

DOKUMENTATION – Zusammenfassung

Studie: Direktbanken 2019



„Mehr Transparenz – mehr Kundennähe“
Hamburg, 24. April 2019

UNTERNEHMEN KONTAKT

DEUTSCHES INSTITUT
FÜR SERVICE-QUALITÄT



Dorotheenstraße 48
22301 Hamburg
Fon: 040 27 88 91 48 11
Fax: 040 27 88 91 48 91
m.hamer@disq.de
www.disq.de

Markus Hamer
Geschäftsführender
Gesellschafter

DEUTSCHES INSTITUT
FÜR SERVICE-QUALITÄT



Dorotheenstraße 48
22301 Hamburg
Fon: 040 27 88 91 48 12
Fax: 040 27 88 91 48 91
b.moeller@disqmedia.de
www.disq.de

Bianca Möller
Geschäftsführerin
DISQ Media

Die folgenden Seiten sind ein Auszug. Die Gesamtdokumentation unterliegt einer Schutzgebühr in Höhe von 400 Euro (zzgl. MwSt.).

Sitz	Hamburg
Gründung	Juni 2006
Ziele	Transparenz schaffen; Verbesserung der Servicequalität in Deutschland
Status	Privatwirtschaftliches Institut (ohne öffentliche Zuschüsse), verbraucherorientiert, unabhängig (keine Studien im Auftrag von Unternehmen)
Ausrichtung	Mediendienstleister für TV-Sender sowie Publikums- und Fachpresse
Aufgabenfeld	Durchführung von Servicestudien, Tests und Kundenbefragungen auf Basis standardisierter, objektiver und aktueller Marktforschungsmethodik
Mitarbeiter	Expertenteam aus Ökonomen, Soziologen und Psychologen sowie rund 1.500 geschulte Tester in ganz Deutschland
Beirat	Jochen Dietrich / n-tv Nachrichtenfernsehen, Marianne Voigt / Unternehmerin, Aufsichtsrat, Prof. Peter Wippermann / Trendforscher

Inhaltsverzeichnis

Die folgenden Seiten sind ein Auszug. Die Gesamtdokumentation unterliegt einer Schutzgebühr in Höhe von 400 Euro (zzgl. MwSt.).

	Seite
1. Zahlen und Fakten zur Studie	5
2. Fazit	9
3. Die besten Unternehmen	10
4. Gesamtergebnis	11
5. Stärken und Schwächen der Branche	17
Telefonischer Service	18
Service per E-Mail	19
Internetauftritt	20
Konditionenanalyse	21
Sicherheit im Internet	22
6. Ergebnisse der Unternehmen	23
Serviceanalyse	23
Konditionenanalyse	25
Sicherheit im Internet	27
7. Methodik	29
Serviceanalyse	31
Konditionenanalyse	40
Sicherheit im Internet	43
Anhang	44

1. Zahlen und Fakten zur Studie

Studienumfang	9 Direktbanken
Studienzeitraum	Januar bis März 2019
Studienkonzept	Erstellung in Zusammenarbeit mit Prof. Dr. Thomas Liebetruth (OTH Regensburg)
Analysebereiche	Service, Konditionen, Sicherheit im Internet
Serviceanalyse	Mystery-Tests, insgesamt 279 Servicekontakte (31 je Anbieter) <ul style="list-style-type: none">■ 90 Analysen der telefonischen Kontaktqualität (10 je Anbieter)■ 90 Analysen der E-Mail-Beantwortung (10 je Anbieter)■ 9 Inhaltsanalysen der Internetauftritte (1 je Anbieter)■ 90 Betrachtungen der Internetauftritte durch geschulte Nutzer (10 je Anbieter)
Konditionenanalyse	Umfassende Bewertung aktueller Konditionen zu den Bankprodukten Zahlungsverkehr, Brokerage, Tagesgeld, Ratenkredit und Baufinanzierung. Die Datenerhebung erfolgte bei jedem Finanzinstitut im Zuge einer offiziellen Anfrage (Datenstand 1. März 2019).

