



ServiceAtlas Banken 2025

Wettbewerbsanalyse zur Kundenorientierung
von Filial- und Direktbanken

Mit Detail-Auswertungen für 12 Filial- und 15 Direktbanken

Studienflyer und Bestellformular

Studiensteckbrief

Studienkonzept	ServiceValue GmbH		
Erhebungsmethode	Online-Befragung		
Erhebungszeitraum	August 2025		
Stichprobe	n = 2.033 Befragte mit 2.914 Urteilen zu 12 Filial- und 15 Direktbanken (Bewertung von bis zu drei Unternehmen, bei denen die Befragten in den letzten 12 Monaten Kunde waren)		
Auswertung	<p>Umfassende Darstellung der Gesamtergebnisse</p> <p>Detailergebnisse für 12 Filial- und 15 Direktbanken:</p> <table border="0"> <tr> <td style="vertical-align: top;"> <p><u>Filialbanken:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • apoBank • BBBank • Commerzbank • Deutsche Bank • HypoVereinsbank • Postbank • PSD Banken • Santander • Sparda-Banken • Sparkassen • TARGOBANK • Volks- u./o. Raiffeisenbanken </td> <td style="vertical-align: top; padding-left: 20px;"> <p><u>Direktbanken:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • 1822Direkt • comdirect • Consorsbank • Deutsche Skatbank • DKB - Deutsche Kreditbank • EthikBank • GLS Bank • Hanseatic Bank • ING • N26 • norisbank • Openbank • Triodos Bank • UmweltBank • Volkswagen Bank </td> </tr> </table>	<p><u>Filialbanken:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • apoBank • BBBank • Commerzbank • Deutsche Bank • HypoVereinsbank • Postbank • PSD Banken • Santander • Sparda-Banken • Sparkassen • TARGOBANK • Volks- u./o. Raiffeisenbanken 	<p><u>Direktbanken:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • 1822Direkt • comdirect • Consorsbank • Deutsche Skatbank • DKB - Deutsche Kreditbank • EthikBank • GLS Bank • Hanseatic Bank • ING • N26 • norisbank • Openbank • Triodos Bank • UmweltBank • Volkswagen Bank
<p><u>Filialbanken:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • apoBank • BBBank • Commerzbank • Deutsche Bank • HypoVereinsbank • Postbank • PSD Banken • Santander • Sparda-Banken • Sparkassen • TARGOBANK • Volks- u./o. Raiffeisenbanken 	<p><u>Direktbanken:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • 1822Direkt • comdirect • Consorsbank • Deutsche Skatbank • DKB - Deutsche Kreditbank • EthikBank • GLS Bank • Hanseatic Bank • ING • N26 • norisbank • Openbank • Triodos Bank • UmweltBank • Volkswagen Bank 		
Gesamtumfang	297 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 • Treue • Loyalität • Weiterempfehlung
Leistung	<ul style="list-style-type: none"> • Qualität von Produkten / Leistungen • Qualität der Anliegenbearbeitung • Eingehen auf Kundenbedürfnisse • Beratungsqualität • Angebotsvielfalt • Online-Banking • Möglichkeit der Bargeldversorgung • Angebotene (Service-)Zusatzleistungen
Nachhaltige Kundenorientierung	<ul style="list-style-type: none"> • Regelmäßige Überprüfung von Anlagen u./o. Krediten • Belohnung von Kundentreue • Umgang mit Beschwerden / Reklamationen
Preis-Leistungs-Verhältnis	<ul style="list-style-type: none"> • Höhe der Gebühren • Kostentransparenz • Preis-Leistungs-Verhältnis
Kundenservice	<ul style="list-style-type: none"> • Kontaktmöglichkeit mit Mitarbeitern • Freundlichkeit und Höflichkeit der Mitarbeiter • Hilfsbereitschaft der Mitarbeiter • Eigeninitiative der Mitarbeiter / Berater

Studiendesign (II)

