

DOKUMENTATION – Zusammenfassung

Test: Ratenkredite bei Filialbanken 2020



„Mehr Transparenz – mehr Kundennähe“
Im Auftrag des Nachrichtensenders ntv
Hamburg, 14. Dezember 2020

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.).

Fotoquellen: Oliver Görnandt-Schade (2), Getty Images/Wavebreakmedia

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 über 2.000 geschulte Tester in ganz Deutschland
Beirat	Vorsitz: Brigitte Zypries / Bundesministerin a. D. (Wirtschaft und Justiz) Jochen Dietrich / ntv 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.).

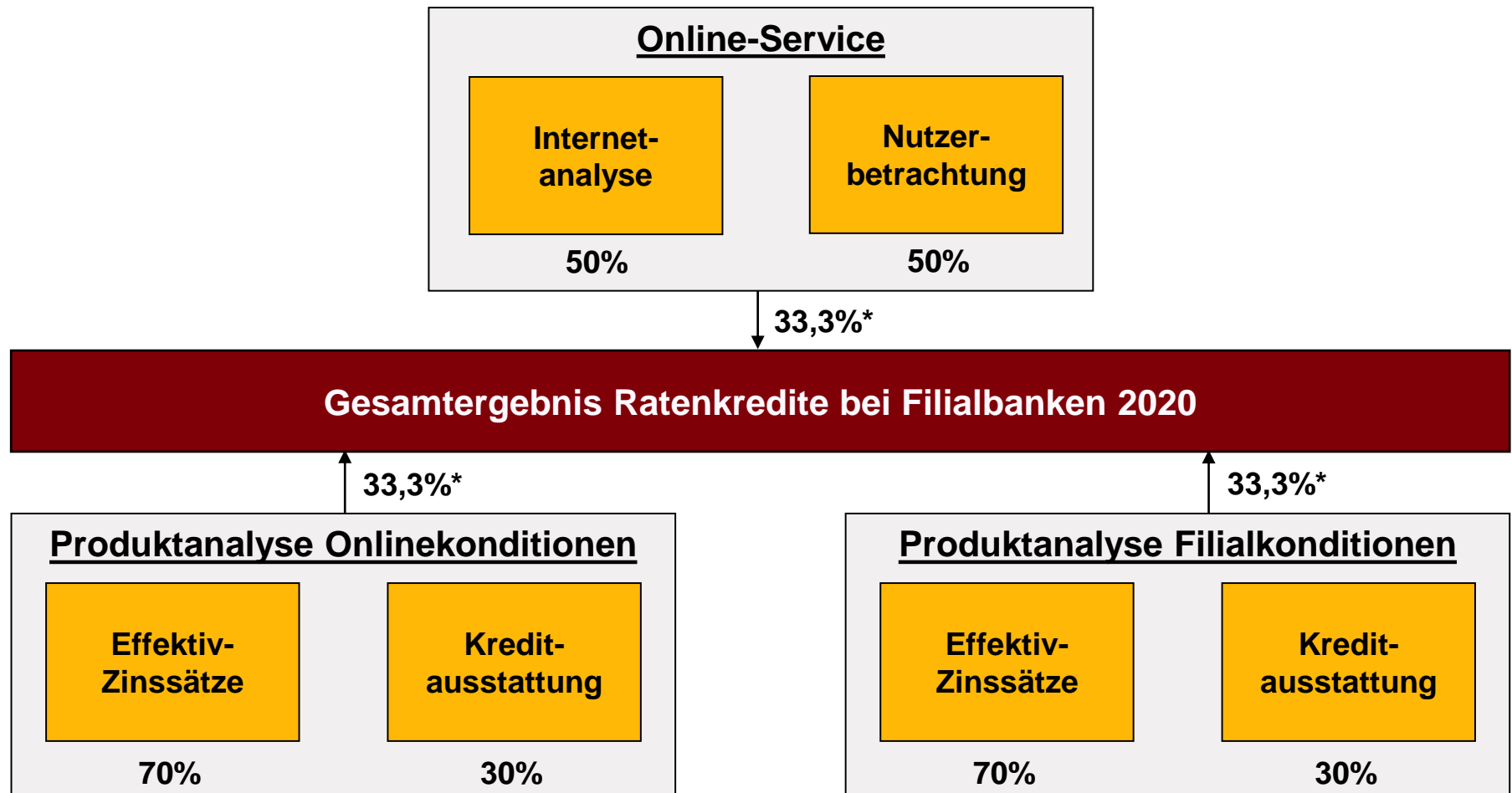
	Seite
1. Zahlen und Fakten zur Studie	5
2. Fazit	7
3. Gesamtergebnis	8
4. Die besten Unternehmen	11
5. Stärken und Schwächen der Branche	13
Online-Service	14
Produktanalyse Filialkonditionen	15
Produktanalyse Onlinekonditionen	16
6. Ergebnisse der Unternehmen	17
7. Methodik	23
Online-Service	25
Produktanalyse	29
Anhang	32