1. Zahlen und Fakten zur Studie

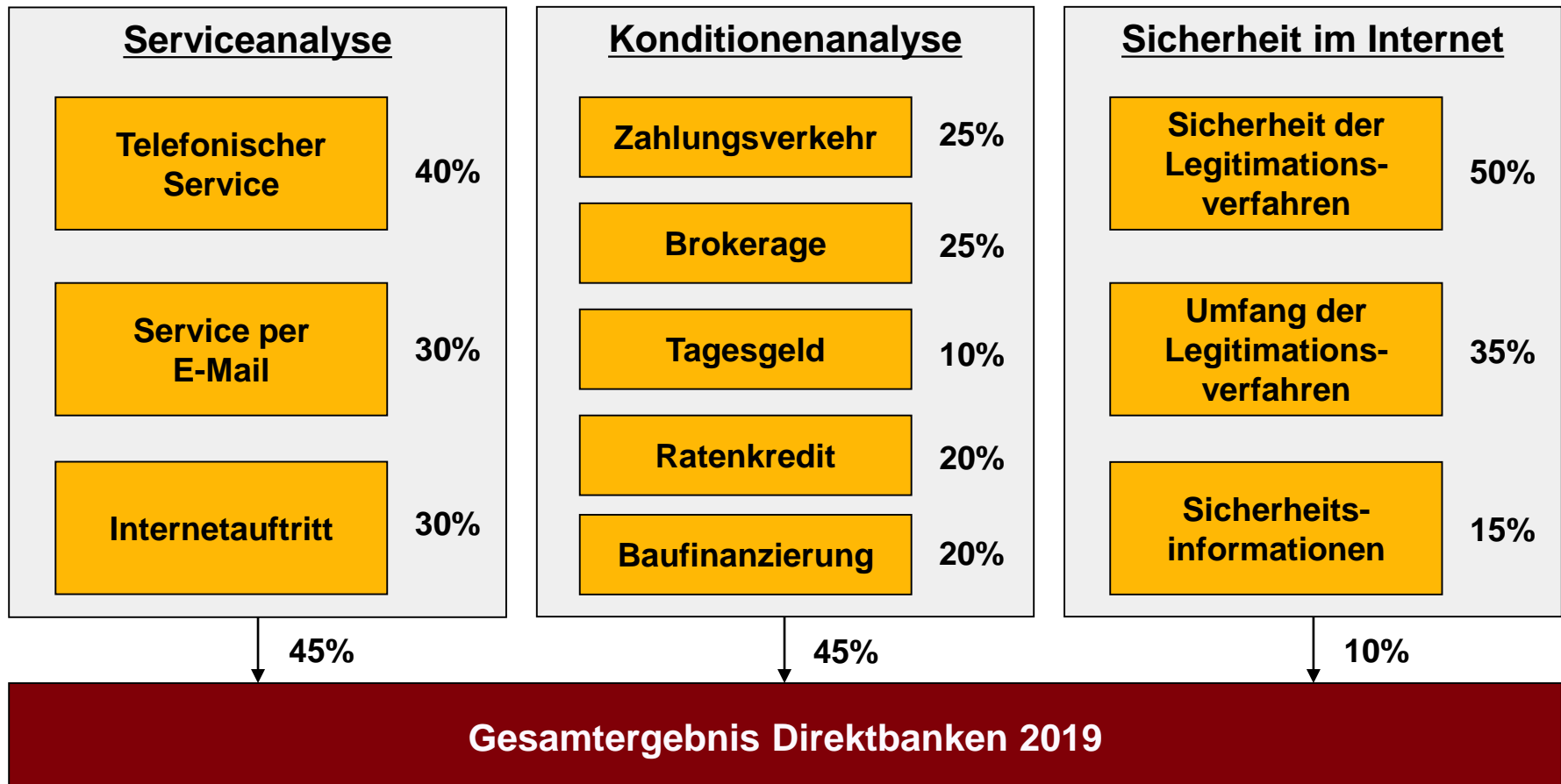
Sicherheit im Internet

Bewertung des Umfangs und der Sicherheit der Legitimationsverfahren, die von den Unternehmen eingesetzt wurden; Gegenstand der Prüfung waren die unterschiedlichen TAN-Verfahren, zusätzliche Sicherheitsvorkehrungen (z. B. die Möglichkeit ein individuelles Auftragslimit einzurichten) und Sicherheitsgarantien der Banken. Die Verfügbarkeit von Sicherheitsinformationen floss ebenfalls in die Analyse ein. Die Datenerhebung erfolgte bei jedem Finanzinstitut im Zuge einer offiziellen Anfrage (Datenstand: 1. März 2019).