Kundenkommunikation	<ul style="list-style-type: none">• Internetauftritt / Homepage• Schriftliche Unterlagen / Broschüren / Flyer• Verständlichkeit der Kommunikation (z.B. Kontoauszüge, Steuerbescheinigungen, Depotauszüge)• Verbindlichkeit von Aussagen
Filial-Banking	<ul style="list-style-type: none">• Angebot an SB-Terminals (z.B. Geldautomat, Kontoauszugsdrucker)• Örtliche Erreichbarkeit / Ortslage• Atmosphäre der Filialen• Schnelligkeit bei Bedienung und Kasse• Öffnungszeiten
Direkt-Banking	<ul style="list-style-type: none">• Produktdarstellung, -beschreibung im Internet• Orientierung / Übersichtlichkeit (Navigation und Suchfunktion)• Sicherheit (Datenschutz und Zahlungsverkehr)

Leistungskategorien und Bewertungskriterien

Kundenzufriedenheit	Leistung	Nachhaltige Kundenorientierung	Preis-Leistungs-Verhältnis
<ul style="list-style-type: none"> Kundenzufriedenheit 	<ul style="list-style-type: none"> Qualität von Produkten / Leistungen Qualität der Anliegenbearbeitung Eingehen auf Kundenbedürfnisse Beratungsqualität Angebotsvielfalt Online-Banking Möglichkeit der Bargeldversorgung Angebote (Service-) Zusatzleistungen 	<ul style="list-style-type: none"> Regelmäßige Überprüfung von Anlagen u./o. Krediten Belohnung von Kundentreue Umgang mit Beschwerden / Reklamationen 	<ul style="list-style-type: none"> Höhe der Gebühren Kostentransparenz Preis-Leistungs-Verhältnis
Kundenservice	Kundenkommunikation	Filial-Banking	Direkt-Banking
<ul style="list-style-type: none"> Kontaktmöglichkeit mit Mitarbeitern Freundlichkeit und Höflichkeit der Mitarbeiter Hilfsbereitschaft der Mitarbeiter Eigeninitiative der Mitarbeiter / Berater 	<ul style="list-style-type: none"> Internetauftritt / Homepage Schriftliche Unterlagen / Broschüren / Flyer Verständlichkeit der Kommunikation Verbindlichkeit von Aussagen 	<ul style="list-style-type: none"> Angebot an SB-Terminals Örtliche Erreichbarkeit / Ortslage Atmosphäre der Filialen Schnelligkeit bei Bedienung und Kasse Öffnungszeiten 	<ul style="list-style-type: none"> Produktdarstellung, -beschreibung im Internet Orientierung / Übersichtlichkeit (Navigation und Suchfunktion) Sicherheit (Datenschutz und Zahlungsverkehr)

Auszeichnung – Banken (I)

GESAMTURTEIL	
sehr gut	Commerzbank
sehr gut	ING
sehr gut	norisbank
sehr gut	DKB - Deutsche Kreditbank
sehr gut	comdirect
sehr gut	Openbank
sehr gut	apoBank
sehr gut	Consorsbank
sehr gut	Volkswagen Bank
gut	TARGOBANK
gut	Sparda-Banken
gut	Deutsche Skatbank
gut	GLS Bank
gut	BBBank
gut	HypoVereinsbank
gut	1822Direkt
gut	PSD Banken
	Santander
	Hanseatic Bank
	UmweltBank
	N26
	Deutsche Bank
	EthikBank
	Triodos Bank
	Volks- u./o. Raiffeisenbanken
	Sparkassen
	Postbank

Kundenzufriedenheit	
sehr gut	ING
sehr gut	norisbank
sehr gut	PSD Banken
sehr gut	GLS Bank
sehr gut	Openbank
sehr gut	DKB - Deutsche Kreditbank
sehr gut	Commerzbank
sehr gut	1822Direkt
sehr gut	Deutsche Skatbank
gut	BBBank
gut	UmweltBank
gut	apoBank
gut	Sparda-Banken
gut	Volkswagen Bank
gut	comdirect
gut	HypoVereinsbank
gut	Consorsbank
gut	TARGOBANK
	Deutsche Bank
	Triodos Bank
	EthikBank
	Hanseatic Bank
	N26
	Volks- u./o. Raiffeisenbanken
	Santander
	Sparkassen
	Postbank

