



Ergebnisauszug

HORN & COMPANY








H&C-Index – Retail Banking

Studienergebnisse

Dezember 2023

# Was unterscheidet den H&C-Index von anderen Kundenzufriedenheitsstudien?

## Ansatz des H&C-Index für Retail Banking

	Grundlage	Beschreibung
	Praxisorientierte Ausrichtung	Der H&C-Index berücksichtigt Einzelkomponenten, die eine hohe Relevanz für die aktuellen Initiativen unserer Kunden haben – oft entstanden aus Fragestellungen in unseren Projekten
	Individuelle Erkenntnisse	Die Befragung deckt Banken-individuell auf, welche Faktoren einen hohen bzw. auch einen geringen Einfluss auf die Gesamtzufriedenheit der Kunden haben („Kunden-DNA“)
	Berücksichtigung Rahmenbedingungen	Die Ergebnisse der Studien werden im Kontext der individuellen Aufstellung der Bank analysiert (strategische Ausrichtung, Betriebsmodell ...)
	Handlungs-orientierter Ansatz	In gemeinsamer Diskussion mit den Banken werden individuelle Handlungsbedarfe und mögliche Ansatzpunkte für Weiterentwicklungen identifiziert
	Beziehungsorientierte Befragung	Es werden Kunden mit einem zeitnah zurückliegenden relevanten Kontakt mit der Bank befragt – gesamthaft zur allgemeinen Kundeneinstellung (nicht zu singulären Touch Points)
	Repräsentative Stichprobe	Es werden Kunden mittels Quotenverfahren unter Berücksichtigung relevanter Charakteristika ausgewählt – hohe Validität bei relativ geringer Stichprobengröße wird so sichergestellt
	Indirekte Befragung	Die Einflussfaktoren auf die Kundenzufriedenheit werden indirekt mittels statistischem Verfahren ermittelt – strategische Antworten („alles ist wichtig“) werden so vermieden

# Banken der befragten Endkunden decken Großteil des Retail Banking Marktes ab

Relevanz und Aussagekraft H&C-Index Retail Banking 2023

Übersicht enthaltener Banken (D-A-CH)



- In Summe wurden rund 2.200 Kunden in Deutschland, Österreich und der Schweiz im Rahmen der Studie befragt
- Die Auswahl der Befragten ist in Bezug auf Alter, Geschlecht, Regionalität etc. repräsentativ (Quotenverfahren)
- Die Studie deckt Schlüsselakteure des Retail Banking Marktes in allen drei Ländern ab
- Im Folgenden werden Ergebnisse im Ländervergleich sowie exemplarisch für den deutschen Markt vorgestellt