1. Zahlen und Fakten zur Studie

Bewertungskriterien und Gewichtungen

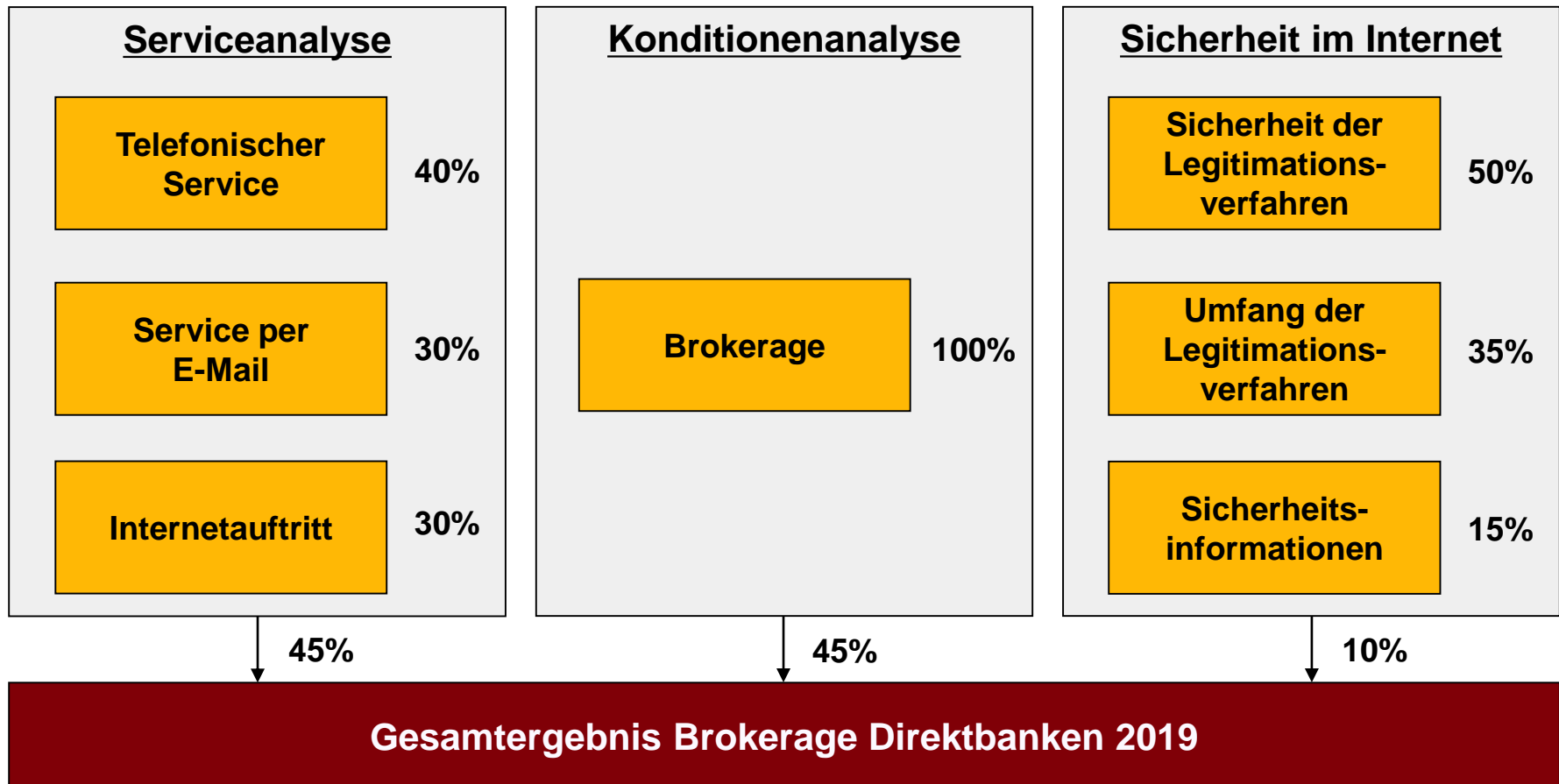
Analyse Direktbanken 2019



1. Zahlen und Fakten zur Studie

Bewertungskriterien und Gewichtungen

Analyse Brokerage Direktbanken 2019



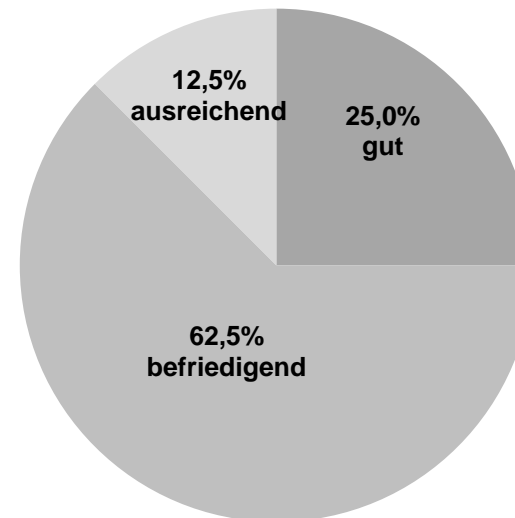
3. Die besten Unternehmen

	1. Platz	2. Platz	3. Platz
Gesamtergebnis Direktbanken	Comdirect Bank	1822direkt	DKB Deutsche Kreditbank
Gesamtergebnis Brokerage Direktbanken	Comdirect Bank	1822direkt	Norisbank
Serviceanalyse	Comdirect Bank	1822direkt	ING
Telefonischer Service	Comdirect Bank	1822direkt	Netbank
Service per E-Mail	1822direkt	Comdirect Bank	ING
Internetauftritt	1822direkt	Comdirect Bank	Postbank
Konditionenanalyse	DKB Deutsche Kreditbank	Volkswagen Bank	Comdirect Bank
Zahlungsverkehr	DKB Deutsche Kreditbank	Comdirect Bank	ING
Brokerage	Postbank	Norisbank	Comdirect Bank
Tagesgeld	DKB Deutsche Kreditbank	Volkswagen Bank	Norisbank
Ratenkredit	ING	Comdirect Bank	Volkswagen Bank
Baufinanzierung	1822direkt, Comdirect Bank, Consorsbank, Volkswagen Bank	-	-
Sicherheit im Internet	DKB Deutsche Kreditbank	1822direkt	Postbank

4. Gesamtergebnis Direktbanken

Gesamtergebnis Direktbanken			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	Comdirect Bank	75,3	gut
2	1822direkt	71,0	gut
3	DKB Deutsche Kreditbank	68,2	befriedigend
4	Volkswagen Bank	67,1	befriedigend
5	Consorsbank	64,1	befriedigend
6	ING	62,9	befriedigend
7	Norisbank	60,7	befriedigend
8	Postbank	56,8	ausreichend
-	Netbank**	-	-
	Branche (Mittelwert)	65,8	

Verteilung der Qualitätsurteile***



100,0 - 80,0 Punkte = sehr gut; 79,9 - 70,0 Punkte = gut; 69,9 - 60,0 Punkte = befriedigend; 59,9 - 40,0 Punkte = ausreichend; 39,9 - 0,0 Punkte = mangelhaft

- * Punkte auf einer Skala von 0 bis 100 (100 Punkte sind maximal erreichbar). Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben. Unterschiedliche Ränge trotz gleicher Punktzahl werden durch Unterschiede im Nachkommastellenbereich verursacht.
- ** Dieses Institut beantwortete die offizielle Unternehmensanfrage zur Konditionenanalyse und Sicherheit im Internet nicht und konnte in diesen Bereichen sowie im Gesamtergebnis nicht berücksichtigt werden.
- *** Eine Abweichung von 100 Prozent ist auf die Darstellung gerundeter Werte zurückzuführen.

4. Gesamtergebnis Direktbanken

Gesamtergebnis Direktbanken			Service- analyse		Konditionen- analyse		Sicherheit im Internet	
100%			45%		45%		10%	
Rang	Unternehmen	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*
1	Comdirect Bank	75,3	1	81,8	3	68,0	6	79,0
2	1822direkt	71,0	2	81,1	4	57,1	2	88,0
3	DKB Deutsche Kreditbank	68,2	9	60,3	1	70,9	1	92,0
4	Volkswagen Bank	67,1	8	62,4	2	68,8	4	80,0
5	Consorsbank	64,1	4	70,1	6	54,8	6	79,0
6	ING	62,9	3	71,9	5	55,7	8	55,0
7	Norisbank	60,7	5	67,8	7	49,4	4	80,0
8	Postbank	56,8	6	65,0	8	42,5	3	84,0
-	Netbank**	-	7	63,8	-	-	-	-
	Branche (Mittelwert)	65,8		69,4		58,4		79,6

