

Auswertung der Kundenbefragung vom August 2009



**RaiffeisenBank
Kitzbüchel**



1. Einleitung

1.1 Ausgangslage

Im Zeitraum von 28.07.2009 bis 28.08.2009 wurde in der RaiffeisenBank Kitzbühel eine Befragung zum Thema Zufriedenheit bei den Kunden in den Bankstellen und online durchgeführt. Dabei wurden 3,90% der aktiven Deviseninländerkunden befragt. Das entspricht einer Stichprobe von 544 Kunden.

Davon waren 47,1% weiblich und 50,6% männlich. (2,4% der Befragten gaben das Geschlecht nicht bekannt) Die Altersstruktur der Befragten stellt sich nach den definierten Altersgruppen (0-25, 26-45, 46-65, 66+ Jahre) wie folgt dar:

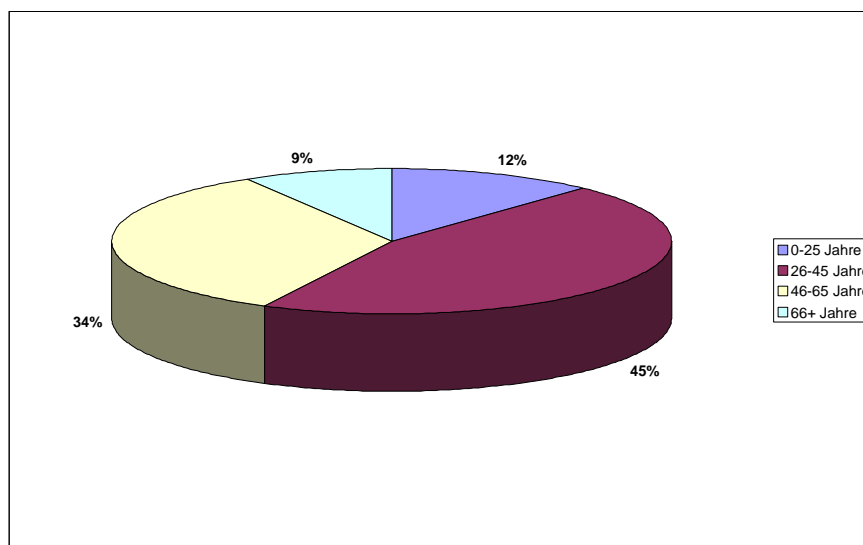


Abbildung 1: Altersstruktur der Befragten

Die Repräsentativität der Umfrage ist durch die Ausgewogenheit der Geschlechter gegeben.

Die Altersstruktur der Befragten ist nicht ident mit der Struktur aller Kunden in der Gesamtbank. Dies wurde bei der Auswertung beachtet - alle Analysen zur abweichenden Antwort nach Alter wurden mit gleicher Verteilung der Altersgruppen gewichtet. Eine Gewichtung nach der Altersstruktur aller Kunden kann für eine Interpretation in Betracht gezogen werden.

1.2 Zweck

Ziel dieser Arbeit ist es die Kundenbefragung zu analysieren und die Ergebnisse sowohl optisch, wie auch in Worten aufzubereiten. Die Leser sollen hierin die Grundlage für Interpretationen finden und darauf aufbauend Strategien ableiten können.

Weiters soll es sich um eine Zusammenfassung handeln, welche die Leser über die derzeitige Meinung der Kunden aufklärt.

2. Fragebogen

Folgender Fragebogen wurde für die Kundenumfrage verwendet:



IHRE MEINUNG IST UNS WICHTIG

1.	Welche Werte sind Ihnen im Rahmen unserer Zusammenarbeit besonders wichtig - nennen Sie bitte die fünf wichtigsten Werte für Sie:	
	Fairness	Verstanden werden
	Flexibilität	Zuverlässigkeit
	Vertrauen	Diskretion
	Sicherheit	Stabiler Wirtschaftsfaktor in der Region und den Gemeinden
	Engagement für Kinder	Engagement für Senioren
	Engagement für Familien	Engagement für Firmen
	Engagement für die Entwicklung der Region und der Gemeinden	Förderung von Schulen
	Schnelle Entscheidungen	Förderung von Vereinen
	Unterstützung von Großveranstaltungen im Bezirk

