



Kunden vertrauen ihren Banken wieder etwas mehr – aber es bleibt noch viel zu tun!

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

das neue Jahr fängt gut an:

1. die Banken werden zur Abwechslung gelobt,
2. die Finanzagentur erlebt hautnah, dass sich unzufriedene Kunden wehren können,
3. die BaFin fordert Transparenz und Verständlichkeit auch für Jahresberichte und
4. die EU-Kommission bemängelt die Webseiten für Verbraucherkredite.

1. Service-Studie: Banken gewinnen wieder Vertrauen

Immerhin 63 Prozent der Kunden glauben, dass ihre Bank ernsthaft daran interessiert ist, verständlich mit ihnen zu kommunizieren. Das ergab eine Auswertung von knapp 4.000 Kundenstimmen zur aktuellen **Servicequalität** von 18 Geschäftsbanken der Kölner Analyse- und Beratungsgesellschaft ServiceValue GmbH. So weit, so gut. Schaut man jedoch genauer hin, ergibt sich ein differenzierteres Bild:

Informationsmedien werden überwiegend als verständlich eingestuft:

- Am verständlichsten wurden Briefe und Ergebnismitteilungen (z. B. Kontoauszüge) sowie der Internetauftritt beurteilt.
- Am unverständlichsten werden Kundenanschriften per E-Mail, Anträge und Vertragsdokumente empfunden.

Bei der Beurteilung der Anträge und Vertragsdokumente gibt es große Spannweiten:

- Von einem Viertel der Befragten werden sie als unverständlich eingestuft.
- Bei der besten Bank halten aber bereits über 86 Prozent der Kunden die Unterlagen für verständlich bei der schlechtesten nur 65 Prozent.

Produktinformationsblätter (PIB) in aller Munde:

- Neun von zehn Kunden fühlen sich mit dem PIB besser informiert als ohne, aber drei Viertel der Befragten verlassen sich bei Ihren Anlageentscheidungen doch lieber auf andere Quellen.
- Sieben von zehn Kunden vermissen auf dem PIB standardisierte Angaben zu Kosten, Provisionen und Risiken.

Fazit: Keine Bank schneidet über alle Kriterien als eindeutiger Sieger oder Verlierer ab. Dennoch zeigt sich, dass einige Banken häufiger in der Spitzengruppe vertreten sind, während andere sich öfter im unteren Drittel wiederfinden. Da bleibt also noch viel zu tun.

Die BaFin beurteilt die Produktinformationsblätter übrigens ganz ähnlich: „BaFin sieht Verbesserungsbedarf bei Produktinformationsblättern“ (Pressemitteilung BaFin vom 05.12.2011).

Wenn Sie sich für die Auswertung der Studie interessieren, sprechen Sie uns einfach an.

2. Finanzagentur des Bundes kämpft mit unzufriedenen Anlegern

In vielen Unternehmen mag man denken: Was kann schon passieren, wenn unsere Kundenbriefe nicht ganz so verständlich sind? Bei der **Finanzagentur des Bundes** haben die Mitarbeiter derzeit alle Hände voll zu tun, um aufgebrachte Anleger zu beruhigen. Mehrere Anschreiben waren – sagen wir mal – nicht optimal formuliert. Das kostet Zeit und Geld und kratzt am Image.

Die Sparer sind über die Finanzagentur verärgert

Kunden schimpfen über unverständliche und unverschämte Anschreiben / Telefone besetzt / Kündigung droht

Frankfurter Allgemeine Zeitung, 6. Jan. 2012

Was war geschehen? Eine komplexe Aufforderung wurde umständlich verpackt und unverständlich formuliert. Wer die noch fehlenden Unterlagen nicht pünktlich lieferte, dem drohte sogleich die Kündigung. Viele Anleger erkannten nicht, was genau aus welchen Gründen von ihnen verlangt wurde.

Stehen auch Sie manchmal vor der Aufgabe, Ihren Kunden unerfreuliche oder schwierige Botschaften überbringen zu müssen? Sprechen Sie uns an. Wir unterstützen Sie gern.

3. Worauf Sie bei der Erstellung Ihres Jahresberichts achten sollten

Wenn Sie gerade einen **Jahres- oder Geschäftsbericht** erstellen, dann konzentrieren Sie sich zunächst auf die Beschreibung der Sachlage. Um die begehrte Auszeichnung des manager magazins für den besten Geschäftsbericht zu erhalten, spielen aber viele weitere Faktoren eine Rolle. Professor Baetge von der Universität Münster erläuterte auf einem Seminar des Deutschen Aktieninstituts das inhaltliche Ergebnis des jüngsten Wettbewerbs. exameo-Geschäftsführerin Gabi Trillhaas von exameo konnte auf diesem Seminar zeigen, was man konkret tun kann, damit unverständliche Lageberichte die Kapitalmärkte nicht in die Irre führen. Nachlesen kann man ihre Hinweise im Online-Magazin Insight (www.exameo.de/aktuelles).

Die BaFin hatte noch im vergangenen Jahr die „häufigen Fehler“ in der Berichterstattung kritisiert und eine bessere Verständlichkeit eingefordert.

4. EU-Kommissar bemängelt die Webseiten für Verbraucherkredite

„Verbraucherkredite sind nicht immer leicht zu verstehen“, stellt EU-Kommissar John Dalli fest. Über 500 Webseiten für Verbraucherkredite hatte die **EU-Kommission** überprüfen lassen. Fazit: Wichtige Angaben fehlen oder sind missverständlich formuliert.

EU lässt Verbraucherkredit-Webseiten überprüfen Fehlende und ungenaue Angaben verwirren Konsumenten

presstext, 10. Jan. 2012

Ob Jahresbericht, Webseiten, Kundenanschreiben oder Sachinformation – wir sichern die Qualität Ihrer Texte, achten auf inhaltliche und sprachliche Details und schulen Ihre Mitarbeiter. Dazu demnächst mehr.

Wir wünschen Ihnen einen erfolgreichen Start ins neue Jahr!

Ihre exameo GmbH
Europäisches Institut für verständliche Information



geprüfte Kommunikation