100,0 - 80,0 Punkte = sehr gut; 79,9 - 70,0 Punkte = gut; 69,9 - 60,0 Punkte = befriedigend; 59,9 - 40,0 Punkte = ausreichend; 39,9 - 0,0 Punkte = mangelhaft

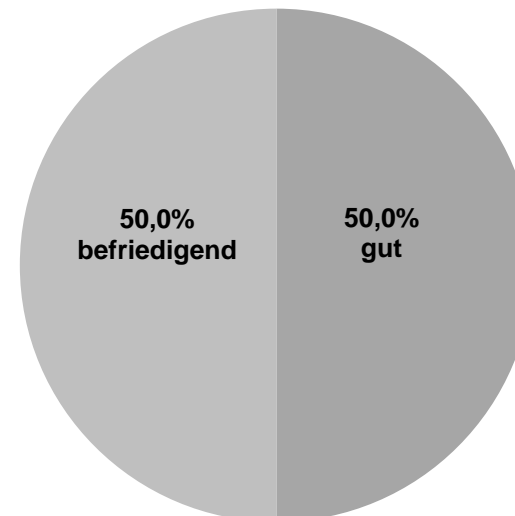
* Punkte auf einer Skala von 0 bis 100 (100 Punkte sind maximal erreichbar). Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben. Unterschiedliche Ränge trotz gleicher Punktzahl werden durch Unterschiede im Nachkommastellenbereich verursacht.

** Dieses Institut beantwortete die offizielle Unternehmensanfrage zur Konditionenanalyse und Sicherheit im Internet nicht und konnte in diesen Bereichen sowie im Gesamtergebnis nicht berücksichtigt werden.

4. Gesamtergebnis Brokerage Direktbanken

Gesamtergebnis Brokerage Direktbanken			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	Comdirect Bank	73,5	gut
2	1822direkt	73,5	gut
3	Norisbank	70,7	gut
4	Postbank	70,2	gut
5	Consorsbank	68,1	befriedigend
6	DKB Deutsche Kreditbank	65,1	befriedigend
7	ING	63,9	befriedigend
8	Volkswagen Bank	63,8	befriedigend
-	Netbank**	-	-
	Branche (Mittelwert)	68,6	

Verteilung der Qualitätsurteile***



100,0 - 80,0 Punkte = sehr gut; 79,9 - 70,0 Punkte = gut; 69,9 - 60,0 Punkte = befriedigend; 59,9 - 40,0 Punkte = ausreichend; 39,9 - 0,0 Punkte = mangelhaft

* Punkte auf einer Skala von 0 bis 100 (100 Punkte sind maximal erreichbar). Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben. Unterschiedliche Ränge trotz gleicher Punktzahl werden durch Unterschiede im Nachkommastellenbereich verursacht.
 ** Dieses Institut beantwortete die offizielle Unternehmensanfrage zur Konditionenanalyse und Sicherheit im Internet nicht und konnte in diesen Bereichen sowie im Gesamtergebnis nicht berücksichtigt werden.
 *** Eine Abweichung von 100 Prozent ist auf die Darstellung gerundeter Werte zurückzuführen.

4. Gesamtergebnis Brokerage Direktbanken

Gesamtergebnis Brokerage Direktbanken			Service- analyse		Konditionen- analyse		Sicherheit im Internet	
100%			45%		45%		10%	
Rang	Unternehmen	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*
1	Comdirect Bank	73,5	1	81,8	3	64,0	6	79,0
2	1822direkt	73,5	2	81,1	6	62,6	2	88,0
3	Norisbank	70,7	5	67,8	2	71,6	4	80,0
4	Postbank	70,2	6	65,0	1	72,2	3	84,0
5	Consorsbank	68,1	4	70,1	5	63,7	6	79,0
6	DKB Deutsche Kreditbank	65,1	9	60,3	4	63,9	1	92,0
7	ING	63,9	3	71,9	8	57,9	8	55,0
8	Volkswagen Bank	63,8	8	62,4	7	61,5	4	80,0
-	Netbank**	-	7	63,8	-	-	-	-
	Branche (Mittelwert)	68,6		69,4		64,7		79,6

100,0 - 80,0 Punkte = sehr gut; 79,9 - 70,0 Punkte = gut; 69,9 - 60,0 Punkte = befriedigend; 59,9 - 40,0 Punkte = ausreichend; 39,9 - 0,0 Punkte = mangelhaft

* Punkte auf einer Skala von 0 bis 100 (100 Punkte sind maximal erreichbar). Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben. Unterschiedliche Ränge trotz gleicher Punktzahl werden durch Unterschiede im Nachkommastellenbereich verursacht.

** Dieses Institut beantwortete die offizielle Unternehmensanfrage zur Konditionenanalyse und Sicherheit im Internet nicht und konnte in diesen Bereichen sowie im Gesamtergebnis nicht berücksichtigt werden.

7. Methodik

Hintergrund der Studie

Die Zahl der Direktbank-Kunden ist in Deutschland im letzten Jahr auf 11,23 Millionen angestiegen.* Charakteristisch ist, dass die Kontoführung und auch der Service online oder telefonisch erfolgt, da Direktbanken keine Filialen unterhalten.** Dieser Kostenvorteil kann an den Konsumenten weitergegeben werden. Eine Online-Verwaltung von Giro-, Festgeld-, Tagesgeld- und Bausparkonten, Brokerage bis zu Krediten ist zudem aus Konsumentensicht bequem.

Die aktuelle Niedrigzinsphase führt dazu, dass festverzinsliche Produkte (insbesondere das Festgeld- und Tagesgeldkonto) zunehmend unattraktiv werden.*** Der Deutsche Sparkassen- und Giroverband fand heraus, dass Wertpapiere neben Immobilien in dieser Zeit als gute Geldanlageformen für Anleger und Sparer angesehen werden.**** Aus diesem Grund wird der Bereich Brokerage in dieser Studie separat betrachtet.