2.	Welche Produkte/Dienstleistungen Ihrer RaiffeisenBank sind Ihnen bekannt? Bitte kreuzen Sie diese an:	
	Konto	Sparbuch
	Online Sparen	Bausparen
	Privatkredite	Firmenkredite
	Wohnbaukredite	Leasing
	Lebensversicherung	Unfallversicherung
	Kfz-Versicherung	Eigenheimversicherung
	Anleihen, Aktien, Fonds, ...	Pensionsvorsorge
	Kartenvorverkauf (Ö-Ticket)

3.	Unsere aktuelle Werbebotschaft lautet: „Nur eine Bank ist meine Bank.“ Trifft diese Aussage auch auf Ihre Bankverbindung mit uns zu?	
	Ja	Nein

4.	Was finden Sie an unserer Zusammenarbeit positiv/negativ?

5.	Empfehlen Sie uns weiter?	
	Ja	Nein

6.	Wo und wie können wir uns aus Ihrer Sicht verbessern?

7.	Statistische Angaben:									
	Weiblich	Männlich								
	Alter: Jahre	Kunde in der Bankstelle (bitte ankreuzen): <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%; border: none;"><input type="checkbox"/> Gries</td> <td style="width: 50%; border: none;"><input type="checkbox"/> Reith</td> </tr> <tr> <td style="border: none;"><input type="checkbox"/> Aurach</td> <td style="border: none;"><input type="checkbox"/> Jochberg</td> </tr> <tr> <td style="border: none;"><input type="checkbox"/> Vorderstadt</td> <td style="border: none;"><input type="checkbox"/> Kirchberg</td> </tr> <tr> <td style="border: none;"><input type="checkbox"/> KKC</td> <td style="border: none;"></td> </tr> </table>	<input type="checkbox"/> Gries	<input type="checkbox"/> Reith	<input type="checkbox"/> Aurach	<input type="checkbox"/> Jochberg	<input type="checkbox"/> Vorderstadt	<input type="checkbox"/> Kirchberg	<input type="checkbox"/> KKC	
<input type="checkbox"/> Gries	<input type="checkbox"/> Reith									
<input type="checkbox"/> Aurach	<input type="checkbox"/> Jochberg									
<input type="checkbox"/> Vorderstadt	<input type="checkbox"/> Kirchberg									
<input type="checkbox"/> KKC										

**Danke für Ihre Hilfe, Ihre Anregungen dienen uns als Grundlage
für künftige Entscheidungen!**
Sie finden diesen Fragebogen auch online unter www.raiffeisen-kitzbuehel.at

3. Ergebnisse

3.1 Besonders wichtige Werte bei der Zusammenarbeit

3.1.1 Gesamtbank

Auf Ebene der Gesamtbank wurde analysiert, wie relevant die verschiedenen Werte für die Kunden sind. In der nebenstehenden Grafik ist zu erkennen, wie viel Prozent der Befragten die jeweiligen Werte als besonders wichtige Werte in der Zusammenarbeit markierten.

Wie zu erkennen ist bewerteten die Befragten zu **76,84% Zuverlässigkeit**, zu **76,65% Vertrauen**, zu **70,95% Sicherheit** und zu **64,71% Diskretion** als besonders wichtige Werte bei der Zusammenarbeit. Die geringste Bedeutung für die Kunden stellt die Förderung von Großveranstaltungen dar, die nur für 10,29% der Befragten ein besonders wichtiger Wert ist.

