

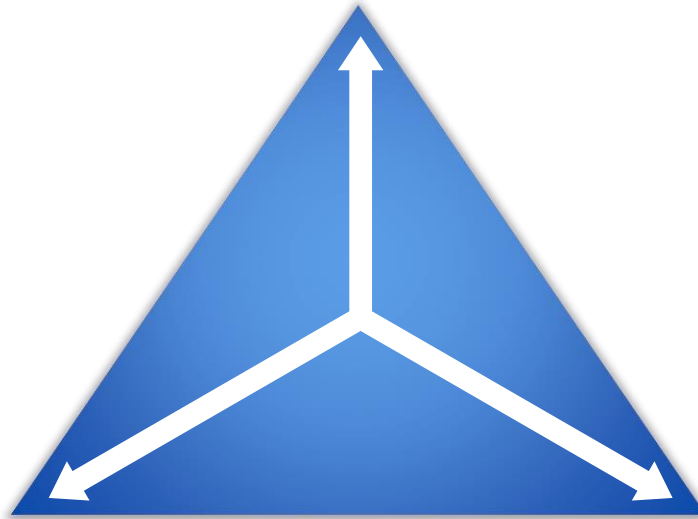
Grundlage für das Fairness-Prinzip ist das mandatorische Dreieck

Transparenz

Alle wesentlichen Informationen werden erläutert, selbst wenn es dazu führen könnte, dass sich Kunden gegen ein Angebot entscheiden.

Verständlichkeit

Der Abschluss wird nur empfohlen, wenn Kunden die wesentlichen Produktmerkmale verstanden haben.