Im Rahmen einer umfassenden Untersuchung wird überprüft, welche Direktbank den besten Service, das beste Angebot sowie die beste Sicherheit im Internet anbietet.

* Vgl. IfD Allensbach (2018): online unter: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/170960/umfrage/kunde-einer-direktbank-einstellung/> (Abrufdatum: 16.01.2019).

** Vgl. Gabler Wirtschaftslexikon (2019): Direktbank, online unter: <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/direktbank-29949> (Abrufdatum: 16.01.2019).

*** Vgl. Bundeszentrale für politische Bildung (2019): Niedrigzinspolitik, online unter: <http://www.bpb.de/nachschlagen/lexika/lexikon-der-wirtschaft/20164/niedrigzinspolitik> (Abrufdatum: 09.01.2019).

**** Vgl. Deutscher Sparkassen- und Giroverband (2018): Die Deutschen und ihr Geld Vermögensbarometer 2018, S. 12f., abgerufen unter: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/935785/umfrage/umfrage-zu-in-einer-niedrigzinsphase-geeigneten-geldanlagen/> (Abrufdatum: 09.01.2019).

7. Methodik

Untersuchungsumfang

Im Rahmen dieser Studie wurden die bedeutendsten Direktbanken untersucht. Für die Aufnahme in das Sample war relevant, dass die Institute keine Filialberatung anbieten, an einen Einlagensicherungsfonds angeschlossen sind und als Universalbank fungieren und somit vielfältige Dienstleistungen in ihrem Portfolio haben.* Neben dem getesteten Produktbereich Brokerage mussten von den Unternehmen mindestens vier der folgenden Produktbereiche: Zahlungsverkehr, Tagesgeld, Festgeld, Ratenkredite und Baufinanzierung angeboten werden. Die Auswahl der Direktbanken wurde auf Basis der Daten des Webtraffic-Analysedienstes Alexa überprüft.**

Die Untersuchungsauswahl umfasste die folgenden neun Unternehmen:

- 1822direkt
- Comdirect Bank
- Consorsbank
- DKB Deutsche Kreditbank
- ING
- Netbank***
- Norisbank
- Postbank****
- Volkswagen Bank****

* Vgl. Definitionen unter <http://www.wirtschaftslexikon24.com/d/universalbank/universalbank.htm> (Abrufdatum: 08.01.2019).

** Online unter: <https://www.alex.com/siteinfo>.

*** Dieses Institut bot zum Zeitpunkt der Untersuchung kein Tages- und kein Festgeld an, jedoch ein kundenfreundliches Substitut in Form eines verzinsten Girokontos.

**** Dieses Institut wurde aufgrund seiner Historie als Direktbank resp. Eigendarstellung trotz vorhandener Filialen mit in das Untersuchungssample aufgenommen.

7. Methodik

Serviceanalyse – Rollenspiele

Bei den Mystery-Tests verwendeten die geschulten Testkunden für die Anfragen per Telefon und E-Mail spezifische Rollenspiele mit Fragestellungen aus den Produktbereichen: Zahlungsverkehr, Brokerage, Tagesgeld, Ratenkredit sowie Sicherheit des Online-Bankings. Alle Anfragen wurden auf Interessentenbasis gestellt und hatten unter anderem folgende Themen zum Inhalt:

- Ablauf Kontoeröffnung
- Voraussetzungen für die Aufnahme eines Ratenkredits
- Depot-Übertragung
- Sicherer Umgang beim Online-Banking sowie beim Banking per App
- PSD2-Richtlinie
- Eigenschaften des Tagesgeld-Kontos
- Nutzung einer Banking-App
- Unberechtigte Abbuchungen von der Kreditkarte

7. Methodik

Serviceanalyse – Untersuchungskriterien

Telefonischer Service	100,0%	
Beratungskompetenz		30,0%
Richtigkeit der Aussagen	7,0%	
Vollständigkeit der Aussagen	6,0%	
Strukturierte Beratung	4,0%	
Individuelle Beratung	5,0%	
Inhaltliche Verständlichkeit	4,0%	
Glaubwürdigkeit des Beraters	4,0%	
Lösungsqualität		20,0%
Gezielte Bedarfsanalyse	5,0%	
Bedarfsgerechte Antworten	5,0%	
Aufzeigen des Kunden- oder Produktnutzens	4,0%	
Relation Gesprächsdauer und -ergebnis	2,0%	
Einfache Lösung des Anliegens	4,0%	

7. Methodik

Serviceanalyse – Untersuchungskriterien

Telefonischer Service (Fortsetzung)		
Kommunikationsqualität		20,0%
Vollständige Meldeformel	1,5%	
Positive Gesprächseröffnung	1,5%	
Namensansprache	1,0%	
Aktive Gesprächsführung	2,5%	
Interaktionsqualität	2,5%	
Freundlichkeit	4,0%	
Motivation	3,0%	
Akustische Verständlichkeit	1,5%	
Positive Formulierungen	1,0%	
Positive Verabschiedung	1,5%	
Wartezeiten und Erreichbarkeit		20,0%
Zustande gekommene Gespräche im Erstkontakt	7,0%	
Durchschnittliche Wartezeit	7,0%	
Gesprächsannahme innerhalb von 20 Sekunden	3,0%	
Wöchentliche Erreichbarkeit	3,0%	
Beratungserlebnis		10,0%
Authentischer Berater	2,0%	
Gesprächsatmosphäre/Wohlfühlfaktor	2,0%	
Mehrwert der Beratung	2,0%	
Erinnerungswert	4,0%	

