



ServiceAtlas Mittelstandsbanken 2021

Wettbewerbsanalyse zur
Unternehmensorientierung

Mit Detail-Auswertungen für 26 Mittelstandsbanken

Studienflyer und Bestellformular

Studiensteckbrief

Studienkonzept	ServiceValue GmbH
Erhebungsmethode	Online-Befragung
Erhebungszeitraum	Januar / Februar 2021
Stichprobe	1.423 Befragte, die im Zuge ihrer beruflichen Tätigkeit Kontakt zur Geschäftsbank ihres Unternehmens haben
Auswertung	<p>Umfassende Darstellung der Gesamtergebnisse</p> <p><u>Detailergebnisse für 26 Mittelstandsbanken:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Berliner Sparkasse • Berliner Volksbank • Commerzbank • Deutsche Bank • Die Sparkasse Bremen • Dortmunder Volksbank • Frankfurter Sparkasse (Fraspa) • Frankfurter Volksbank • Hamburger Sparkasse (Haspa) • Kreissparkasse Köln • Mainzer Volksbank • Nassauische Sparkasse • Ostsächsische Sparkasse Dresden • Postbank • Sparda-Bank Baden-Württemberg • Sparda-Bank Berlin • Sparda-Bank Hessen • Sparda-Bank München • Sparda-Bank Südwest • Sparda-Bank West • Sparkasse Hannover • Sparkasse KölnBonn • Stadtparkasse Düsseldorf • Stadtparkasse München • Unicredit / HypoVereinsbank • Volksbank Mittelhessen
Gesamtumfang	304 Seiten Chart-Berichtsband (PDF)

Studiendesign (I)

Gesamtaussagen	<ul style="list-style-type: none"> • Gesamtzufriedenheit • Unternehmensorientierung • Ruf und Image als Mittelstandsbank
Kundenbindung	<ul style="list-style-type: none"> • Emotionale Bindung • Treue • Loyalität • Weiterempfehlung
Produkte	<ul style="list-style-type: none"> • Produktqualität • Passgenauigkeit der Produkte und Leistungen • Flexibilität der Produkte und Leistungen • Unterstützung bei Auslandsgeschäften • Lösungen zur Liquiditätsoptimierung • Cash Management-Lösungen • Konzepte für die betriebliche und private Altersvorsorge • Ganzheitliche Lösungen für geschäftliche und private Finanzangelegenheiten
Beratung	<ul style="list-style-type: none"> • Fachkompetenz der Berater • Entscheidungskompetenz der Berater • Engagement der Berater • Verständlichkeit der Beratung • Eingehen auf Unternehmensbedürfnisse • Branchenkenntnisse der Berater • Aufzeigen von Fördermöglichkeiten • Angemessener Informationsumfang • Berücksichtigung der individuellen Unternehmenssituation beim Rating • Berücksichtigung unternehmensspezifischer Anforderungen bei der Kreditlinie

Studiendesign (II)

<p>Kundenservice</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Einfaches Online-Banking • Übersichtlichkeit der Website • Verbindlichkeit von Serviceversprechen • Feste Ansprechpartner • Unterstützung bei Nachfolgeregelung • Existenzgründungsberatung • Proaktive Information über wirtschaftliche und rechtliche Veränderungen • Belohnung von Kundentreue
<p>Kommunikation</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Bereitstellung unternehmensspezifischer Beratungsunterlagen • Erreichbarkeit von Mitarbeitern • Reaktionszeit bei Anfragen • Partnerschaftliche Kommunikation
<p>Preis-Leistungs-Verhältnis</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Preis-Leistungs-Verhältnis • Preistransparenz • Kontoführungsgebühren • Verzinsung von Geldanlagen • Kontokorrent- und Kreditzinsen

Leistungskategorien und Bewertungskriterien

Unternehmensorientierung

Produkte

- Produktqualität
- Passgenauigkeit der Produkte und Leistungen
- Flexibilität der Produkte und Leistungen
- Unterstützung bei Auslandsgeschäften
- Lösungen zur Liquiditätsoptimierung
- Cash Management-Lösungen
- Konzepte für die betriebliche und private Altersvorsorge
- Ganzheitliche Lösungen für geschäftliche und private Finanzangelegenheiten

