

Presseinformation

Wien, 28. Juni 2012

Bankkunden stellen easybank ein tolles Zeugnis aus Image- und Zufriedenheitswerte im Spitzenfeld unter Österreichs Banken

Die vor kurzem veröffentlichte - vom Online-Marktforschungsinstitut Marketagent.com in Kooperation mit dem WirtschaftsBlatt erhobene - Studie „Handels-Check Banken & Kreditinstitute“ weist für die easybank – die einzige Direktbank mit dem Angebot einer Vollbank - ein sensationelles Ergebnis aus.

Galten Direktbanken noch bis vor kurzem als Alternativ- bzw. Nischen-Banken, hat die easybank durch sehr gute Produkte und außergewöhnlichen Service nun bereits einen Marktanteil von 3% mit stark steigender Tendenz. In den für Kunden relevanten Imagewerten* (s.u.) liegt sie mit dem Indexwert 15,2 bereits an 3. Stelle, knapp hinter den Sparkassen (19,4) und Raiffeisen (24,5), und somit vor allen anderen Großbanken und dem Mitbewerber ING-DiBa. Ein schöner Erfolg im erst 15. Jahr ihres Bestehens.

Absolute Spitzenwerte erreichte die easybank bei den Kriterien Sympathie, als Trendsetter und Innovationsführer, beim interessanten Produktangebot und beim Preis-Leistungs-Verhältnis sowie in der Internet-Kompetenz. Obwohl kein persönlicher Kundenkontakt gegeben ist, steigerten sich auch die Werte für Service, Vertrauenswürdigkeit und Kompetenz um jeweils über 40% gegenüber 2011.

„Mit 2.000 Interviews bietet der Handels-Check eine äußerst belastbare Stichprobengröße, welche sowohl für den Gesamt-Markt als auch auf Kundenbasis valide Aussagen zulässt“ betont Thomas Schwabl, Geschäftsführer von Marketagent.com.

Die Ergebnisse von Marketagent.com bestätigen somit die erst im Mai veröffentlichte Studie im Auftrag des Finanz-Marketing Verbands Österreich, die für die easybank die höchste Weiterempfehlungsrate (41,1%) aller Banken gemessen hat, während dies bei den großen Filialbanken lediglich bei 22% (Raiffeisen, Sparkassen) und weniger liegt. Hierfür wurde der easybank zum zweiten Mal in Folge der Recommender Award für exzellente Kundenorientierung verliehen.

Die Fakten im Detail:

9,5% aller Befragten, d.s. 25% mehr als noch ein Jahr davor, haben bereits ein Produkt der easybank, fast so viele wie bei Volksbanken (11,9%) oder der Erste Bank (11,7%). Für 4,7% der Befragten ist die easybank bereits Hauptbankverbindung (+26% iVz. 2011).

Bei dem Imagekriterium **Sympathie** liegt die easybank hinter Raiffeisen und Sparkassen auf Rang 3 (13,6%), die easybank-Kunden stuften die easybank noch vor Raiffeisen auf Platz 1 (51,3%). Auch hier eine Steigerung von 33% gegenüber 2011.

Die **Vertrauenswürdigkeit** hat sich um über 40%, die **Kompetenz** sogar um 57% erhöht. Ein ähnliches Bild ergibt sich bei der Zuverlässigkeit (+43%).

Presseinformation

Wien, 28. Juni 2012

Bestwerte erhielt die easybank bei der „**Kompetenz im Internet**“. Hier liegt die easybank mit 31,0% unangefochten an der Spitze, während die Filialbanken um die 15% und darunter liegen.

Absolute Spitze ist die easybank als **Trendsetter und Innovationsführer** mit einer Steigerung von 29% und hat damit Raiffeisen und ING-DiBa überholt. Nicht überraschend daher, dass die easybank auch bei „**interessantem Produktangebot**“ mit einer Zunahme von 45% bereits an 3. Stelle liegt (bei den eigenen Kunden mit Abstand an erster Stelle).

Mit Abstand am besten schneidet die easybank bei dem Kriterium „**gutes Preis/Leistungs-Verhältnis**“ ab, sowohl in der Wahrnehmung des Gesamtmarktes (22,6%) als auch bei den easybank-Kunden (54%), wo alle anderen Banken im Schnitt nur bei rund 10% bzw. 20% (bezogen auf den Gesamtmarkt) liegen.

Das gleiche Bild zeigt sich bei „**günstige Konditionen**“. Auch dort liegt die easybank (24,6%) um mehr als 20% vor der ING-DiBa, und fast dreimal besser als die Filialbank Raiffeisen (9,5%). Noch dramatischer fällt der Vergleich in den jeweiligen Kundensegmenten aus: 54,5% vs. 15,1%.

Auch wenn es um die **aufstrebendste** (+32%) **Bank** geht, liegt die easybank unangefochten an der Spitze. Sie zählt zudem, fast erwartungsgemäß, zu den **coolsten** unter allen **Banken** (+34%).

87% der Befragten gaben an, dass sie tatsächlich bereits eine Empfehlung für die easybank ausgesprochen haben, während dies von den Kunden großer Banken im Schnitt nur ca. 50% getan haben. Auch in dieser Studie ist der **Zufriedenheitsgrad** der easybank-Kunden mit 98,1% signifikant höher als jener der Kunden großer Banken (Raiffeisen, Sparkassen 76,9%). Aufgrund dieser Werte wurde der easybank bereits zum zweiten Mal in Folge der Recommender Award für exzellente Kundenorientierung verliehen.

Aufgrund eines im Verhältnis zum Wettbewerb geringen Werbedrucks haben nur knapp 10% die Werbung der easybank bewusst wahrgenommen. Trotzdem wird die Werbung der easybank am gefälligsten von allen Banken bewertet (eine Zunahme von 42% gegenüber 2011, wo die neue Kampagne „Ich weiß, was ich will – und was ich nicht will“ gestartet wurde).

*nach Top-Box-Werten bei den 7 wichtigsten Kriterien für die Wahl einer Bank (Vertrauen, Zuverlässigkeit, Preis/Leistung, Kompetenz Berater, Eingehen auf Kunden, Konditionen, Kompetenz Unternehmen)

Rückfragen:
easybank AG
Telefon: 05 70 05-570
E-Mail: presse@easybank.at
www.easybank.at