7. Methodik

Serviceanalyse – Untersuchungskriterien

Service per E-Mail	100,0%	
Beratungskompetenz		35,0%
Richtigkeit der Aussagen	7,0%	
Vollständigkeit der Aussagen	6,0%	
Strukturierte Darstellung	4,0%	
Individuelle Antworten	6,0%	
Inhaltliche Verständlichkeit	4,5%	
Souveränität	4,5%	
Orthografisch und grammatikalisch fehlerfreie Antwort	3,0%	
Lösungsqualität		20,0%
Bedarfsgerechte Antworten	6,0%	
Aufzeigen des Kunden- und Produktnutzens	4,0%	
Konsistente Darstellung	1,0%	
Relation Antwortumfang und -ergebnis	4,0%	
Einfache Lösung des Anliegens	5,0%	

7. Methodik

Serviceanalyse – Untersuchungskriterien

Service per E-Mail (Fortsetzung)		
Kommunikationsqualität		20,0%
Eindeutige Absenderkennung	1,0%	
Betreffzeile entspricht Ursprungsanfrage	1,0%	
Anfragetext in Antwort enthalten	1,5%	
Positiver Einstieg	1,0%	
Anrede mit Namen	2,0%	
Dank für die Kontaktaufnahme	2,0%	
Freundlichkeit der Antwort	3,0%	
Optische Gestaltung	2,0%	
Positive Formulierungen	2,0%	
Aktives Gesprächsangebot	1,0%	
Positive Verabschiedung	2,0%	
Nennung wichtiger Kontaktdaten	1,5%	
Wartezeiten und Erreichbarkeit		20,0%
Zusendung einer Empfangsbestätigung	3,0%	
Eingegangene Antwort	7,0%	
Dauer bis zum Erhalt der Antwort	7,0%	
Zusendung einer Antwort in 24 Stunden	3,0%	
Beratungserlebnis		5,0%
Mehrwert der Antwort	1,5%	
Erinnerungswert	3,5%	

7. Methodik

Serviceanalyse – Untersuchungskriterien

Internetauftritt		100,0%
Inhaltsanalyse		50,0%
Nutzerbetrachtung		50,0%

Inhaltsanalyse Internet		100,0%
Spezielle Informationen und Funktionen		50,0%
Anzahl der Finanztools/Rechner (z. B. Zinsrechner, Tilgungsratenrechner, Ratenkreditrechner, Fondsrechner, Aktienkursrechner)	5,0%	
Preisverzeichnis	4,0%	
Demokonto	4,0%	
Angebot Mobile Banking	4,0%	
Finanz-Community	4,0%	
Finanzinformationen/Tools (Research/News)	4,0%	
Informationen zur Einlagensicherung	3,0%	
Musterdepot/Watchlist	3,0%	
Fondssuche	3,0%	
Podcast/Video zu Produkten	1,0%	
Anzahl Klicks bis zum Preisverzeichnis	5,0%	
Anzahl Klicks bis zur Fondssuche	5,0%	
Anzahl Klicks bis zum Freistellungsauftrag	5,0%	

7. Methodik

Serviceanalyse – Untersuchungskriterien

Inhaltsanalyse Internet (Fortsetzung)		
Allgemeine Informationen		30,0%
AGB/Rechtliches	4,0%	
FAQ/Hilfebereich	3,5%	
Glossar	3,5%	
Sitemap/Seitenbeschreibung	3,0%	
Suchfunktion	3,0%	
Newsletter	3,0%	
Anzahl Klicks bis zu den AGB/zum Rechtlichen	5,0%	
Anzahl Klicks bis zu den FAQ/zum Hilfebereich	5,0%	
Kontaktinformationen		20,0%
Telefonnummer (außerhalb des Impressums/der AGB)	1,5%	
Hinweis auf telefonische Erreichbarkeit	1,5%	
Call-Back-Service	2,0%	
E-Mail-Adresse (außerhalb des Impressums/der AGB)	1,5%	
Allgemeines Kontaktformular	1,5%	
Postanschrift (außerhalb des Impressums/der AGB)	2,0%	
Explizite Kritik-Möglichkeit	3,0%	
Social-Media-Auftritt (Facebook, Twitter, Forum etc.)	1,0%	
Direct-Messaging (Chat, Skype, WhatsApp)	1,0%	
Anzahl Klicks bis zur Telefonnummer	2,5%	
Anzahl Klicks bis zur E-Mail Adresse/zum Kontaktformular	2,5%	

7. Methodik

Serviceanalyse – Untersuchungskriterien

Nutzerbetrachtung Internet		100,0%
Bedienungsfreundlichkeit		50,0%
Einfache und intuitive Navigation	16,7%*	
Übersichtlichkeit des Internetauftritts	16,7%*	
Optisch ansprechender Gesamteindruck	16,7%*	
Inhalte		50,0%
Strukturierung der Inhalte	16,7%*	
Verständlichkeit der Inhalte	16,7%*	
Umfang der Inhalte	16,7%*	

* Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben.

7. Methodik

Serviceanalyse – Getestete Kontaktkanäle

Unternehmen	Telefonnummer	E-Mail-Adresse	Internetseite
1822direkt	069 5050930	info@1822direkt.de / Kontaktformular	www.1822direkt.de
Comdirect Bank	04106 7088	info@comdirect.de / Kontaktformular	www.comdirect.de
Consorsbank	0911 3693000	info@consorsbank.de / Kontaktformular	www.consorsbank.de
DKB Deutsche Kreditbank	030 12030000	info@dkb.de / Kontaktformular	www.dkb.de
ING	069 50500105 / 069 50500106	info@ing.de / Kontaktformular	www.ing-diba.de
Netbank	0821 5015 611	info@netbank.de / Kontaktformular	www.netbank.de
Norisbank	030 31066000	service@norisbank.de / Kontaktformular	www.norisbank.de
Postbank	0228 55005533	mail@postbank.de, direkt@postbank.de / Kontaktformular	www.postbank.de
Volkswagen Bank	0531 212-859508 / 0531 212-859503 / 0531 212-859509 / 0531 212-859504	info@volkswagenbank.de / Kontaktformular	www.vfws.de
Testzeitraum	4. Februar - 25. Februar 2019	4. Februar - 27. Februar 2019	4. Februar - 4. März 2019