Leistung	
sehr gut	Commerzbank
sehr gut	apoBank
sehr gut	Sparda-Banken
sehr gut	TARGOBANK
sehr gut	ING
sehr gut	comdirect
sehr gut	norisbank
gut	HypoVereinsbank
gut	DKB - Deutsche Kreditbank
gut	Openbank
gut	BBBank
gut	Consorsbank
gut	Deutsche Skatbank
gut	Volkswagen Bank
gut	Volks- u./o. Raiffeisenbanken
gut	Deutsche Bank
	Triodos Bank
	GLS Bank
	Santander
	EthikBank
	Sparkassen
	1822Direkt
	N26
	PSD Banken
	Hanseatic Bank
	UmweltBank
	Postbank

Das Gesamtergebnis berechnet sich als ungewichteter Mittelwert aller Teildimensionen. Diese ergeben sich als ungewichteter Mittelwert aus den jeweiligen Bewertungskriterien. 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 – Banken (II)

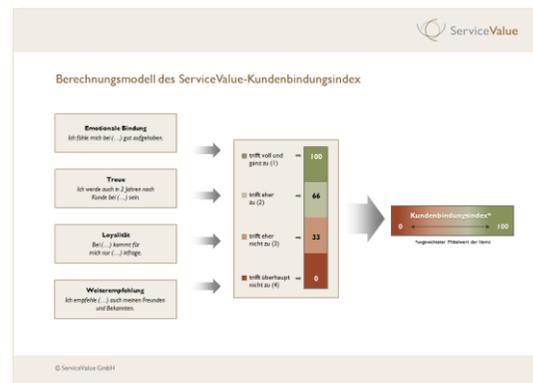
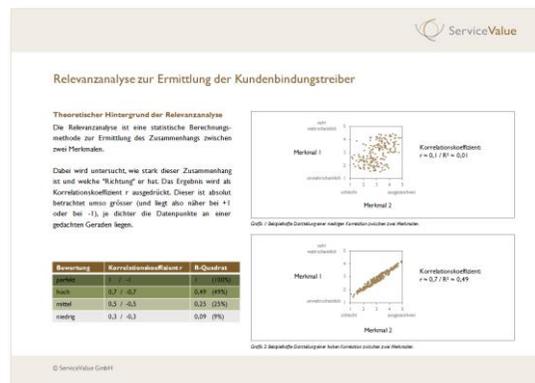
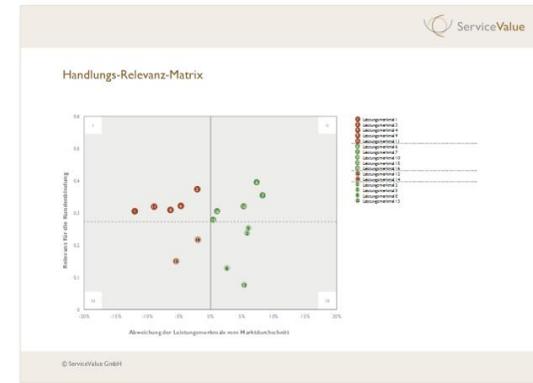
Nachhaltige Kundenorientierung	
sehr gut	apoBank
sehr gut	Openbank
sehr gut	Commerzbank
sehr gut	norisbank
sehr gut	ING
sehr gut	comdirect
gut	GLS Bank
gut	HypoVereinsbank
gut	BBBank
gut	Deutsche Skatbank
gut	DKB - Deutsche Kreditbank
gut	PSD Banken
gut	Consorsbank
gut	1822Direkt
gut	TARGOBANK
gut	Sparda-Banken
gut	Santander
gut	Volkswagen Bank
	N26
	UmweltBank
	Deutsche Bank
	EthikBank
	Volks- u./o. Raiffeisenbanken
	Hanseatic Bank
	Triodos Bank
	Sparkassen
	Postbank