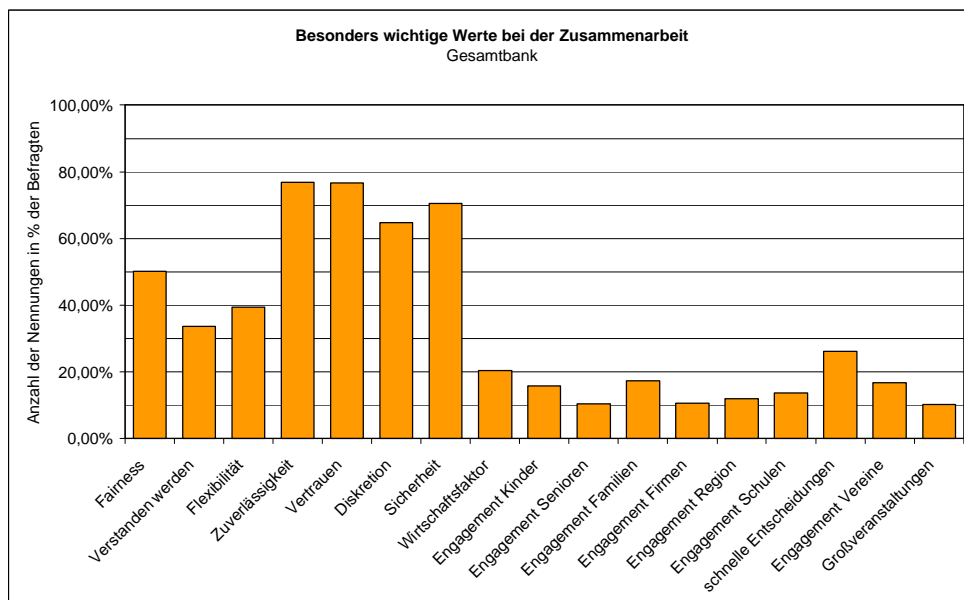


Abbildung 2: Wichtige Werte- Gesamtanzahl der Nennungen

3.1.2 Bankstellen

Alle Werte wurden auch für die Bankstellen berechnet. Für die Aufbereitung wurden die vier Bereiche herangezogen, die sich schon bei der Gesamtbankbetrachtung von den anderen abhoben. Auch in den Bankstellen blieben die Bereiche **Zuverlässigkeit**, **Vertrauen**, **Diskretion** und **Sicherheit** die am öftesten markierten Werte.

Diese sind als Säulen in der nebenstehenden Grafik je Bankstelle in Prozent der Befragten je Bankstelle dargestellt.