Beratung

- Fachkompetenz der Berater
- Entscheidungskompetenz der Berater
- Engagement der Berater
- Verständlichkeit der Beratung
- Eingehen auf Unternehmensbedürfnisse
- Branchenkenntnisse der Berater
- Aufzeigen von Fördermöglichkeiten
- Angemessener Informationsumfang
- Berücksichtigung der individuellen Unternehmenssituation beim Rating
- Berücksichtigung unternehmensspezifischer Anforderungen bei der Kreditlinie

Kundenservice

- Einfaches Online-Banking
- Übersichtlichkeit der Website
- Verbindlichkeit von Serviceversprechen
- Feste Ansprechpartner
- Unterstützung bei Nachfolgeregelung
- Existenzgründungsberatung
- Proaktive Information über wirtschaftliche und rechtliche Veränderungen
- Belohnung von Kundentreue

Kommunikation

- Bereitstellung unternehmensspezifischer Beratungsunterlagen
- Erreichbarkeit von Mitarbeitern
- Reaktionszeit bei Anfragen
- Partnerschaftliche Kommunikation

Preis-Leistungs-Verhältnis

- Preis-Leistungs-Verhältnis
- Preistransparenz
- Kontoführungsgebühren
- Verzinsung von Geldanlagen
- Kontokorrent- und Kreditzinsen

Auszeichnung Mittelstandsbanken (I)

GESAMTURTEIL	
sehr gut	Commerzbank
sehr gut	Berliner Sparkasse
sehr gut	Die Sparkasse Bremen
sehr gut	Stadtsparkasse München
sehr gut	Frankfurter Sparkasse (Fraspa)
sehr gut	Sparda-Bank München
sehr gut	Mainzer Volksbank
gut	Sparkasse Hannover
gut	Dortmunder Volksbank
gut	Unicredit / HypoVereinsbank
gut	Berliner Volksbank
gut	Kreissparkasse Köln
gut	Sparda-Bank West
gut	Ostsächsische Sparkasse Dresden
	Hamburger Sparkasse (Haspa)
	Deutsche Bank
	Sparda-Bank Hessen
	Sparkasse KölnBonn
	Stadtsparkasse Düsseldorf
	Sparda-Bank Berlin
	Volksbank Mittelhessen
	Frankfurter Volksbank
	Sparda-Bank Südwest
	Nassauische Sparkasse
	Sparda-Bank Baden-Württemberg
	Postbank

Produkte	
sehr gut	Commerzbank
sehr gut	Berliner Sparkasse
sehr gut	Die Sparkasse Bremen
sehr gut	Frankfurter Sparkasse (Fraspa)
sehr gut	Sparda-Bank München
sehr gut	Stadtsparkasse München
gut	Sparkasse Hannover
gut	Mainzer Volksbank
gut	Dortmunder Volksbank
gut	Ostsächsische Sparkasse Dresden
gut	Stadtsparkasse Düsseldorf
gut	Unicredit / HypoVereinsbank
gut	Sparkasse KölnBonn
gut	Sparda-Bank West
	Hamburger Sparkasse (Haspa)
	Berliner Volksbank
	Deutsche Bank
	Sparda-Bank Berlin
	Frankfurter Volksbank
	Nassauische Sparkasse
	Kreissparkasse Köln
	Sparda-Bank Hessen
	Sparda-Bank Südwest
	Sparda-Bank Baden-Württemberg
	Volksbank Mittelhessen
	Postbank