Preis-Leistungs-Verhältnis	
sehr gut	ING
sehr gut	norisbank
sehr gut	Openbank
sehr gut	DKB - Deutsche Kreditbank
sehr gut	comdirect
sehr gut	Volkswagen Bank
sehr gut	Sparda-Banken
sehr gut	Consorsbank
sehr gut	Commerzbank
gut	apoBank
gut	Hanseatic Bank
gut	Santander
gut	1822Direkt
gut	BBBank
gut	TARGOBANK
gut	N26
gut	PSD Banken
gut	GLS Bank
gut	Deutsche Skatbank
	EthikBank
	UmweltBank
	Triodos Bank
	HypoVereinsbank
	Deutsche Bank
	Volks- u./o. Raiffeisenbanken
	Postbank
	Sparkassen

Kundenservice	
sehr gut	Commerzbank
sehr gut	TARGOBANK
sehr gut	Sparda-Banken
sehr gut	Sparkassen
sehr gut	HypoVereinsbank
sehr gut	Volkswagen Bank
sehr gut	apoBank
gut	DKB - Deutsche Kreditbank
gut	Consorsbank
gut	norisbank
gut	Volks- u./o. Raiffeisenbanken
gut	Santander
gut	comdirect
gut	Deutsche Bank
gut	ING
gut	BBBank
gut	Openbank
	PSD Banken
	GLS Bank
	Hanseatic Bank
	Deutsche Skatbank
	1822Direkt
	EthikBank
	Triodos Bank
	UmweltBank
	N26
	Postbank

Das Gesamtergebnis berechnet sich als ungewichteter Mittelwert aller Teildimensionen. Diese ergeben sich als ungewichteter Mittelwert aus den jeweiligen Bewertungskriterien. 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 ...



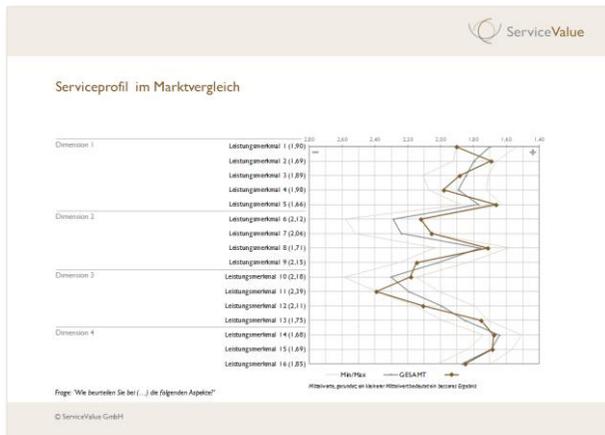
Anonymisierte Musterfolien

... 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

Bestellung

- Gütesiegel für Marketingzwecke**
(Basis für die auf dem Siegel aufzuführenden Kriterien ist der Studienflyer – ServiceAtlas Banken 2025.
Die Bezugsberechtigung und Lizenzgebühr werden individuell geprüft und das Gütesiegel entsprechend angefertigt.)
- Ergebnispräsentation und Analysegespräch** inkl. Überlassung der Präsentations-Datei
zum Preis von 2.900,-€ netto (ggf. zzgl. anfallender Reisekosten)
- ServiceAtlas Banken 2025 - Wettbewerbsanalyse zur Kundenorientierung** (297 Seiten, PDF)
zum Preis von 4.900,- € netto
- Vorteilsangebot** ServiceAtlas Banken 2025 (297 Seiten, PDF) und Ergebnispräsentation sowie Analysegespräch
zum Preis von 6.800,- € netto (ggf. 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. 34 I

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: © Monika Adamczyk – Fotolia.com

“Our business is value development
by service excellence.”

ServiceValue GmbH

Dürener Straße 34 I
50935 Köln
www.ServiceValue.de