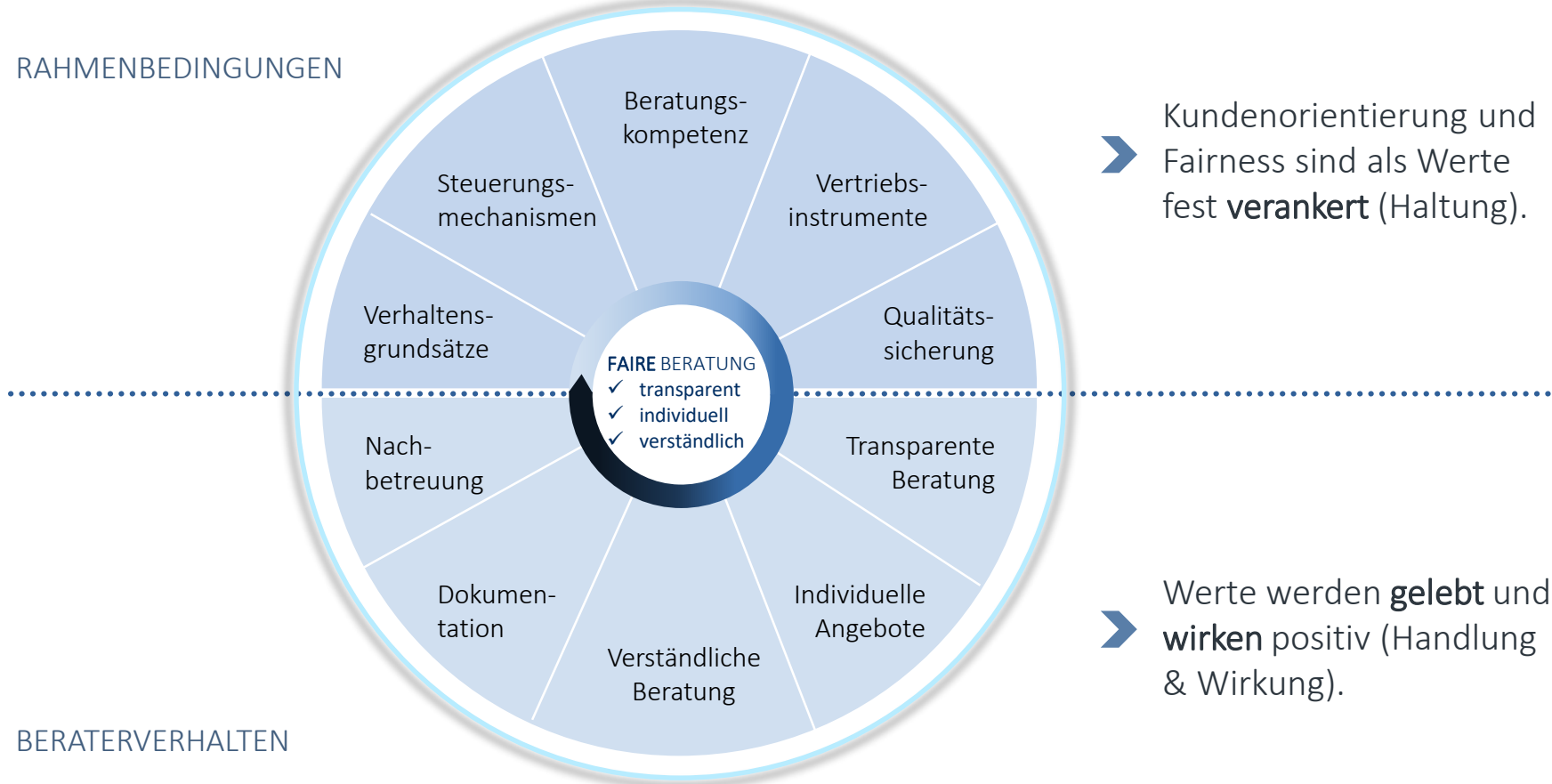


Individualität

Der individuelle Kundenbedarf wird korrekt ermittelt und es werden nur passende Produktlösungen angeboten.