Beratung	
sehr gut	Stadtsparkasse München
sehr gut	Berliner Sparkasse
sehr gut	Commerzbank
sehr gut	Die Sparkasse Bremen
sehr gut	Frankfurter Sparkasse (Fraspa)
sehr gut	Sparkasse Hannover
gut	Ostsächsische Sparkasse Dresden
gut	Sparda-Bank München
gut	Unicredit / HypoVereinsbank
gut	Mainzer Volksbank
gut	Dortmunder Volksbank
gut	Sparda-Bank West
gut	Deutsche Bank
gut	Berliner Volksbank
	Kreissparkasse Köln
	Sparda-Bank Hessen
	Stadtsparkasse Düsseldorf
	Sparda-Bank Berlin
	Hamburger Sparkasse (Haspa)
	Sparkasse KölnBonn
	Volksbank Mittelhessen
	Frankfurter Volksbank
	Sparda-Bank Südwest
	Postbank
	Sparda-Bank Baden-Württemberg
	Nassauische Sparkasse

Das Gesamtergebnis berechnet sich als ungewichteter Mittelwert aller Teildimensionen. Die Teildimensionen ergeben sich als ungewichteter Mittelwert aus den jeweiligen Bewertungskriterien, die am Anfang dieses Kapitels dargestellt sind. Die Auszeichnung „gut“ erhalten alle Unternehmen, die über dem Mittelwert liegen. Unternehmen, die wiederum über dem Durchschnitt der mit „gut“ bewerteten Unternehmen liegen, erhalten ein „sehr gut“.

Auszeichnung Mittelstandsbanken (II)

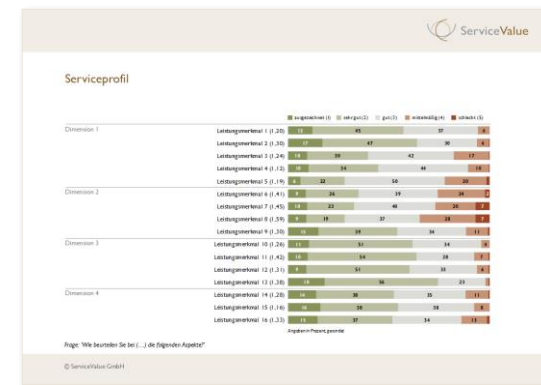
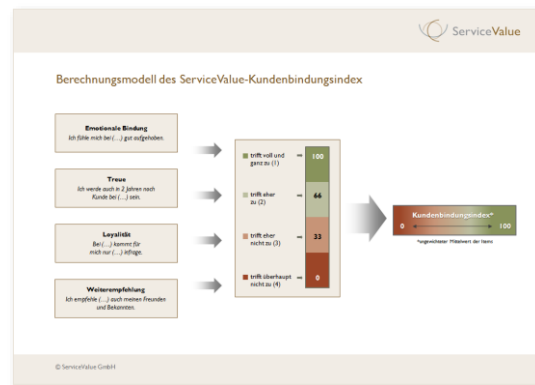
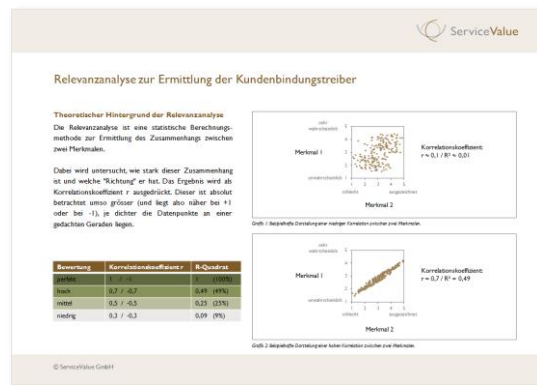
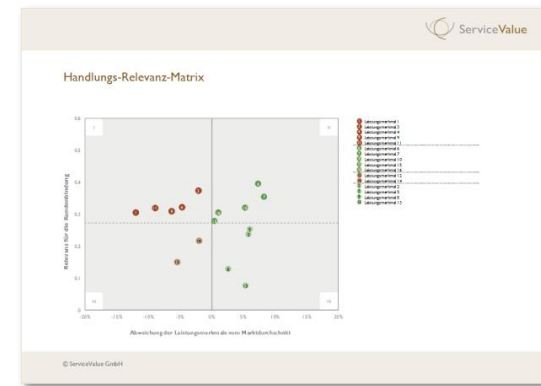
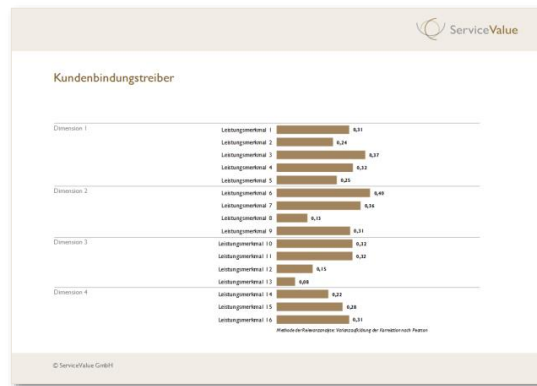
Kundenservice	
sehr gut	Commerzbank
sehr gut	Berliner Sparkasse
sehr gut	Stadtsparkasse München
sehr gut	Die Sparkasse Bremen
sehr gut	Sparda-Bank München
sehr gut	Sparkasse Hannover
sehr gut	Frankfurter Sparkasse (Fraspa)
gut	Kreissparkasse Köln
gut	Unicredit / HypoVereinsbank
gut	Mainzer Volksbank
gut	Berliner Volksbank
gut	Ostsächsische Sparkasse Dresden
gut	Hamburger Sparkasse (Haspa)
	Deutsche Bank
	Sparda-Bank West
	Frankfurter Volksbank
	Sparkasse KölnBonn
	Stadtsparkasse Düsseldorf
	Volksbank Mittelhessen
	Sparda-Bank Berlin
	Sparda-Bank Hessen
	Dortmunder Volksbank
	Sparda-Bank Baden-Württemberg
	Nassauische Sparkasse
	Postbank
	Sparda-Bank Südwest

