



Unter den Banken auf Platz 3 der Kundenchampions: Hausbank München eG

München, 29. Mai 2009. *Krise? Jetzt erst recht! Während aus gegebenem Anlass so manches Unternehmen momentan die Frage nach der Kundenzufriedenheit eher scheut, setzen sich andere wiederum ganz offensiv damit auseinander. Der diesjährige Wettbewerb „Deutschlands Kundenchampions 2009“ belegte branchenübergreifend: Auch in schweren Krisenzeiten ist es möglich, die Kunden bei der Stange zu halten.*

Mainz scheint für freudige Ereignisse prädestiniert, nicht nur in der Karnevalszeit. Die rheinhessische Landes- und Weinhauptstadt war Ende Mai Schauplatz der diesjährigen Preisverleihung der deutschen Kundenchampions. Dabei herrschte in den Räumen der ehemaligen Sektkellerei Kupferberg beste Stimmung unter den geladenen Siegern, die es in das Ranking der Top 50 geschafft hatten.

Bereits zum zweiten Mal hatte sich die Hausbank München eG Bank für Haus- und Grundbesitz dem bundesweiten Wettbewerb „Deutschlands Kundenchampions“ gestellt. Er zeichnet branchenübergreifend die 50 kundenorientiertesten Unternehmen aus. Im Gegensatz zum letzten Jahr hat sich die Hausbank München sogar eine Doppelposition gesichert. Im offiziellen Ranking machte sie einen deutlichen Sprung nach vorne und belegte diesmal Platz 32 und 33. Mit Blick auf die teilnehmenden Banken bedeutet das bereits Platz 3 auf dem Siegereppchen.

Erstmals haben sich beide Leistungsbereiche - Markt und Wohnungswirtschaft – nicht nur am Urteil ihrer Kunden, sondern auch im Vergleich mit Unternehmen aus allen Branchen und allen Größenordnungen in Deutschland gemessen. Zusätzlich zum Kun-



denvotum wurde dabei eine intensive Unternehmensbefragung durch die Mainzer forum! Marktforschung GmbH in Bezug auf die Kundenbedürfnisse vorgenommen.

Warum hat die Hausbank München ihre Leistungsbereiche Markt und Wohnungswirtschaft separat testen lassen? „Wir adressieren zwei völlig unterschiedliche Zielgruppen: die privaten Immobilienbesitzer sowie die professionellen Immobilienunternehmen“, so Josef Schraufstetter, Vorstand der Hausbank München verantwortlich für das Kundengeschäft. „Dementsprechend differenzieren wir zwischen zwei unterschiedlichen Betreuungskonzepten für unsere Kunden.“

Der Leistungsbereich Markt bietet nachhaltige Lösungen für Immobilienbesitzer im Großraum München zum Erreichen ihrer wirtschaftlichen Ziele bei der Vermögensgestaltung, Altersvorsorge und Risikoabsicherung. Die Wohnungswirtschaft hingegen vermarktet über die Bankdienstleistungen hinaus bundesweit speziell für professionelle Immobilienverwalter auch Branchensoftware und IT-Services mit ihrem Rechenzentrum. „Dass beide Unternehmensbereiche Seite an Seite nahezu gleich bewertet wurden“, so Schraufstetter, „attestiert uns, dass unser Qualitätsanspruch hinsichtlich unserer Kundenbeziehung durchgängig ist.“

"Gerade jetzt in der Krise ist es für Unternehmen wichtig, ihre Kunden zu begeistern. Nur wer es schafft, aus zufriedenen auch treue Kunden zu machen, hat auf Dauer eine Chance, im Konkurrenzkampf zu bestehen", fasst 'impulse'-Chefredakteur Dr. Nikolaus Förster zusammen.