7. Methodik

Konditionenanalyse – Vorgehensweise

Im Rahmen einer umfassenden Konditionenanalyse (Stand: 1. März 2019) wurden die Produktbereiche Zahlungsverkehr, Brokerage, Tagesgeld, Ratenkredit und Baufinanzierung untersucht. Alle untersuchten Banken sind dem Einlagensicherungsfonds angeschlossen. Daher wurde die Einlagensicherheit bei der Analyse nicht berücksichtigt. Es wurden die Konditionen analysiert, die einem Kunden online zur Verfügung standen. Befristete Aktionen, die der Neukundengewinnung dienten, wurden nicht bewertet. Die Erhebung der jeweiligen Konditionen erfolgte über eine offizielle Anfrage an die Pressestellen der Unternehmen.

Im Bereich Zahlungsverkehr basierte die Datenermittlung auf folgenden Annahmen:

- Monatlicher Zahlungseingang: 1.500 Euro
- Fünf Online-Überweisungen pro Monat

Im Bereich Baufinanzierung basierte die Datenermittlung auf folgenden Annahmen:

- Angestellter (verheiratet); Finanzierung eines selbstgenutzten Eigenheims
- Beleihungswert der Immobilie: 350.000 Euro; Beleihungsauslauf: 80,0 Prozent
- Gewünschte Darlehenssumme: 280.000 Euro; Auszahlung: 100,0 Prozent
- Tilgungssatz*: 2,0 Prozent; Laufzeit: 10 Jahre

* Vgl. online unter: <https://www.hauskredite.de/lexikon/tilgungssatz/> (Abrufdatum 14.01.2019).

7. Methodik

Konditionenanalyse – Untersuchungskriterien

Konditionenanalyse		100,0%
Zahlungsverkehr		25,0%
Monatliche Grundgebühr	5,0%	
Habenzins bei 1.500 Euro Guthaben	5,0%	
Sollzins bei 1.000 Euro Überziehung (genehmigter Dispo)	5,0%	
Sollzins bei 1.000 Euro Überziehung (nicht genehmigter Dispo)	5,0%	
Kosten Kreditkarte Standard	2,5%	
Kostenloses Jugendgirokonto im Angebot	2,5%	
Brokerage		25,0%
Kosten einer telefonischen Aktienorder* (Xetra) – Ordervolumen: 1.000 Euro	2,5%	
Kosten einer Online-Aktienorder (Xetra): Ordervolumen: 1.000 Euro	2,5%	
Kosten einer telefonischen Aktienorder* (Xetra) – Ordervolumen: 5.000 Euro	2,5%	
Kosten einer Online-Aktienorder (Xetra): Ordervolumen: 5.000 Euro	2,5%	
Kosten einer telefonischen Aktienorder* (Xetra) – Ordervolumen: 10.000 Euro	2,5%	
Kosten einer Online-Aktienorder (Xetra): Ordervolumen: 10.000 Euro	2,5%	
Depotgebühren pro Jahr (Bestand 5.000 Euro, 4 Orders pro Jahr)	1,5%	
Depotgebühren pro Jahr (Bestand 30.000 Euro, 4 Orders pro Jahr)	1,0%	
Möglichkeit des Optionsscheinhandels	1,5%	
Möglichkeit von Fonds-Sparplänen	1,5%	
Falls Fonds-Sparpläne im Angebot: Mindestbetrag je Sparrate	1,5%	
Möglichkeit von Zertifikate-Sparplänen	1,5%	
Falls Zertifikate-Sparpläne im Angebot: Mindestbetrag je Sparrate	1,5%	

* persönlicher Ansprechpartner.

7. Methodik

Konditionenanalyse – Untersuchungskriterien

Konditionenanalyse (Fortsetzung)	100,0%	
Tagesgeld*		10,0%
Verzinsung vom Anlagebetrag: 2.000 Euro	2,5%	
Verzinsung vom Anlagebetrag: 10.000 Euro	2,5%	
Verzinsung vom Anlagebetrag: 50.000 Euro	2,5%	
Minimale Anlagesumme	1,3%**	
Zinsrhythmus (Anzahl der Zinsgutschriften pro Jahr)	1,3%**	
Ratenkredit		20,0%
Effektivverzinsung von Kreditbetrag 5.000 Euro (Laufzeit: 12 Monate)	3,5%	
Effektivverzinsung von Kreditbetrag 10.000 Euro (Laufzeit: 36 Monate)	3,5%	
Effektivverzinsung von Kreditbetrag 20.000 Euro (Laufzeit: 48 Monate)	3,5%	
Bonitäts-/Gehaltsunabhängiger Zinssatz	6,5%	
Vorfälligkeitsentschädigung bei Sondertilgung vor Laufzeitende	1,5%	
Vorfälligkeitsentschädigung bei Vollrückzahlung	1,5%	
Baufinanzierung		20,0%
Effektivzinssatz	13,0%	
Bereitstellungszinsfreie Zeit	3,0%	
Kostenfreie Tilgungsaussetzung möglich	0,5%	
Kostenfreie Tilgungsänderung möglich	1,0%	
Kostenfreie Sondertilgungen möglich	2,0%	
Grundsätzliche minimale Kreditsumme	0,5%	

* Tagesgeldkonten mit Bindung an ein Girokonto des Instituts wurden ebenfalls berücksichtigt.

** Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben.

7. Methodik

Sicherheit im Internet – Untersuchungskriterien

Sicherheit im Internet		100,0%
Sicherheit der Legitimationsverfahren		50,0%
Umfang an Legitimations- und Sicherheitsverfahren		35,0%
Legitimation per eTAN	4,0%	
Legitimation per sm@rtTAN plus/chipTAN manuell	4,0%	
Legitimation per sm@rtTAN optic/chipTAN comfort	4,0%	
Legitimation per photoTAN/QR-TAN	4,0%	
Legitimation per HBCI Chipkarte und Chipkartenleser	4,0%	
Legitimation per HBCI PIN/TAN oder HBCI+	2,0%	
Legitimation per mTAN	2,0%	
Legitimation per app/pushTAN	2,0%	
Sonstige aktuelle Sicherheitssysteme (z. B. virtuelles Keyboard, bluetoothTAN)	3,0%	
Individuelles Überweisungslimit	2,0%	
Sicherheitsgarantien	4,0%	
Sicherheitsinformationen		15,0%
Detaillierte Beschreibung Sicherungsverfahren	5,0%	
Sicherheitstipps	5,0%	
Direkte Kontaktmöglichkeit (z. B. Sicherheits- oder Technik-Hotline)	5,0%	

	Seite
A. Tester-Erlebnisse	45
Positiv	45
Negativ	46
B. Telefonischer Service	47
C. Service per E-Mail	48
D. Internetauftritt	49
E. Konditionenanalyse	50
Zahlungsverkehr	50
Brokerage	51
Tagesgeld	52
Ratenkredit	53
Baufinanzierung	54
F. Sicherheit im Internet	55
Sicherheitsverfahren	55
G. Allgemeine Methodik (Servicetests)	60

G. Allgemeine Methodik

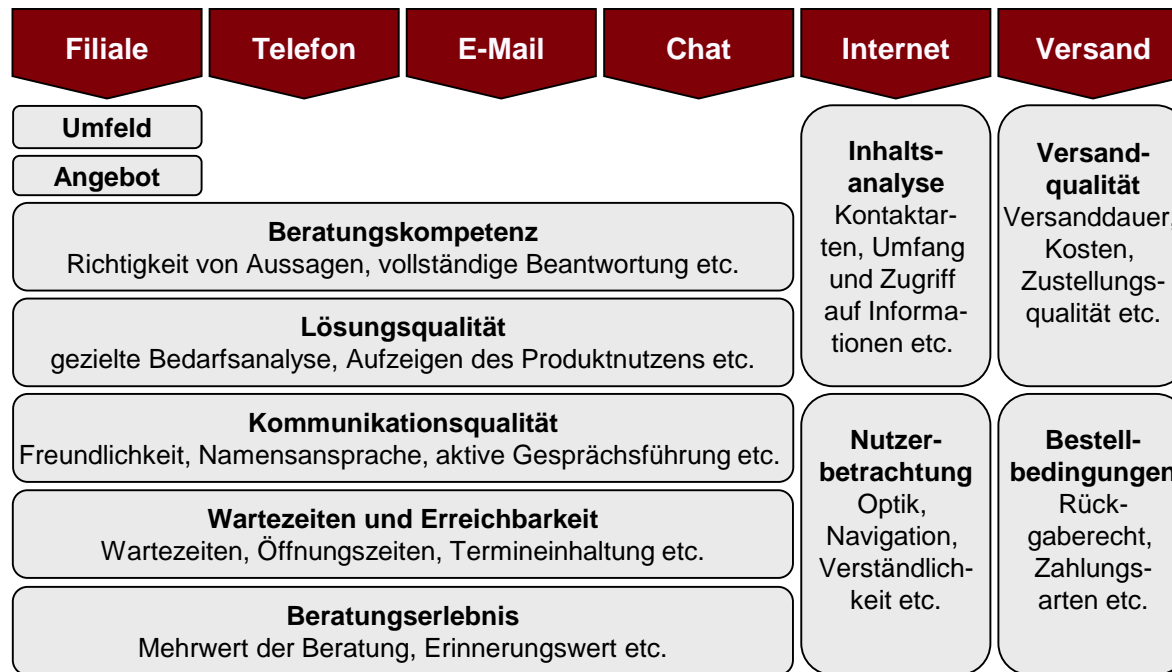
Service-tests

- **Ziel:** Analyse des Services und der Leistungen von Unternehmen aus Verbrauchersicht
- **Basis:** Standardisierte, objektiv nachprüfbare Messverfahren der SERVQUAL/SERVPERF-Methodik, Erweiterung des Modells um Erkenntnisse aus der Verhaltensökonomie
- **Analyse:** Mehrdimensionaler Ansatz; Berücksichtigung der für Kunden relevanten Kontaktkanäle (Filiale vor Ort, Telefon, E-Mail und Kontaktformular, Online-Chat, Internetpräsenz der Unternehmen, Versand)
- **Verfahren:** Datenerhebung mithilfe von Mystery-Tests (= aktive, verdeckte Beobachtung durch geschulte Tester, die als Kunden auftreten und nach einem festgelegten und standardisierten Kriterienkatalog vorgehen)
- **Mystery-Aktivitäten:** Testkäufe, Testberatungen, Testanrufe, Test-E-Mails, Test-Chat-Gespräche auf Basis streng definierter, branchenübergreifender Vorgaben hinsichtlich Fragebögen, Rollenspiele und Kundenprofile
- **Internetanalyse:** Qualitätsmessung anhand quantitativer Inhaltsanalysen durch Experten sowie Nutzerbetrachtungen durch geschulte Tester

G. Allgemeine Methodik

Service-tests

Die Abbildung zeigt die Hauptkriterien der Servicetests mit wesentlichen Unterkriterien:



- Bewertungen basieren auf standardisierter Likert-Skala mit fünf Ausprägungen
- Einheitliche Überführung ermittelter Daten in ein Punktesystem (0 bis 100 Punkte)
- Einordnung der Werte in Qualitätssurteilsschema von „sehr gut“ bis „mangelhaft“