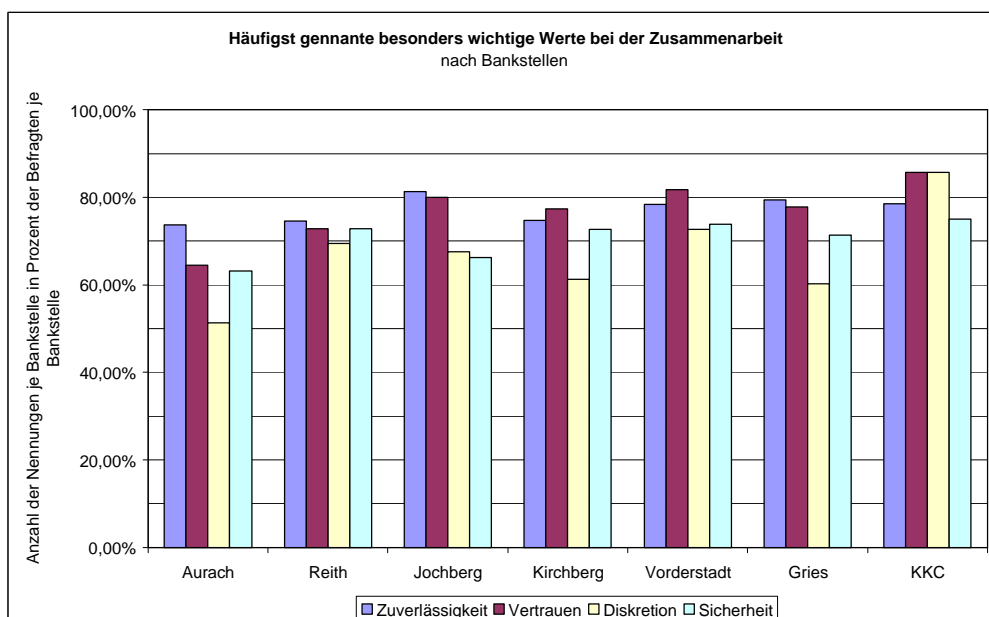


Abbildung 3: Wichtigste Werte- Anzahl der Nennungen in den Bankstellen

Zuverlässigkeit wurde von den Kunden der Bankstellen Aurach, Reith, Jochberg und Gries am häufigsten angekreuzt. Der größte Teil der Kunden von den Bankstellen Kirchberg, Vorderstadt und Kommerzkunden Center empfindet Vertrauen als den wichtigsten Wert, wobei im KKC dieser Rang mit der dem Wert Diskretion geteilt werden muss.

Auffallend ist vor allem Aurach, wo Diskretion nur für 51,32% der Befragten ein wichtiger Wert ist und somit in dieser Bankstelle gleichbedeutend mit Fairness ist.

3.2 Bekannte Produkte/ Dienstleistungen

3.2.1 Gesamtbank

Auf Ebene der Gesamtbank wurde analysiert, wie viel Prozent der Befragten wissen, dass die jeweiligen Produkte bzw. Dienstleistungen in der RaiffeisenBank Kitzbüchel angeboten werden. In der nachfolgenden Grafik sieht man den Produktbekanntheitsgrad jedes Produktes bzw. jeder Dienstleistung.

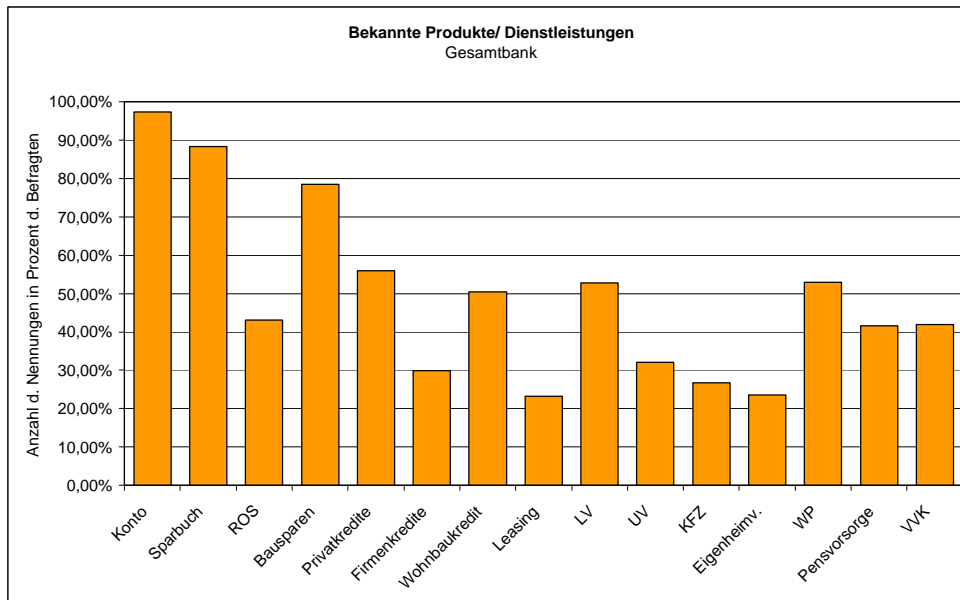


Abbildung 4: Bekanntheitsgrad- Gesamtanzahl der Nennungen

Den größten Bekanntheitsgrad genießen mit Abstand die Produkte **Konto**, **Sparbuch** und **Bausparen**. Das Angebot der Produkte und Dienstleistung: Firmenkredite, Leasing, KRF-, sowie Eigenheimversicherung ist weniger als 30% der Befragten bekannt.

3.2.2 Bankstellen

Alle Werte wurden auch für die Bankstellen berechnet. Für die Aufbereitung wurden die drei Bereiche herangezogen, die sich schon bei der Gesamtbankbetrachtung von den anderen abzeichneten. Auch in den Bankstellen blieben die Produkte **Konto**, **Sparbuch** und **Bausparen** die Bekanntesten.

