Diese Studie ist einschließlich aller Bestandteile urheberrechtlich geschützt. Eine Weitergabe an Dritte, z.B. eine Tochtergesellschaft, oder mit dem Studienbezieher in wirtschaftlicher Beziehung stehende Dritte, ist nicht gestattet. Verwertungen, die nicht ausdrücklich gemäß den Bestimmungen des Urheberrechts zugelassen sind, bedürfen der vorherigen schriftlichen Zustimmung der Herausgeber. Insbesondere gilt dies für Bearbeitungen, Vervielfältigungen, Übersetzungen, die elektronische Speicherung und Verarbeitung sowie die Verwendung im Rahmen von Unternehmensanalysen und -bewertungen (Ratings/Zertifizierungen) oder Beratungsleistungen durch Dritte, die nicht der ServiceValue GmbH oder mit ihr verbundenen Unternehmen angehören.

Titelbild: © dobrinya / M. Schuppich – Fotolia.com

“Our business is value development
by service excellence.”

ServiceValue GmbH

Dürener Straße 341

50935 Köln

Tel +49.(0)221.67 78 67 - 0

Fax +49.(0)221.67 78 67 - 99

Info@ServiceValue.de

www.ServiceValue.de