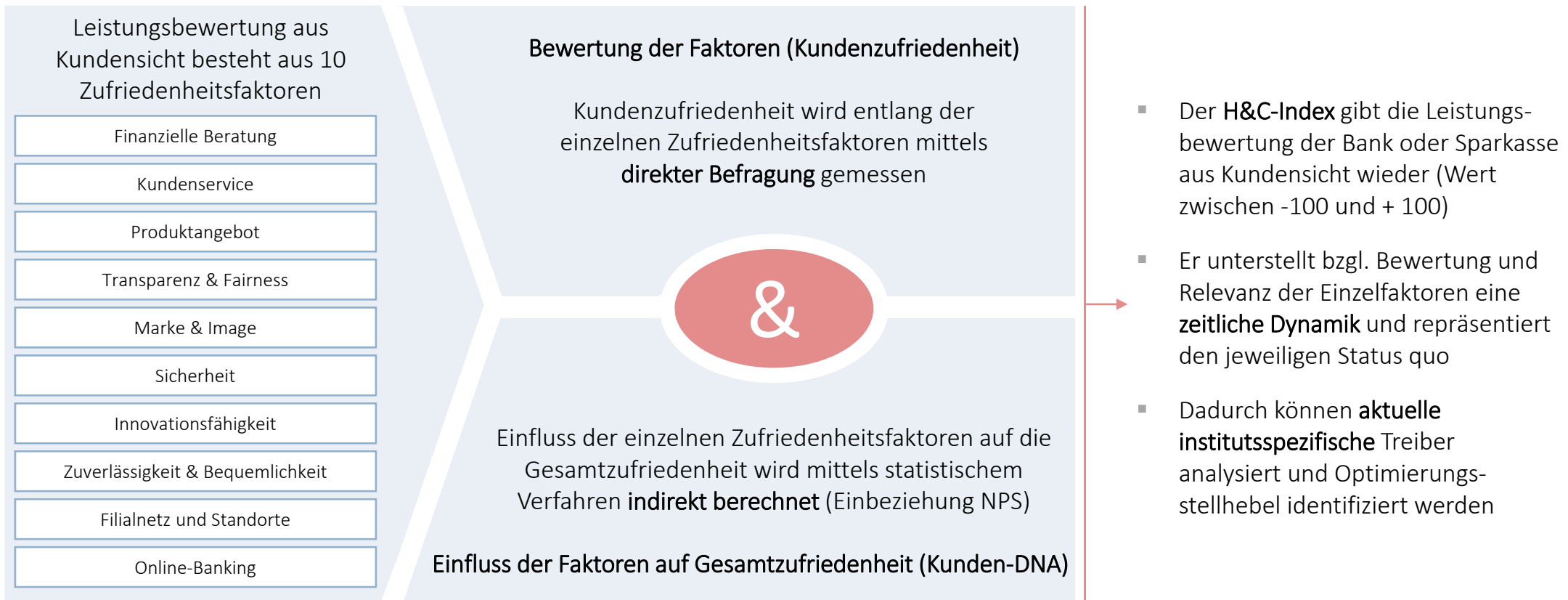
Kunden wurden exklusiv für H&C-Index Retail Banking durch unabhängiges Marktforschungsinstitut repräsentativ ausgewählt und befragt