Diese sind als Säulen in der nachstehenden Grafik je Bankstelle in Prozent der Befragten je Bankstelle dargestellt.

Auch bei den Bankstellen ist das **Konto** das bekannteste Produkt der RaiffeisenBank Kitzbüchel.

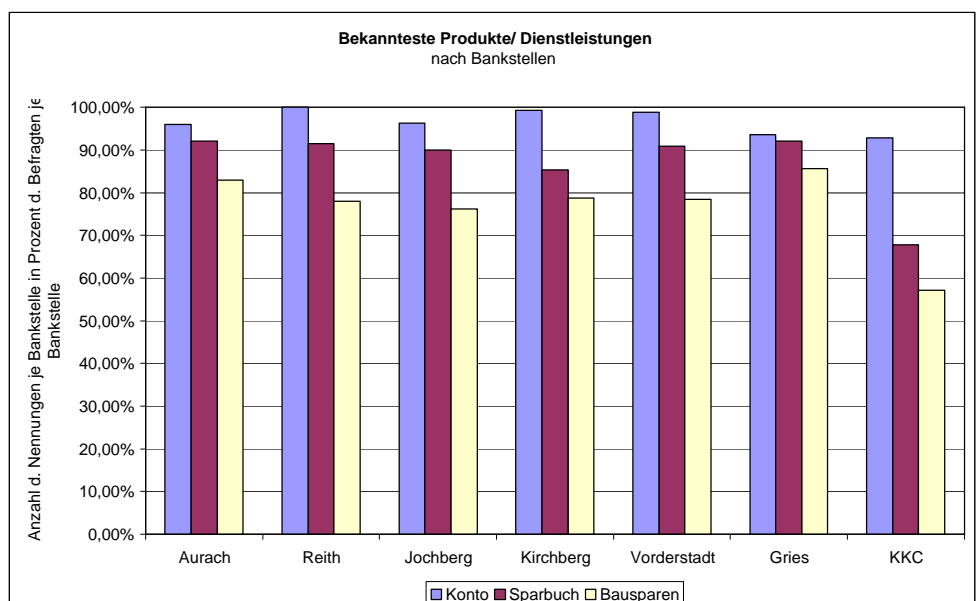


Abbildung 5: Bekanntheitsgrad- Anzahl der Nennungen in den Bankstellen

3.3 Nur eine Bank ist meine Bank

Auf Ebene der Gesamtbank wurde analysiert, wie viel Prozent der Befragten die RaiffeisenBank Kitzbühel als ihre Bank sehen. In der nebenstehenden Abbildung ist die Verteilung graphisch dargestellt.

70% der Befragten empfinden die RaiffeisenBank Kitzbühel als ihre Bank, dem gegenüber stehen 26% der Befragten, die nicht ausschließlich eine Bank als die Ihre sehen und 4%, die keine Angabe machten.

