

13.06.2007 - 11:30 Uhr

Booz Allen Hamilton Studie - Weltweite Bankenstudie belegt: Schweizer Retailbanken sind international top

Zürich (ots) -

Schweizer Banken gehören im Retail Banking international zur Spitze - sind aber noch nicht optimal aufgestellt / Grossbanken UBS und CS entdecken das Retail Banking wieder / Raiffeisen Gruppe auf Platz zwei im internationalen Vergleich

"Durchweg eine sehr gute Leistung, ohne in einer bestimmten Kategorie die Besten zu sein" - so lautet das Ergebnis der globalen Retail Banking-Studie der internationalen Strategie- und Technologieberatung Booz Allen Hamilton für die Schweizer Retailbanken. Im Länder-Ranking von 17 Ländern liegt die Schweiz auf Platz zwei, im Klassement von über 100 Retailbanken belegen Raiffeisen und die UBS die Plätze zwei und drei. Gelobt werden die Schweizer Anbieter sowohl von Kunden als auch den Testern von Booz Allen Hamilton für guten Filialservice und die fachliche Kompetenz der Mitarbeiter.

Das gute Abschneiden sollte bestehenden Verbesserungsbedarf jedoch nicht verdecken: Die Schweizer Retailbanken führen in keiner der untersuchten Kategorien die Liste an - sie schaffen es höchstens auf die Plätze zwei bis vier. "Alle Banken verfügen über Optimierungspotenziale, auch die weit vorne platzierten. Verbessert werden sollten vor allem die Beratungsqualität sowie die Fähigkeit zur reibungslosen Problemlösung", sagt Carlos Ammann, Geschäftsführer von Booz Allen Hamilton in der Schweiz und Experte für Financial Services. Handlungsbedarf besteht auch bei der spezifischen Ansprache von Kunden. "Das Segment der gehobenen Privatkunden wird in der Schweiz nur von den zwei Grossbanken konsequent bearbeitet, alle übrigen vermengen es stark mit dem breiten Retail-Geschäft. Auch im Online Banking bleibt das Potenzial zu einer kundenspezifischen Ausrichtung weitgehend ungenutzt", so Ammann.

Anstrengungen der Grossbanken zahlen sich aus

Die Grossbanken UBS und CS haben im Vergleich zur Studie von 2005 aufgeholt. "Die Grossbanken haben das Retail Banking wieder entdeckt, ihre Bemühungen und Investitionen zahlen sich jetzt aus", sagt Christian Reber, Mitglied der Geschäftsleitung bei Booz Allen Hamilton in Zürich, der die Untersuchungen im deutschsprachigen Raum leitete. "Sie setzen sich vor allem mit attraktiven Angeboten für das lukrative Segment der gehobenen Privatkunden ab" so Reber. Trotzdem liegt gemäss Studienergebnissen die Raiffeisen Gruppe auf dem ersten Platz. Sie zeichnet sich vor allem durch den Fokus auf Produktwissen und Beratungsqualität aus.

Die Filiale lebt

Die Filiale ist weiterhin der beliebteste Kanal für Bankgeschäfte. Die Kreditinstitute haben dies erkannt und bauen nach Jahren der Schliessungen wieder Filialen auf. Kunden nutzen die Filialen speziell für das Beschaffen von Informationen (ca. 40%) und für

komplexe Transaktionen (60 - 70%). Beim Filialnetz hat sich Raiffeisen eine Spitzenposition geschaffen. Doch sehen die Experten von Booz Allen Hamilton bereits neue Herausforderungen für die Schweizer Banken: "Heute sind die Kunden zufrieden. Jedoch müssen zur besseren Ausschöpfung der Geschäftspotentiale in den nächsten Jahren innovative Filialkonzepte geschaffen werden. Hierbei sowie auch bei der richtigen Standortauswahl können Banken von anderen, z. B. dem Einzelhandel, lernen" erläutert Christian Reber.