# H&C-Index ermöglicht das Ableiten institutsspezifischer Optimierungsansätze

## Aufbau H&C-Index

### Zufriedenheitsfaktoren

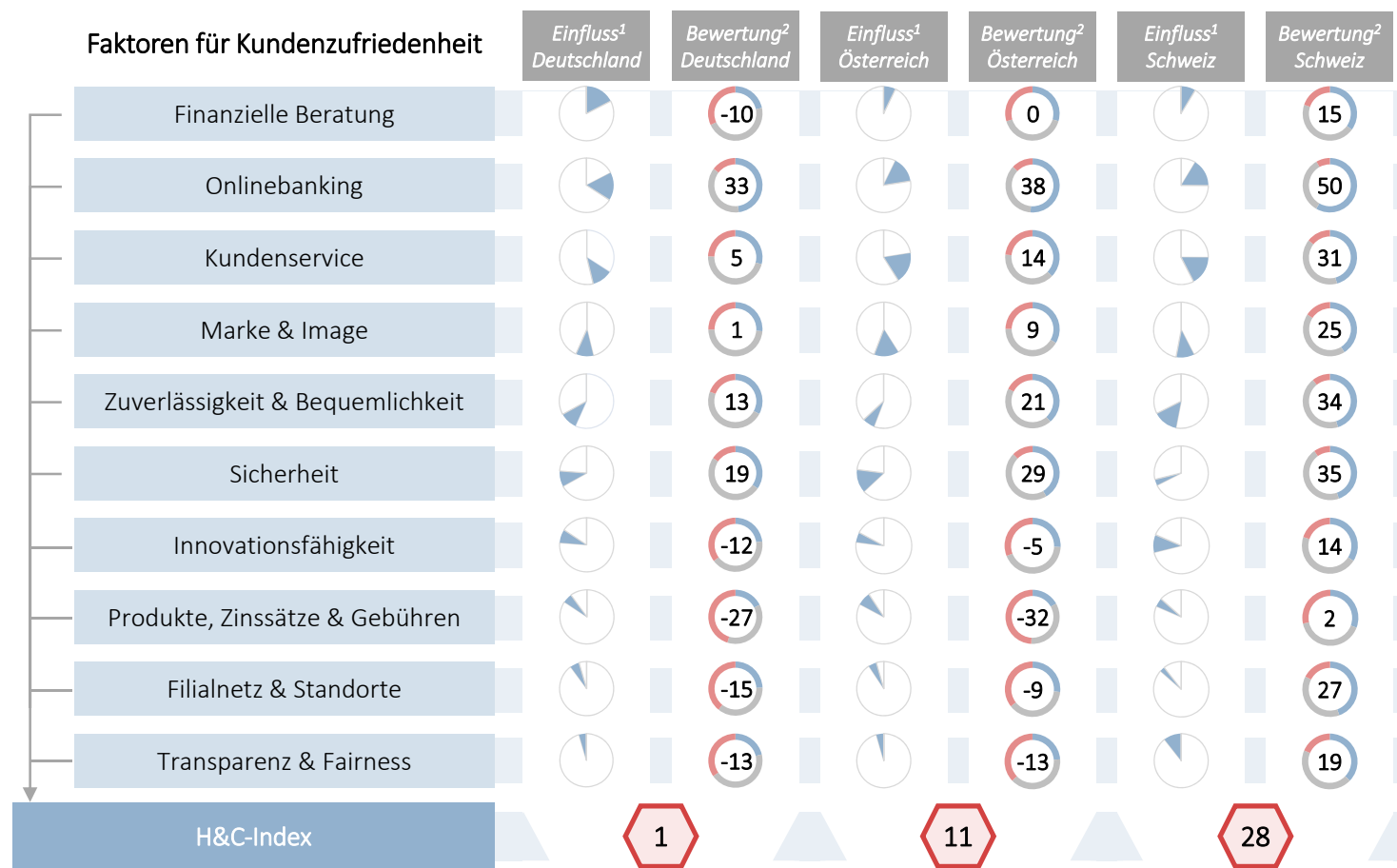
### H&C-Index



H&C-Index liegt für zentrale Wettbewerber vor und ermöglicht individuelle Vergleiche

# Schlusslicht Deutschland: H&C-Index unterscheidet sich deutlich im Ländervergleich

## Einflussfaktoren auf Kundenzufriedenheit



### Gemeinsamkeiten und Unterschiede

- Das Niveau der **Gesamtzufriedenheit der Kunden unterscheidet sich** zwischen allen betrachteten Ländern **deutlich**
- Finanzielle Beratung** in Deutschland einflussreichster Zufriedenheitsfaktor, der jedoch **relativ schlecht bewertet** wird
- Kundenservice** in Österreich und der Schweiz einflussreichster Zufriedenheitsfaktor mit **(sehr) guten Bewertungen**
- Hoher Einfluss** von **Onlinebanking** in allen betrachteten Ländern bei gleichzeitig jeweils **bester Bewertung**
- Filialnetz und Standorte** unterschiedlich bewertet, aber in allen betrachteten Ländern **relativ geringer Einfluss**

Im Ländervergleich werden Unterschiede zwischen Präferenzen und Bewertungen der einzelnen Zufriedenheitsfaktoren deutlich