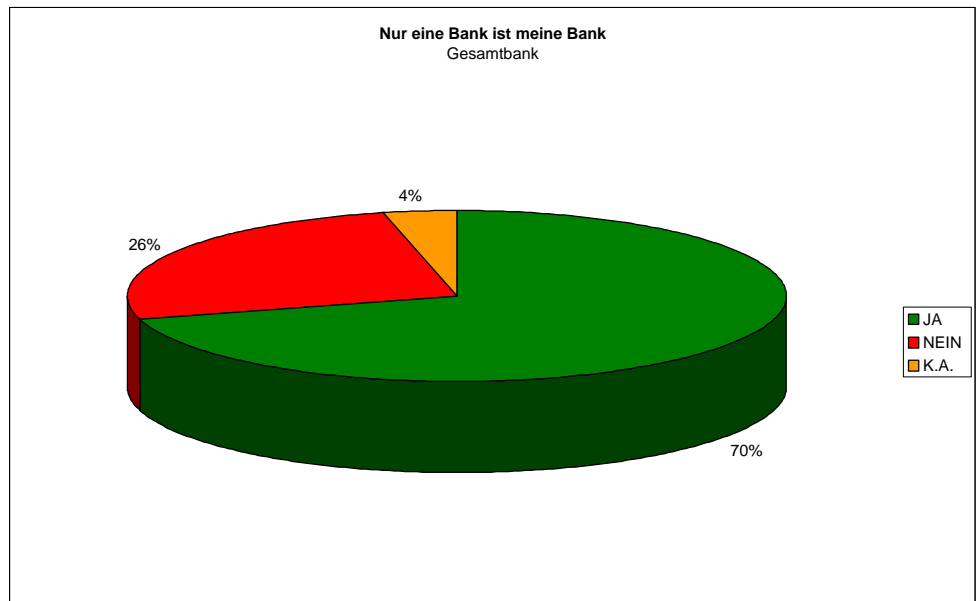


Abbildung 6: Ausschließlich RaiffeisenBank Kitzbühel Kunde- Gesamtanzahl der Nennungen

Der Anteil der Frauen mit Zweitbank ist geringer als jener der Männer.

3.4 Weiterempfehlung

Auf Ebene der Gesamtbank wurde analysiert, wie viel Prozent der Befragten die RaiffeisenBank Kitzbühel weiterempfehlen. In der nachfolgenden Abbildung ist die Verteilung graphisch dargestellt.

90% der Befragten empfehlen die RaiffeisenBank Kitzbühel weiter, dem gegenüber stehen 3% der Befragten, die keine Empfehlung aussprechen und 7%, die keine Angabe machen.

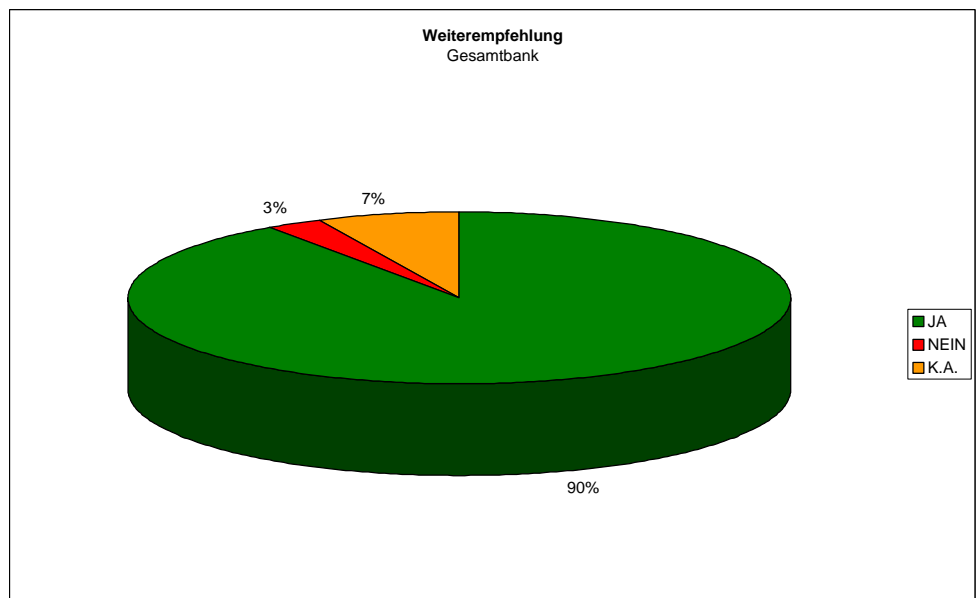


Abbildung 7: Weiterempfehlung- Gesamtanzahl der Nennungen

Der Anteil der Männer ist bei jenen, welche die RaiffeisenBank Kitzbühel nicht weiterempfehlen größer als jener der Frauen.

Weiters ist zu erkennen, dass von denen, die keine Weiterempfehlung aussprechen über 85% unter 45 Jahren alt ist. Keiner über 66 Jahren würde die RaiffeisenBank Kitzbühel nicht weiterempfehlen.

