

Servicequalität: Da geht noch was

Wie steht es mit dem Informationsangebot von Zertifikateemittenten? Sind die Internetseiten intuitiv bedienbar, und werden E-Mails von Anlegern zeitnah beantwortet? Eine Studie zur Servicequalität offenbart: Es lässt sich noch einiges verbessern.

Der Nachfrageboom bei Zertifikaten ist ungebrochen. Das investierte Vermögen ist im Gesamtjahr 2007 im Vergleich zum Vorjahr nach Schätzung des Deutschen Derivate Verbandes um 23 Prozent auf nun 135 Milliarden Euro gestiegen – trotz Subprime-Krise und Abgeltungsteuer. Mit der wachsenden Bedeutung von Zertifikaten nimmt auch das Informationsbedürfnis zu. Inzwischen bieten sich für Privatanleger umfassende Möglichkeiten im Internet, auch direkt bei den Emittenten. Doch welche Anbieter haben das beste Informationsangebot und beantworten E-Mails am professionellsten?

intuitiv bedienbar. Nur 40 Prozent der untersuchten Websites verfügten über Sitemap oder Glossar, häufig gestellte Fragen (FAQ) waren bei knapp der Hälfte der Emittenten zu finden. Dies ist gerade vor dem Hintergrund der anspruchsvollen Inhalte und des oft hohen Informationsumfangs überraschend. Lediglich ein Drittel der Anbieter nutzte auch Videos, um die Besucher an die komplexe Materie heranzuführen. Eine Rückrufmöglichkeit boten 30 Prozent der Unternehmen auf ihrer Internetseite an. Insgesamt hatten die

triert eindrucksvoll der Testsieger HSBC Trinkaus & Burkhardt. Als einziger Emittent erhielt die Bank das Qualitätsurteil „sehr gut“. Insbesondere die Beantwortung von E-Mails war „ausgezeichnet“. Auf dem zweiten Platz folgte X-Markets. Die Tochter der Deutschen Bank punktete beim Internetauftritt und mit einer „sehr guten“ E-Mail-Qualität. Die WestLB erzielte mit einer ebenfalls „sehr guten“ E-Mail-Beantwortung den dritten Rang. Im Teilbereich Internetauftritt erreichte die Landesbank Berlin den dritten Platz. Bei der E-Mail-Qualität überzeugte auch die HypoVereinsbank mit dem zweiten Rang und dem Qualitätsurteil „ausgezeichnet“.

Im Ergebnis bleibt festzuhalten: Die Servicequalität kann noch deutlich verbessert werden. Insbesondere die Websites haben zahlreiche Defizite und können vor allem in der Bedienungsfreundlichkeit verbessert werden. Auch bei der E-Mail-Beantwortung werden Qualitätsstandards, die inzwischen in der Bankenwelt als

Dreistufiger Emittententest

Das Deutsche Institut für Service-Qualität hat die 15 bedeutendsten Emittenten von Zertifikaten in Deutschland daraufhin untersucht. Basis waren Analysen des Internetauftritts und der Beantwortung von E-Mails. Jeder Anbieter wurde anhand von 30 verdeckten Test-Anfragen und 60 Einzelkriterien beurteilt. In der Summe wurden 450 Kontakte zu den Unternehmen ausgewertet. Die Tests fanden alle im vierten Quartal 2007 statt.

Die Analyse der Unternehmen erfolgte dreistufig: Zuerst wurde die Informationsqualität der Internetseite umfassend analysiert. Dabei wurde auch aufgenommen, wie Interessierte mit den Emittenten in Kontakt treten können. Im zweiten Schritt nahmen 15 Testnutzer die Benutzerfreundlichkeit der Internetseiten unter die Lupe. Abschließend wurde anhand von 15 verdeckten E-Mail-Anfragen pro Emittent die Kontaktqualität auf diesem Kanal untersucht. Dabei flossen Kriterien wie die Dauer bis zur Beantwortung der Frage, die Individualität oder die Freundlichkeit der Antworten ein. Insgesamt offenbarten sich deutliche Qualitätsunterschiede und erhebliche Optimierungspotentiale.

Baustelle Internetauftritt

Zahlreiche Defizite offenbarten bereits die Internetpräsenzen. Die Übersichtlichkeit der Internetseiten wurde bei drei Viertel der Anbieter bemängelt, und nur jede dritte Website war nach Ansicht der Tester

EMITTENTEN AUF DEM PRÜFSTAND

Name des Emittenten	Punkte: Service	Punkte: Internet	Punkte: E-Mail
HSBC Trinkaus & Burkhardt	81,4	67,6	95,2
X-Markets (Deutsche Bank)	74,5	67,0	82,1
West LB	74,3	60,0	88,6
ABN Amro	73,9	60,8	86,9
Sal. Oppenheim	73,2	59,4	87,1
Landesbank Berlin	71,6	61,7	81,6
HypoVereinsbank	69,9	48,4	91,4
Société Générale	67,6	57,2	78,1
BNP Paribas	63,0	55,5	70,5
Commerzbank	62,3	53,1	71,5
Dresdner Bank	61,1	53,7	68,6
Citibank	61,0	52,7	69,3
Goldman Sachs	59,9	57,1	62,7
UBS Deutschland	52,1	47,5	56,7
Akzent-Invest (DZ-Bank)	52,0	49,8	54,3

Punkte auf einer Skala von 0 bis 100; Rangfolge nach Servicequalität

Quelle: Deutsches Institut für Service-Qualität

Tester nur bei jedem fünften Anbieter einen positiven Gesamteindruck.

Optimierungspotentiale existieren auch bei der E-Mail-Beantwortung: Zwölf Prozent der E-Mail-Anfragen wurden überhaupt nicht beantwortet, ein Emittent beantwortete nur die Hälfte der elektronischen Post. Im Durchschnitt wurden die E-Mails in 15 Stunden beantwortet, wobei die Spanne der Beantwortungsdauer je Emittent zwischen circa einer und maximal 50 Stunden lag.

Wettbewerbsvorteil Servicequalität

Guter Service ist jedoch auch in der Zertifikatebranche möglich. Das demons-

Benchmark gelten, nicht von allen Emittenten erreicht. Wenn die Branche das Wachstumstempo beibehalten möchte, muss der Service mehr in den Fokus rücken. Durch eine hohe Servicequalität können sich Unternehmen von Wettbewerbern differenzieren und bei Interessenten und Kunden höhere Akzeptanz und die notwendige Transparenz schaffen. Letzteres ist gerade in der Zertifikatebranche notwendig, die oft wegen intransparenter Produktgestaltung am Pranger steht.

MARKUS HAMER ist Geschäftsführer des Deutschen Institutes für Service-Qualität in Hamburg.