

Der professionelle und zuvorkommende Umgang mit Kunden und Interessenten, verbunden mit einem Höchstmaß an Professionalität und Serviceorientierung, sind die obersten Qualitäts-Maximen im Private Banking.

## Mystery Shopping: Qualität auf dem Prüfstand



Die regelmäßige und detaillierte Überprüfung entsprechend definierter Qualitätsstandards ist in diesem Kontext eine wesentliche Voraussetzung für ein gleichbleibend hohes Leistungsniveau – unabhängig von einzelnen Standorten und Beratern einer Bank. Die Schoellerbank arbeitet in diesem sensiblen Bereich mit einem profunden Spezialisten zusammen: dem schweizerischen Beratungsunternehmen CONFIDUM. „mehr Vermögen“ sprach mit Dipl.-Kfm. Markus Bräckle, Managing Director bei CONFIDUM.

**mehr Vermögen:** Herr Dipl.-Kfm. Bräckle, was ist das Besondere an Mystery Shopping als Marktforschungstool?  
**Markus Bräckle:** Mystery Shopping (= „geheimer Kauf“) ist ein in der Bank-Praxis seit vielen Jahren etabliertes und bewährtes Instrument, das bei richtiger Anwendung sehr aussagekräftige Ergebnisse hinsichtlich der real erlebbaren Qualität in konkreten Kontakt- und Beratungsprozessen liefert. Durch den Einsatz möglichst authentischer Testkunden mit entsprechend korrespondierenden Testszenarien werden bei diesem Vorgehen im Rahmen von aktiv initiierten Beratungsterminen Teile von oder auch ganze Beraterorganisationen einer Bank auf Basis eines einheitlichen Bewertungsverfahrens überprüft und verglichen. Ziel ist die Identifizierung bestehender Optimierungspotenziale in einzelnen Teilbereichen sowie die permanente Qualitätsverbesserung der Gesamtorganisation im direkten Wettbewerbsvergleich.

Anders als bei der Überprüfung stark standardisierter und meist relativ kurzer Abläufe etwa im Verkaufsbereich eines Supermarktes, der Service-Hotline eines Telekommunikationsanbieters oder dem Kundenschalter einer Autovermietung steht bei der Bewertung von Beratungsprozessen im Private Banking der sehr individuelle und längere persönliche Kontakt zwischen Kunde und Berater im Fokus der Bewertung. Dies erfordert neben einer wesentlich selektiveren Auswahl der Testkäufer (Vita, Auftreten, Vorbildung, wirtschaftliche Verhältnisse etc.) auch ein deutlich differenziertes und detailliertes Vorgehen bei der abschließenden Bewertung.

**mehr Vermögen:** Worin sehen Sie die Stärken des Mystery Shopping-Ansatzes von CONFIDUM?  
**Markus Bräckle:** Für die CONFIDUM Financial Management Consultants AG, St. Gallen, ist der Bereich Private Banking seit vielen Jahren ein wesentlicher Schwerpunkt im Rahmen des Leistungsportfolios für Banken in fünf europäischen Kernmärkten. Die Durchführung professioneller Mystery Shoppings in diesem Bereich gehört seit nunmehr neun Jahren zur Methodik im Rahmen eines aktiven und objektiven Qualitätsmanagements unserer Kunden.

Durch den ausschließlichen Einsatz echter Private Banking-Kunden, das heißt Personen mit adäquatem persönlichem wie finanziellem Background und somit entsprechend authentischem Auftreten, gewährleisten wir ein Höchstmaß an Aussagekraft der generierten Ergebnisse. Das klingt vielleicht selbstverständlich, ist aber im Branchenvergleich eher die Ausnahme. Ein Beispiel aus einem anderen Bereich macht den Unterschied jedoch schnell deutlich: Wenn Sie einen Studenten zur Beurteilung eines Fünf-Sterne-Hotels schicken, wird dieser erwartungsgemäß bereits vom 500 Euro teuren Blumenbouquet in der Eingangshalle überwältigt sein – einem Tester, der sich aber ausschließlich in dieser Kategorie der Hotellerie bewegt, werden dagegen eher die bereits welken Baccara-Rosen so-

wie das trübe Blumenwasser im Kristall-Pokal auf fallen – beide Tester haben zwar das gleiche gesehen, aber aufgrund ihrer unterschiedlichen Vergleichsbasis komplett anders bewertet. Hieraus ergeben sich jedoch gerade im Bereich der Bewertung von „High-End-Dienstleistungen“, zu denen auch Private Banking zweifellos gehört, gravierende Unterschiede.