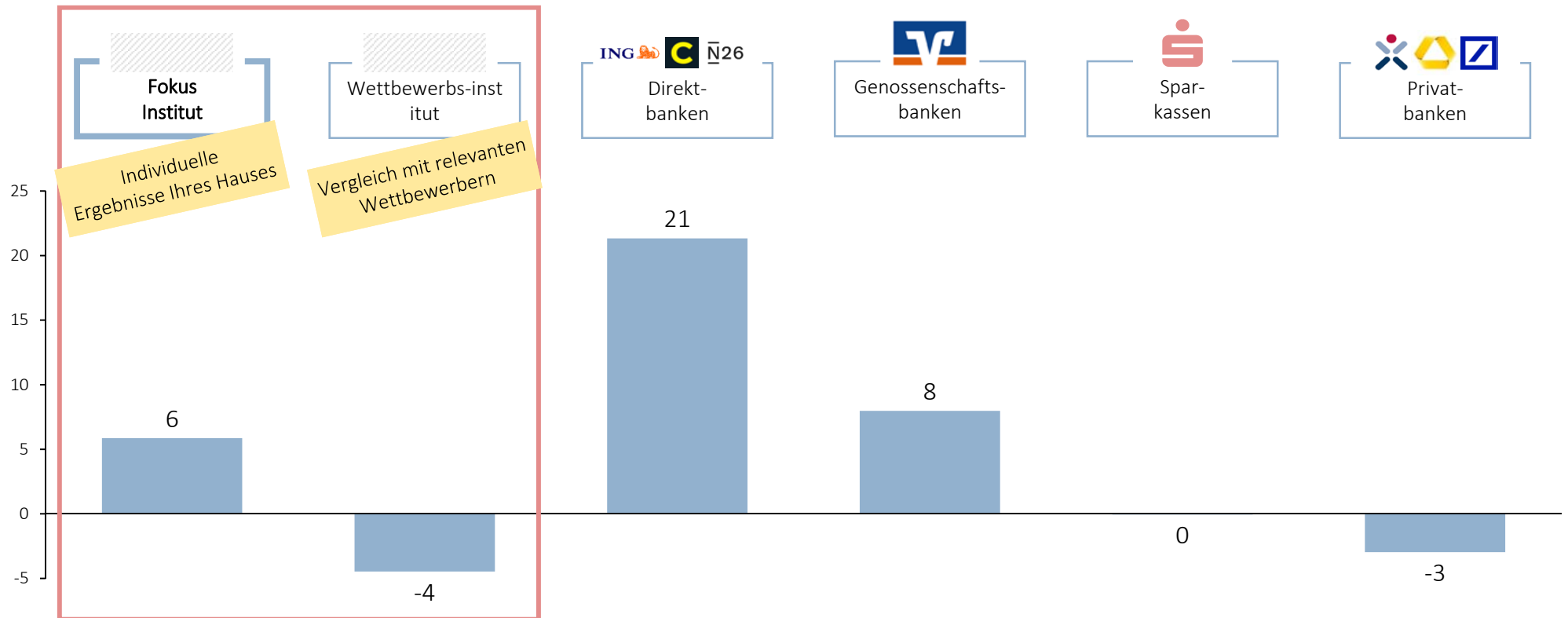
<sup>1</sup> Einfluss der Zufriedenheit mit dem Faktor auf die Gesamtzufriedenheit; <sup>2</sup> Hinweis: Skala von -100 bis +100 – Berechnung Differenz zw. Anteil Promotoren und Anteil Kritikern (analog NPS)