Kommunikation	
sehr gut	Stadtsparkasse München
sehr gut	Berliner Sparkasse
sehr gut	Die Sparkasse Bremen
sehr gut	Commerzbank
sehr gut	Unicredit / HypoVereinsbank
sehr gut	Mainzer Volksbank
sehr gut	Sparda-Bank München
gut	Dortmunder Volksbank
gut	Frankfurter Sparkasse (Fraspa)
gut	Hamburger Sparkasse (Haspa)
gut	Sparkasse Hannover
gut	Kreissparkasse Köln
gut	Ostsächsische Sparkasse Dresden
gut	Berliner Volksbank
	Deutsche Bank
	Volksbank Mittelhessen
	Sparda-Bank Berlin
	Sparda-Bank West
	Sparda-Bank Hessen
	Sparkasse KölnBonn
	Stadtsparkasse Düsseldorf
	Sparda-Bank Südwest
	Frankfurter Volksbank
	Nassauische Sparkasse
	Sparda-Bank Baden-Württemberg
	Postbank

Preis-Leistungs-Verhältnis	
sehr gut	Commerzbank
sehr gut	Die Sparkasse Bremen
sehr gut	Berliner Sparkasse
sehr gut	Mainzer Volksbank
sehr gut	Dortmunder Volksbank
sehr gut	Stadtsparkasse München
gut	Berliner Volksbank
gut	Frankfurter Sparkasse (Fraspa)
gut	Sparda-Bank West
gut	Kreissparkasse Köln
gut	Sparda-Bank München
gut	Sparkasse Hannover
gut	Sparda-Bank Hessen
	Sparda-Bank Südwest
	Nassauische Sparkasse
	Deutsche Bank
	Unicredit / HypoVereinsbank
	Hamburger Sparkasse (Haspa)
	Sparda-Bank Baden-Württemberg
	Volksbank Mittelhessen
	Ostsächsische Sparkasse Dresden
	Sparda-Bank Berlin
	Sparkasse KölnBonn
	Frankfurter Volksbank
	Postbank
	Stadtsparkasse Düsseldorf

Das Gesamtergebnis berechnet sich als ungewichteter Mittelwert aller Teildimensionen. Die Teildimensionen ergeben sich als ungewichteter Mittelwert aus den jeweiligen Bewertungskriterien, die am Anfang dieses Kapitels dargestellt sind. Die Auszeichnung „gut“ erhalten alle Unternehmen, die über dem Mittelwert liegen. Unternehmen, die wiederum über dem Durchschnitt der mit „gut“ bewerteten Unternehmen liegen, erhalten ein „sehr gut“.

