

Banken reagieren unprofessionell auf E-Mail-Anfragen

Jede fünfte E-Mail an Kreditinstitute bleibt unbeantwortet, jede zweite Antwort ist inhaltlich unbefriedigend.

Ettlingen/Waghäusel, 23. Oktober 2003. Jede fünfte E-Mail an Kreditinstitute bleibt unbeantwortet, jede zweite Antwort ist inhaltlich unbefriedigend. Das ist das Ergebnis einer wissenschaftlichen Untersuchung die Absolit Dr. Schwarz Consulting mit Deutschlands führendem Call- und Communication Center Dienstleister walter TeleMedien Holding GmbH gemeinsam herausgeben. Mit mehrstufigen E-Mail-Anfragen untersuchte die Studie das Reaktionsverhalten von 155 deutschen Kreditinstituten. Ein kostenloses Summary der Studie gibt es unter www.absolit.de/banken.htm. In der ersten Stufe wurden Banken mit jeweils drei Kundenanfragen zu den Themen Kontoeröffnung, Abzinsungspapier und Aktienanlage konfrontiert. Von den insgesamt 465 gestellten Fragen wurden von den Kreditinstituten 367 beantwortet. Dies entspricht einer Quote von 79 Prozent. 21 Prozent der Fragen wurden folglich nicht beantwortet. Eine inhaltlich befriedigende Antwort lieferten lediglich 53 Prozent der angeschriebenen Kreditinstitute. Beantwortet wurden 44 Prozent der E-Mail-Anfragen direkt am nächsten Arbeitstag. Auf 15 Prozent der Fragen reagierten die Finanzinstitute am darauf folgenden Arbeitstag. 41 Prozent der Fragen wurden am dritten Tag und später beantwortet. In der zweiten Stufe der Studie erfolgte eine Vertiefung und eine genauere Analyse der Ergebnisse durch Telefoninterviews mit ausgewählten Kreditinstituten.

Nach Aussage von Dr. Torsten Schwarz, Absolit, beweisen die Ergebnisse der Untersuchung, dass Kreditinstitute das Medium E-Mail noch immer nicht als wichtiges Kundenbindungsmittel behandeln. Jürgen Lankers, Vorsitzender der Geschäftsleitung der Walter TeleMedien-Gruppe, erläutert die Ursachen: „Mitarbeiter sind häufig durch Beratungs- und Verwaltungstätigkeiten derart beansprucht, dass die Beantwortung von E-Mails vernachlässigt wird.“ Die Folge sei nicht selten der Verlust

PRESSEINFORMATION

des enttäuschten Kunden an die Konkurrenz. Im Outsourcing sieht Lankers eine kosteneffiziente Lösung: „Professionelle Call- und Communication Center-Dienstleister beantworten E-Mails innerhalb von 12 bis 24 Stunden“, so Lankers. „Dies wird zum einen durch eine Automatisierung oder Teilautomatisierung ermöglicht, zum anderen durch die flexible Personaleinsatzplanung.“ Allgemein gültige Richtlinien für die Qualität und Mindestanforderungen von E-Mail-Antworten fordert auch das Autorenteam der Studie Majka, Dingemanse und Fiener. Denn, so die Autoren, in der E-Mail stecken wertvolle Kundenbindungspotenziale, die nicht verschenkt werden dürfen.