1. Zahlen und Fakten zur Studie

Auftraggeber	Nachrichtensender ntv
Studienumfang	16 Unternehmen (sieben überregionale Filialbanken und neun regionale Filialbanken)
Studienzeitraum	August bis Dezember 2020
Studienkonzept	Erstellung in Zusammenarbeit mit Prof. Dr. Thomas Liebetruth (OTH Regensburg)
Analysebereiche	Online-Service, Produkte im Filialvertrieb und Onlinevertrieb
Online-Service	Insgesamt 176 Service-Kontakte (11 je Anbieter) <ul style="list-style-type: none">■ 16 Inhaltsanalysen der Internetauftritte (1 je Anbieter)■ 160 Betrachtungen der Internetauftritte durch geschulte Nutzer (10 je Anbieter)
Produkte	Umfassende Bewertung von Zinssätzen und Produktausstattung von aktuellen Angeboten anhand standardisierter Profile. Die Erhebung erfolgte bei jedem Unternehmen im Zuge einer offiziellen Unternehmensanfrage (Stand der Daten: 9. November 2020).

1. Zahlen und Fakten zur Studie

Bewertungskriterien und Gewichtungen



* Eine Abweichung von 100 Prozent in der Summe ist auf Rundungsdifferenzen im Nachkommastellenbereich zurückzuführen.

3. Gesamtergebnis

Gesamtergebnis Ratenkredite bei Filialbanken			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	Sparda-Bank Hamburg	80,6	sehr gut
2	BBBank	79,7	gut
3	Targobank	79,5	gut
4	Hypovereinsbank	79,4	gut
5	Deutsche Bank	76,4	gut
6	Santander	76,3	gut
7	Postbank	76,2	gut
8	Commerzbank	72,7	gut
9	Stadtsparkasse München	59,7	ausreichend
-	Berliner Sparkasse**	-	-
-	Berliner Volksbank**	-	-
-	Hamburger Sparkasse**	-	-
-	Hamburger Volksbank**	-	-
-	Münchner Bank**	-	-
-	Sparda-Bank Berlin**	-	-
-	Sparda-Bank München**	-	-
	Branche (Mittelwert)	75,6	

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.

** Das Unternehmen beantwortete die offizielle Unternehmensanfrage zur Produktanalyse nicht und blieb daher in diesem Bereich sowie im Gesamtergebnis unberücksichtigt.

3. Gesamtergebnis

Gesamtergebnis Ratenkredite bei Filialbanken			Online-Service		Produktanalyse Filialkonditionen		Produktanalyse Onlinekonditionen	
100%			33,3%*		33,3%*		33,3%*	
Rang	Unternehmen	Punkte**	Rang	Punkte**	Rang	Punkte**	Rang	Punkte**
1	Sparda-Bank Hamburg	80,6	15	67,6	1	87,1	1	87,1
2	BBBank	79,7	11	76,9	2	82,1	5	80,1
3	Targobank	79,5	3	82,3	5	71,4	2	84,7
4	Hypovereinsbank	79,4	8	78,5	3	76,4	3	83,4
5	Deutsche Bank	76,4	12	76,6	4	73,0	7	79,5
6	Santander	76,3	9	78,3	6	71,1	6	79,7
7	Postbank	76,2	2	82,5	8	64,1	4	82,1
8	Commerzbank	72,7	6	80,7	7	70,8	8	66,5
9	Stadtsparkasse München	59,7	5	82,1	9	48,4	9	48,4
-	Berliner Sparkasse***	-	1	83,5	-	-	-	-
-	Berliner Volksbank***	-	16	64,8	-	-	-	-
-	Hamburger Sparkasse***	-	7	80,0	-	-	-	-
-	Hamburger Volksbank***	-	4	82,1	-	-	-	-
-	Münchner Bank***	-	14	73,6	-	-	-	-
-	Sparda-Bank Berlin***	-	10	78,1	-	-	-	-
-	Sparda-Bank München***	-	13	74,1	-	-	-	-
Branche (Mittelwert)		75,6	77,6		71,6		76,8	

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

* Eine Abweichung von 100 Prozent in der Summe ist auf Rundungsdifferenzen im Nachkommastellenbereich zurückzuführen.

** 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.

*** Das Unternehmen beantwortete die offizielle Unternehmensanfrage zur Produktanalyse nicht und blieb daher in diesem Bereich sowie im Gesamtergebnis unberücksichtigt.

3. Ergebnis

Überregionale Filialbanken

Ergebnis Ratenkredite bei überregionalen Filialbanken			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	BBBank	79,7	gut
2	Targobank	79,5	gut
3	Hypovereinsbank	79,4	gut
4	Deutsche Bank	76,4	gut
5	Santander	76,3	gut
6	Postbank	76,2	gut
7	Commerzbank	72,7	gut
	Branche (Mittelwert)	77,2	

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.

