



**Nach der Krise ist vor der Krise.
Kommunikation stärken – Vertrauen schaffen.**

**Benchmark-Studie zur Kommunikation von Banken und Vermögensverwaltern
im deutschen Sprachraum.**

Ergebnisse im Überblick (Management Summary): Deutsche Privatbanken liegen vorn.

Image und Reputation von Banken und Finanzdienstleistern haben seit Beginn der Wirtschafts- und Finanzkrise im Jahr 2007/2008 spürbar gelitten. Viele Unternehmen haben sich davon bis heute nicht erholt.

Fragestellung und Bewertungskriterien

Welchen Beitrag kann die Kommunikation leisten, um verloren gegangenes Vertrauen zurück zu gewinnen? Dieser Frage hat sich diese Benchmark-Studie zur Kommunikation von Banken und Vermögensverwaltern im deutschen Sprachraum gestellt. Dafür wurde die Medien- und Internetkommunikation von 27 ausgewählten Privatbanken, Vermögensverwaltern und Auslandsbanken nach den Kriterien Sicherheit, Produkt-/Leistungs-transparenz, Glaub-/Vertrauenswürdigkeit sowie Verständlichkeit untersucht.

Deutsche Privatbanken landen vor Vermögensverwaltern und Auslandsbanken

Insgesamt schnitten die deutschen Privatbanken leicht besser ab als die Vermögensverwalter (64% vs. 61% der max. Punkte). Mit rund zehn Prozentpunkten weniger landeten die ausländischen Privatbanken mit 53 Prozent auf dem dritten Platz.

Die drei besten Unternehmen konnten die Konkurrenz um fast zehn Prozentpunkte hinter sich lassen und überzeugten mit soliden Informationen in allen vier untersuchten Bereichen. Nachholbedarf besteht für insgesamt zehn Unternehmen, die insgesamt nicht auf die Hälfte der Punkte kamen.

Beste Werte für Verständlichkeit – Nachholbedarf bei der Sicherheit

Das beste Ergebnis erzielten die Unternehmen bei der Verständlichkeit (68%) ab. Besonders gut schneiden hier die deutschen Privatbanken ab. Die Glaub-/Vertrauenswürdigkeit folgt mit geringem Abstand auf Platz zwei (65%).

Produkt-/Leistungs-transparenz (54%) und Sicherheit (53%) liegen dagegen um mehr als zehn Prozentpunkte zurück. Einige Unternehmen offenbaren hier große Lücken, so dass die Gesamtmarke von 50 Prozent nicht erreicht wird.

Über alle Kriterien hinweg erreichten die Unternehmen im Mittel rund 59 Prozent der maximal möglichen Punktzahl. Die Benchmark setzt die Neue Vermögen mit knapp über 89 Prozent.

Zentrale Ergebnisse: Unternehmen überzeugen mit Verständlichkeit.

Sicherheit: Ergebnisse um die 50 Prozent

Bei der Sicherheit schneiden die Vermögensverwalter am besten ab. Sie erreichen knapp 54 Prozent der max. Punkte. Die Auslandsbanken lagen nur einen Prozentpunkt dahinter, die deutschen Privatbanken holten die Hälfte der max. Punkte.

Produkt-/Leistungstransparenz: Deutsche Privatbanken überzeugen

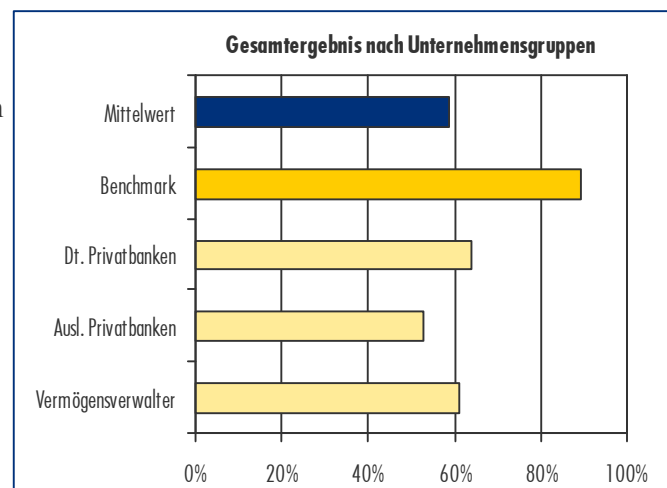
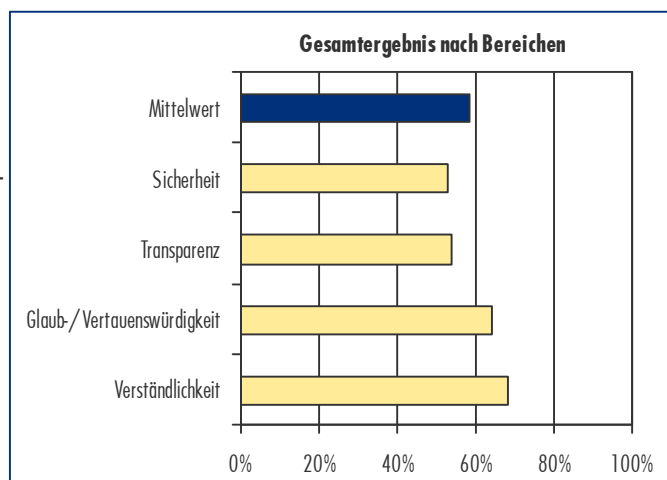
In der Produkt-/Leistungstransparenz liegen die deutschen Privatbanken mit knapp 67 Prozent vorn. Es folgen die ausländischen Privatbanken (54%). Nachholbedarf besteht für die Vermögensverwalter, die nur 42 Prozent erreichen.

Glaub-/Vertrauenswürdigkeit: Deutliche Unterschiede

Bei der Glaub-/Vertrauenswürdigkeit erzielen die Vermögensverwalter mit knapp 78 Prozent das beste Ergebnis. Sie lassen die deutschen Privatbanken, die rund 67 Prozent erreichten, deutlich hinter sich. Für die ausländischen Privatbanken besteht deutliches Verbesserungspotential: Sie kommen aktuell auf nur 46 Prozent.

Verständlichkeit: Beste Werte für alle drei Unternehmensgruppen

Die besten Wertungen erhielten die Unternehmen bei der Verständlichkeit. Mit 80 Prozent konnten die deutschen Privatbanken am meisten überzeugen. Vermögensverwalter und ausländische Banken erzielten mit 67 bzw. 63 Prozent solide Ergebnisse.



Impressum und Copyright-Hinweis

Titel:

„Nach der Krise ist vor der Krise. Kommunikation stärken – Vertrauen schaffen“

Benchmark-Studie zur Kommunikation von Banken und Vermögensverwaltern im deutschen Sprachraum.

Herausgeber:

Prof. Michael Bürker
ComMenDo Agentur für UnternehmensKommunikation GmbH

Redaktion und Gestaltung:

Andrea Bergter, Christian Krause und Michael Bürker,
Team „Banken & Versicherungen“

Kontakt:

Hofer Straße 1
D-81737 München
Telefon: +49 (89) 67 91 72-0
Fax: +49 (89) 67 91 72-79
E-Mail: info@commendo.de
Internet: www.commendo.de

Copyright-Hinweis:

Die Studie ist urheberrechtlich geschützt. Die Bearbeitung, Verwertung, Vervielfältigung und Verbreitung – auch in Auszügen – ist nur mit schriftlichem Einverständnis der Agentur zulässig. Alle Angaben, Auswertungen und Ergebnisse wurden von den Herausgebern nach bestem Wissen und Gewissen erstellt und geprüft.