3.5 Bewertung der Zusammenarbeit und Verbesserungsvorschläge

Die Frage vier sowie sechs des Fragebogens waren qualitative Fragen. Nicht alle Ergebnisse dieser lassen sich einordnen, deswegen werden im nachstehenden Diagramm nur ausgewählte Kategorien, die mehrmals erwähnt wurden, dargestellt.

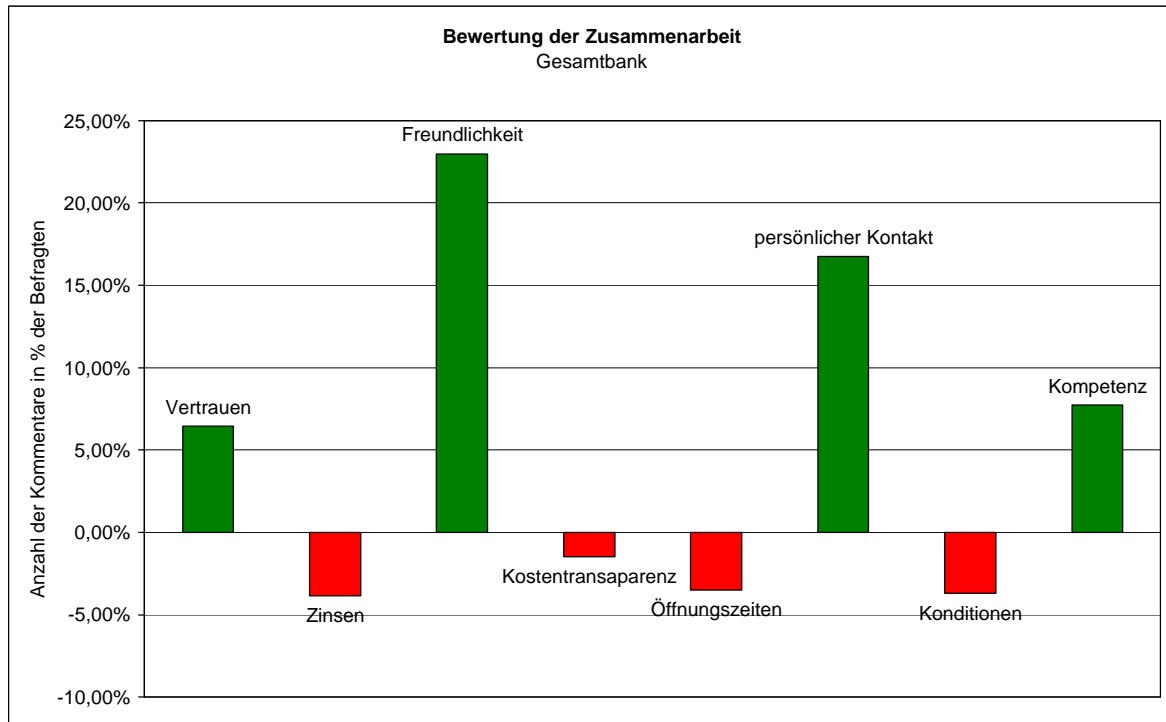


Abbildung 8: Bewertung der Zusammenarbeit- Ausgewählte Kategorien auf Gesamtbankebene

3,7% aller befragten Kunden sind mit ihren **Konditionen** nicht zufrieden und auch die **Zinsen** entsprechen nicht den Erwartungen. Zusätzlich werden **längere Öffnungszeiten** von 3,5 % der Befragten, sowie eine **erhöhte Kostentransparenz** von 1,5% der Befragten gefordert.

Insgesamt wurden jedoch deutlich mehr positive als negative Kommentare verfasst. Vor allem die **Freundlichkeit**, der **persönliche Kontakt**, **Kompetenz** und **Vertrauen** werden von den Kunden geschätzt.

Abkürzungsverzeichnis

KKC	Kommerzkunden Center
ROS	Raiffeisen Online Sparen
LV	Lebensversicherung
UV	Unfallversicherung
KFZ	Kraftfahrzeugversicherung
WP	Wertpapier
VVK	Kartenvorverkauf über Ö-Ticket
K.A.	keine Angabe