# Fokusanalysen: H&C-Index für Fokusinstitut, Wettbewerber und Bankengruppen

H&C-Index Retail Banking 2023 im Vergleich

EXEMPLARISCH

H&C-Index für ausgewählte Institute in Deutschland



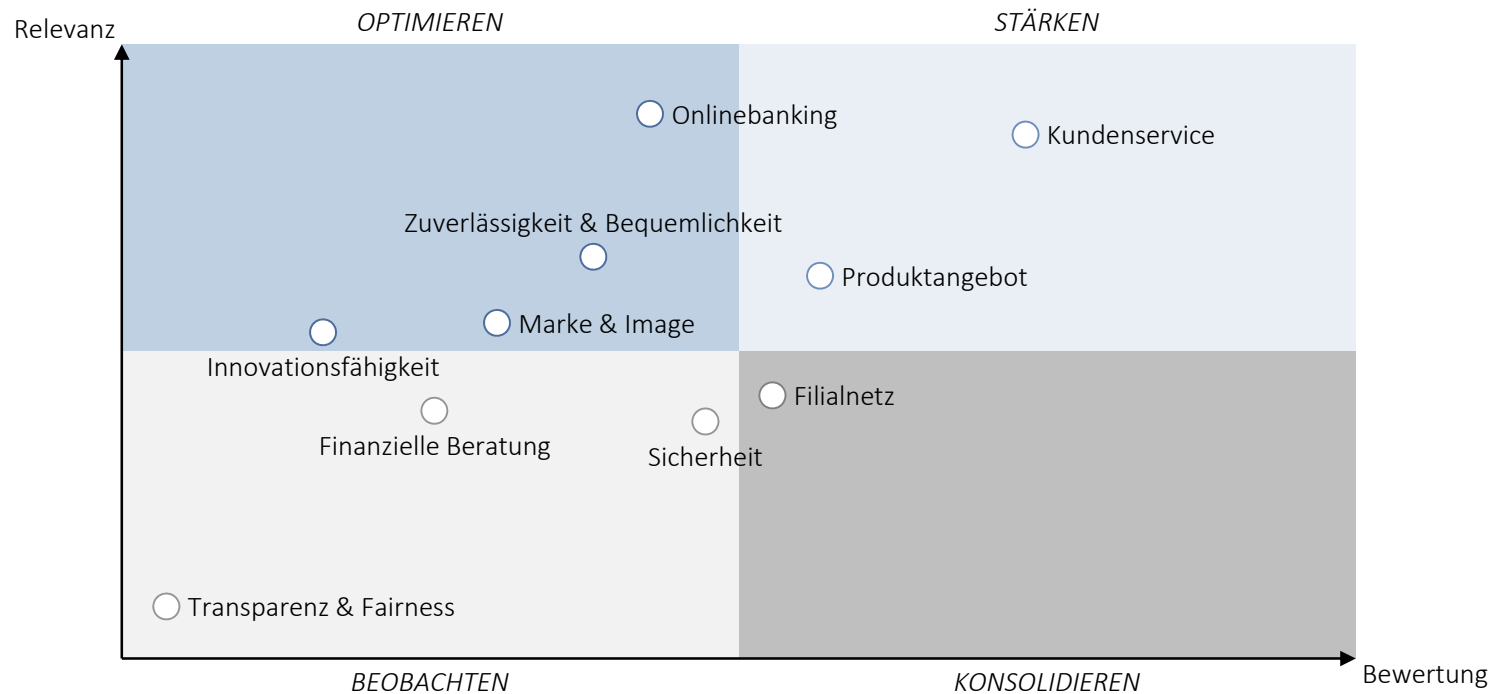
Institute können mit relevanten Wettbewerbern verglichen und im Gesamtmarkt eingeordnet werden

# Über Kundenzufriedenheitsmatrix kann Maßnahmenportfolio geschärft werden

*Stellhebel identifizieren*

EXEMPLARISCH

Kundenzufriedenheitsmatrix für Beispielsinstitut



- Größte Stellhebel in den Bereichen Onlinebanking, Zuverlässigkeit & Bequemlichkeit, Innovationsfähigkeit und Marke & Image durch gezielte Maßnahmen angehen
- Vorteilhafte Positionierung in den Bereichen Kundenservice und Produktangebot stärken und abschöpfen
- Nachrangige Befassung der Bereiche Filialnetz, Finanzielle Beratung, Sicherheit und Transparenz & Fairness

Zur Ableitung konkreter Maßnahmen sind weiterführende Analysen zu jedem Zufriedenheitstreiber möglich – siehe Folgeseite