Informationen werden anschaulich aufbereitet ...



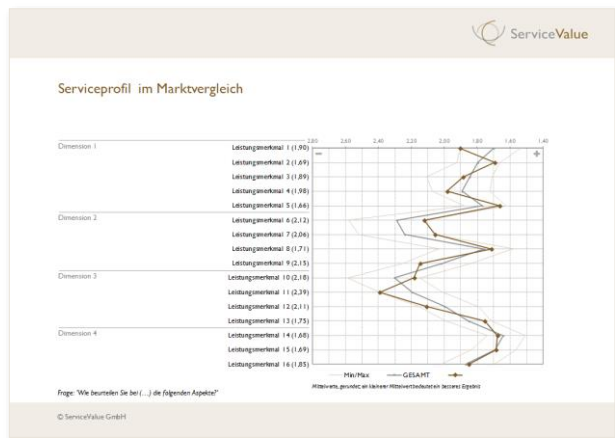
Anonymisierte Musterfolien

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

Ihre Fragen – unsere Antworten (I)

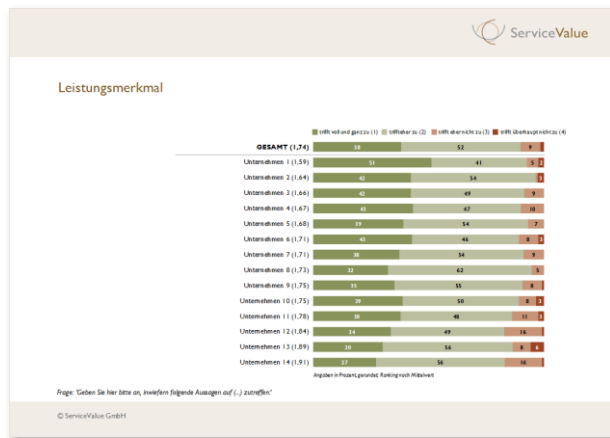


- Welche Stärken und Schwächen weisen die einzelnen Anbieter auf?
 - Auf welche Handlungsfelder sollten die einzelnen Anbieter hohe Aufmerksamkeit in der Optimierung richten?
- ⇒ Klare Handlungsorientierung durch Handlungs-Relevanz-Matrix für jeden Anbieter



- 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

- Gütesiegel für Marketingzwecke**
 (Basis für die auf dem Siegel aufzuführenden Kriterien ist der Studienflyer – ServiceAtlas Mittelstandsbanken 2021.
 Die Bezugsberechtigung und Lizenzgebühr werden individuell geprüft und das Gütesiegel entsprechend angefertigt.)
- Ergebnispräsentation und Analysegespräch vor Ort** inkl. Überlassung der Präsentations-Datei
 zum Preis von 2.900,-€ netto, zzgl. anfallender Reisekosten
- ServiceAtlas Mittelstandsbanken 2021 - Wettbewerbsanalyse zur Kundenorientierung (304 Seiten, PDF)**
 zum Preis von 5.900,- € netto
- Vorteilsangebot** ServiceAtlas Mittelstandsbanken 2021 (304 Seiten, PDF) sowie Ergebnispräsentation und Analysegespräch
 vor Ort zum Preis von 7.800,- € netto, zzgl. anfallender Reisekosten

Kontaktdaten (Versand- und 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

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: © onlyyouqj – Fotolia.com

“Our business is value development
by service excellence.”

ServiceValue GmbH

Dürener Straße 341
50935 Köln
www.ServiceValue.de