Insgesamt sehen die Schweizer Kunden ihre Erwartungen gut erfüllt. Am wichtigsten sind ihnen Privatsphäre (49%), Produktwissen der Berater (24%), Kenntnis der Kundenbedürfnisse (13%), verlängerte Öffnungszeiten (7%) sowie Problemlösung beim ersten Besuch (5%). Zwei Drittel der Kunden fühlen sich allerdings von der Komplexität vieler Produkte überfordert, so empfinden mehr als 50% der Befragten vor allem Versicherungs- und Vorsorgeprodukte kompliziert.

Auch die Leistungen einiger Banken im Telefon Banking erfüllen nicht die Erwartungen ihrer Kunden. Speziell jüngere und berufstätige Kunden wünschen eine bessere Erreichbarkeit und direkte Problemlösung, ohne mehrmalige Weiterleitung. Hier gibt es aber auch Beispiele für sehr gute Leistungen: Credit Suisse und Raiffeisen belegen in dieser Kategorie weltweit die Plätze zwei und drei.

Im Online Banking zeigt sich ein homogenes Feld mit guter Performance, jedoch ohne Spitzenleistungen. Alle Banken können sich vor allem durch stärkere Differenzierung verbessern. So ist die Nutzung des Internets zur Informationssuche noch sehr niedrig (ca. 20-30%). "Noch ist es keiner Bank in der Schweiz gelungen, das Internet zu einem leistungsfähigen Verkaufskanal aufzubauen," so Reber.

Retail Banking im Aufbruch

Der Trend im Retail Banking geht insgesamt deutlich in Richtung kundenspezifische Differenzierung. Entscheidend wird das integrierte Angebot: die Kunden erwarten sowohl eine Filiale in der Nähe als auch ausgezeichnete Online- und Telefonbanking-Angebote. "Ein richtiger Spagat für die Banken: die Kunden wünschen einerseits persönliche Beratung, andererseits industrielle Effizienz", sagt Carlos Ammann. Kundenspezifischere Filialtypen, flexiblere Öffnungszeiten oder Telefon- und Onlinevertriebe von komplexen Bankprodukten werden wichtige Themen für die nächsten Jahre bleiben. Der Eintritt ausländischer Banken könnte dabei in Zukunft für verstärkten Wettbewerb sorgen.

Zur vorliegenden Untersuchung

Die Studie von Booz Allen Hamilton basiert auf einer Befragung von über 1'500 Bankkunden in 17 Ländern zu ihren Präferenzen und Erwartungen an Filialen, Call Center und Websites sowie ihrer Zufriedenheit mit Bankprodukten und -dienstleistungen. Zusätzlich wurden in den 17 Ländern rund 100 Banken im Rahmen eines Mystery Shopping-Programms von Booz Allen Hamilton-Experten untersucht. Dazu zählten Filialbesuche, Anrufe in Call Centern sowie die Benutzung des Internet Banking.

Zu Booz Allen Hamilton

Booz Allen Hamilton ist mit mehr als 19'000 Mitarbeitenden und Büros auf sechs Kontinenten die weltweit führende Strategie- und Technologieberatung. Das Unternehmen befindet sich im Besitz seiner rund 300 aktiven Partner. Sechs Büros sind im deutschsprachigen Raum: Berlin, Düsseldorf, Frankfurt, München, Wien und Zürich. Der Umsatz

beläuft sich weltweit auf 4 Mrd. US\$, im deutschsprachigen Raum auf 229 Mio. Euro.

Zu Booz Allen Hamilton in der Schweiz

Die internationale Strategie- und Technologieberatung Booz Allen Hamilton ist seit über 20 Jahren für Klienten in der Schweiz tätig. Die zunehmende Nachfrage nach Beratungsdienstleistungen und vertiefte Kundenbeziehungen führten zur Gründung der Booz Allen Hamilton AG in der Schweiz und der Eröffnung des Zürcher Büros im Dezember 1997. Seither konnte das Geschäft im Schweizer Markt kontinuierlich ausgebaut werden und das Büro befindet sich auf anhaltendem Expansionskurs. Mehr auf www.boozallen.ch.

Kontakt:

Karla Schulze Osthoff
Marketing & Communications
Booz Allen Hamilton
Falkenstrasse 28
CH-8008 Zürich
Tel: +41/43/268'21'37
Fax: +41/43/268'21'22
E-mail: schulze_osthoff_karla@bah.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100001952/100536068> abgerufen werden.