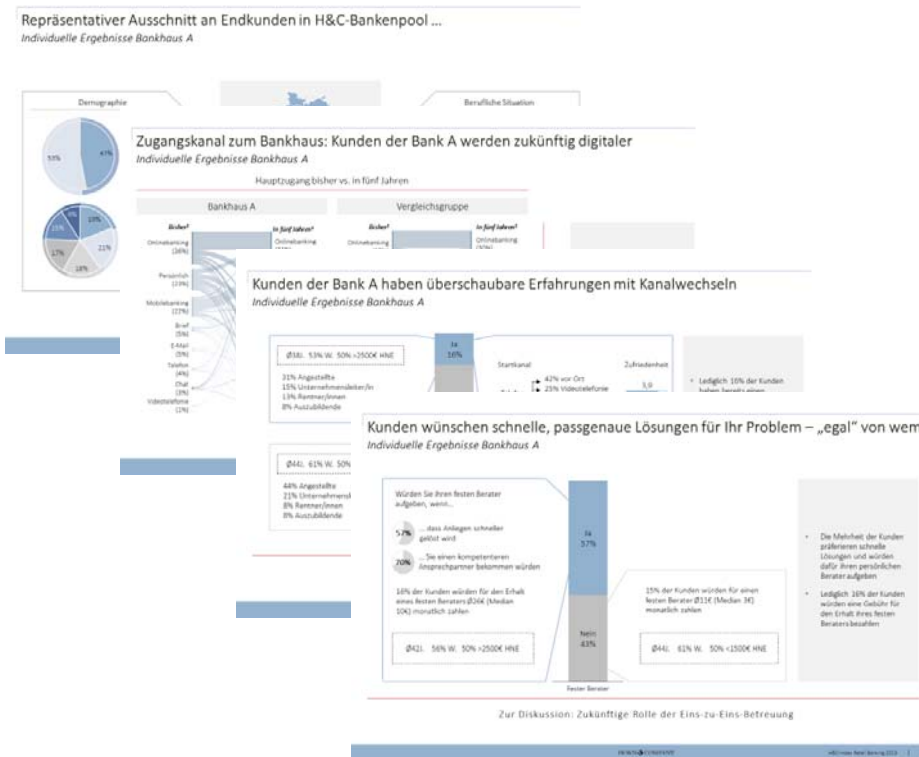
# Spezifische Deep dives: Basis für Ausarbeitung identifizierter Stellhebel schaffen

## Vertiefende Analysen

EXEMPLARISCH

Themenfokus  
Omnikanal

Beispiele für vertiefende Analysen



- Analyse der aktuellen und zukünftigen Kanalnutzung nach Anlass/Thema und Kundengruppe
- Untersuchung des gelebten Omnikanals – wie omnikanal sind die eigenen Kunden?
- Betrachtung der zukünftigen Rolle des persönlichen Beraters in der omnikanischen Bank oder Sparkasse
- ...

Konkrete Maßnahmen herleiten

Weiterführende Analysen sind zur Herleitung konkreter Maßnahmen institutsspezifisch durchzuführen



# Gerne blicken wir mit Ihnen zusammen auf Ihre individuellen Ergebnisse

*Ihre Ansprechpartner*

## Autoren



**Dr. Martin Hesse**  
*Partner*

Düsseldorf  
Martin.Hesse@horn-company.de  
+49 (0) 162 2726 008  
LinkedIn-Profil



**Dr. Stephan Olk**  
*Manager*

Düsseldorf  
Stephan.Olk@horn-company.de  
+49 (0) 162 2726 087  
LinkedIn-Profil

## Beteiligte Experten

**Samuel Egger**

Zürich  
Samuel.Egger@horn-company.de

**David Wüstendörfer**

Zürich  
David.Wüstendörfer@horn-company.de

**Dr. Ralf Seisreiner**

Wien  
Ralf.Seisreiner@horn-company.de

**Alexander Kern**

Wien  
Alexander.Kern@horn-company.de

# HORN & COMPANY

Internationale Top-Management-Beratung

DÜSSELDORF | BERLIN | FRANKFURT | HAMBURG | KÖLN | MÜNCHEN | NEW YORK | SINGAPUR | WIEN