**mehr Vermögen:** Welchen Testparametern bzw. Ergebnissen ordnen Sie eine besondere Wichtigkeit zu?  
**Markus Bräckle:** CONFIDUM verfügt im Rahmen der regelmäßigen Durchführung von Mystery Shoppings sowohl bei international agierenden Private Banking-Anbietern als auch bei national bzw. regional verankerten Beratungshäusern über ein breit gefächertes Spektrum an Vergleichswerten als Basis für eine valide Einordnung individueller Testergebnisse im relevanten Wettbewerberumfeld. Dabei zeigt sich speziell bei überregional agierenden Unternehmen die größte Herausforderung weniger im Ausbleiben von Spitzenleistungen oder dem Auftreten von „Total-Ausfällen“ als vielmehr in einem flächendeckenden und kontinuierlichen Angebot einer soliden, d. h. im Wettbewerbsvergleich überdurchschnittlichen Beratungsqualität.

**mehr Vermögen:** Wie hat die Schoellerbank beim letzten Test abgeschnitten?  
**Markus Bräckle:** Ich darf Ihrem Haus ein großes Kompliment machen: Die Schoellerbank hat in diesem Kontext einen, auch im Rückblick mehrerer Jahre bis dato noch unerreichten Qualitätsstandard erreicht, der sich insbesondere durch das zuvor beschriebene Maß an homogener Beratungsqualität praktisch an allen Standorten deutlich vom Wettbewerb abhebt. Dies beginnt bei der ersten Kontaktaufnahme und Terminvereinbarung, zieht sich durch den gesamten Ablauf des Erstgesprächs hindurch bis zu den nachgelagerten Bemühungen um den Kunden bzw. die Ausarbeitung erster konkreter Lösungsvorschläge.

Mit anderen Worten – egal, ob der Kunde das Gespräch in Wien, Graz oder Salzburg suchte, die erlebbaren Qualitätsstandards, in Verbindung mit der individuellen Kompetenz der einzelnen Berater im Hause der Schoellerbank, waren landesweit durchgängig auf Top-Niveau.

Eine Anmerkung noch zur Aussagekraft von Mystery Shopping-Ergebnissen für Kunden oder potenzielle Interessenten: Die Durchführung eines landesweiten Tests ist vor dem Hintergrund der aufgezeigten Voraussetzungen, insbesondere im Hinblick auf den

hierfür zum Einsatz kommenden Tester-Panel, mit erheblichem Aufwand für die Bank in jeglicher Hinsicht (Test-Konzeption, Berater-Ressourcen) verbunden. Daher steht die Generierung realistischer, d.h. „ungeschönter“ Ergebnisse mit der Chance zur Ableitung konkreter Optimierungsmaßnahmen auch ganz klar im Fokus. Im Gegensatz zu fremd initiierten Tests, etwa durch Medien oder Wettbewerber, hat die Bank hierbei die Möglichkeit, sich ein sehr detailliertes Bild über das Zustandekommen der Ergebnisse zu bilden und die gewonnenen Erkenntnisse, zeitnah im Sinne einer optimalen Kundenbetreuung, in konkrete Handlungsmaßnahmen umzusetzen.

Mag. Rolf Reisinger  
Kommunikation und Presse



**Dipl.-Kfm. Markus Bräckle (40)**  
Managing Director der CONFIDUM AG, St. Gallen  
• Studium der Betriebswirtschaftslehre an der Universität Augsburg  
• Sechs Jahre Tätigkeit in Stab und Linie im Bereich Private Banking einer internationalen Großbank  
• Seit 2001 Management-Beratung für europäische Private Banking-Institute

**Ihre Meinung interessiert uns!**  
Wie beurteilen Sie die Qualität der Beratungsgespräche in der Schoellerbank? Sind Sie zufrieden? Oder gibt es Bereiche, die wir verbessern können?

Bitte schreiben Sie direkt an den Vorstandsvorsitzenden der Schoellerbank, Herrn Robert Zadrzil, eine E-Mail und schildern Sie Ihre Eindrücke – wir freuen uns auf Ihre Nachricht. Vielen Dank.

meinunganrobert.zadrzil@schoellerbank.at