Rahmenbedingungen und Beraterverhalten werden aufeinander abgestimmt

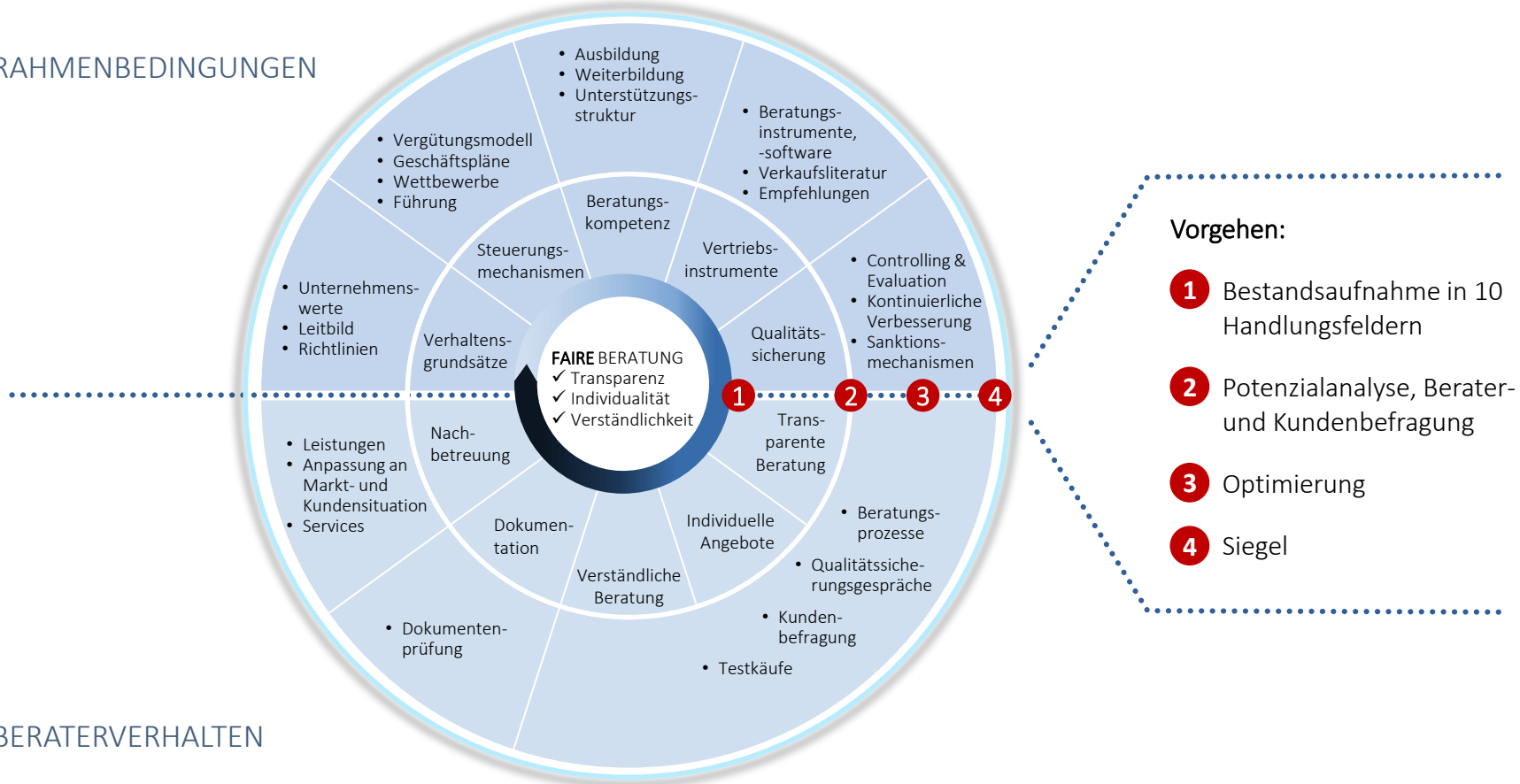
RAHMENBEDINGUNGEN



BERATERVERHALTEN

Das Fairness-Prinzip macht eine ganzheitliche 360°-Steuerung möglich

RAHMENBEDINGUNGEN



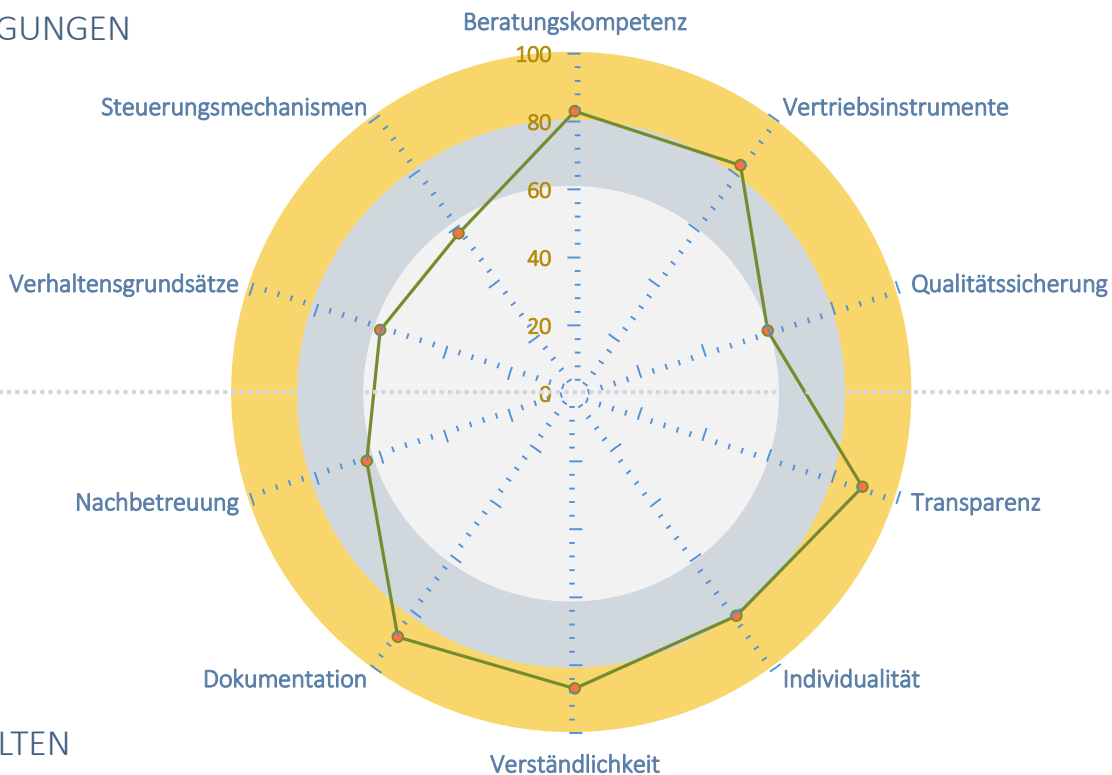
Vorgehen:

- 1 Bestandsaufnahme in 10 Handlungsfeldern
- 2 Potenzialanalyse, Berater- und Kundenbefragung
- 3 Optimierung
- 4 Siegel

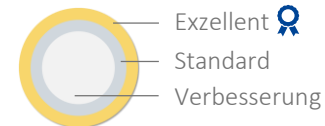
BERATERVERHALTEN

Der Fairness-Radar zeigt Stärken und Potenziale

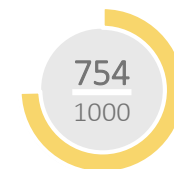
RAHMENBEDINGUNGEN



Ergebnisniveau

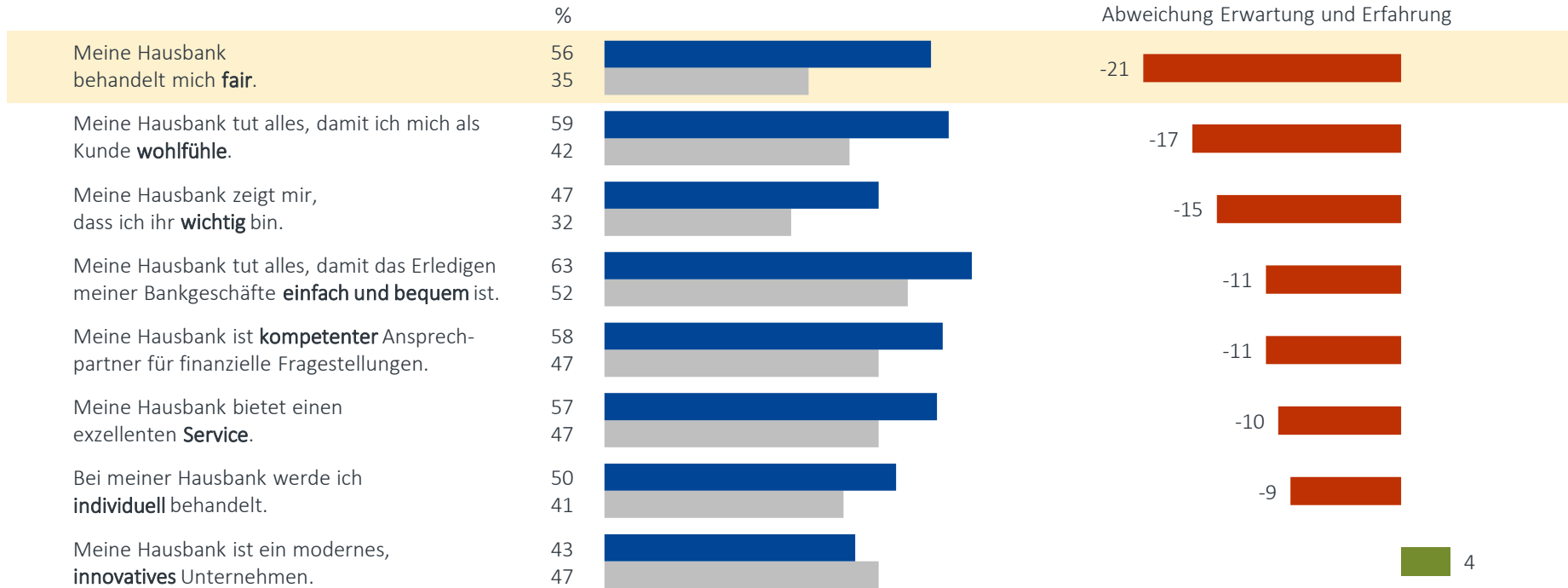


Gesamtscore



BERATERVERHALTEN

Fairness ist ein wesentlicher Faktor der Kundenorientierung



■ Wie wichtig ist Ihnen der folgende Faktor, damit Sie Ihre Bank als kundenorientiert wahrnehmen?

■ Wie zufrieden sind die Kunden aktuell mit der Erfüllung dieses Faktors bei ihrer Hausbank?

Eigene Darstellung auf Grundlage B. Frank & O. Mihm (2019): Das Kundenerlebnis entscheidet. Bankinformation 07/18 - IM-Privat- und Firmenkundenstudie, n = 2.014

Top Boxes = stimme (voll und ganz) zu, Durchschnitt aller Banken