4. Die besten Unternehmen

	1. Platz	2. Platz	3. Platz
Gesamtergebnis Filialbanken	Sparda-Bank Hamburg	BBBank	Targobank
Produktanalyse Filialkonditionen	Sparda-Bank Hamburg	BBBank	Hypovereinsbank
Produktanalyse Onlinekonditionen	Sparda-Bank Hamburg	Targobank	Hypovereinsbank
Online-Service	Berliner Sparkasse	Postbank	Targobank
Ergebnis überregionale Filialbanken	BBBank	Targobank	Hypovereinsbank
Produktanalyse Filialkonditionen	BBBank	Hypovereinsbank	Deutsche Bank
Produktanalyse Onlinekonditionen	Targobank	Hypovereinsbank	Postbank
Online-Service	Postbank	Targobank	Commerzbank

7. Methodik

Hintergrund der Studie

Große und kleine Wünsche können eine finanzielle Herausforderung sein. Hilfe bieten Ratenkredite. Ratenkredite sind ein beliebtes Mittel zur Finanzierung von Konsumwünschen. Im Jahr 2019 machten Ratenkredite, mit einem Anteil von über 25 Prozent, die am meisten genutzte Finanzierungsart in Deutschland aus. Die Anschaffung eines Neuwagens stand bei den Befragten mit 35 Prozent auf Platz eins der Gründe für die Finanzierung über einen Ratenkredit.*

Besondere Merkmale von Ratenkrediten sind die schon bei Abschluss des Vertrages festgelegten Rückzahlungsraten, die fest vereinbarte Kreditlaufzeit sowie der feststehende Zins.** Die meisten Ratenkredite werden noch immer stationär vertrieben, doch der Onlinevertrieb wächst von Jahr zu Jahr. Fast die Hälfte aller Ratenkredite werden von Regionalbanken vergeben, die noch immer ein fester Bestandteil der deutschen Finanzwelt sind.***

Vor der Entscheidung für einen Ratenkredit-Anbieter ist es sinnvoll die Online-Services der Anbieter zu nutzen um sich zu informieren und Angebote und Konditionen zu vergleichen. Doch welche Bank bietet die günstigsten Konditionen? Wo erhalten Interessenten die besten Informationen? Lohnt der Online-Abschluss eines Ratenkredits?

Das Ziel dieser Studie war es, zu ermitteln, welche Filialbanken sich im Hinblick auf den Service und die Produkte am besten im Markt positionierten.

* Vgl. Ipsos (2019): Konsum- und Kfz-Finanzierung. Marktstudie 2019. Online unter: https://ssl.bfach.de/media/file/31851.Marktstudie_2019_Konsum-Kfz-Finanzierung_BFACH.pdf (zuletzt abgerufen am 16.07.2020).

** Finanztip Verbraucherinformation GmbH (2020): So finden Sie den passenden Kredit. Online unter: www.finanztip.de/kredit/ (zuletzt abgerufen am 16.07.2020).

*** Bankenfachverband e.V. (2020): Jahresbericht 2019. Online unter: https://ssl.bfach.de/media/file/35581.Jahresbericht_2019_BFACH.pdf (zuletzt abgerufen am 16.07.2020).

7. Methodik

Untersuchungsumfang

Im Rahmen dieser Studie wurden 16 Filialbanken untersucht. Dabei handelte es sich um neun überregionale und sieben regionale Filialbanken, die Ratenkredite an Privatpersonen vergeben.

Betrachtet wurden die sieben größten (gemessen an Anzahl der Filialen) überregionale Filialbanken und die regionalen Filialbanken der Sparkassen, Volks- und Raiffeisenbanken der drei größten Städte Deutschlands (Berlin, Hamburg und München).

Das finale Sample setzte sich aus folgenden 16 Anbietern zusammen (alphabetische Sortierung):

- BBBank
- Berliner Sparkasse
- Berliner Volksbank
- Commerzbank
- Deutsche Bank
- Hamburger Sparkasse
- Hamburger Volksbank
- Hypovereinsbank
- Münchner Bank
- Postbank
- Santander
- Sparda-Bank Berlin
- Sparda-Bank Hamburg
- Sparda-Bank München
- Stadtparkasse München
- Targobank

7. Methodik

Serviceanalyse – Untersuchungskriterien

Online-Service	100,0%
Internetanalyse	50,0%
Nutzerbetrachtung	50,0%

Internetanalyse	100,0%
Spezielle Informationen und Funktionen	50,0%
Online-Kreditrechner	5,0%
Online-Initiierung Kreditanfrage	5,0%
Preisverzeichnis	5,0%
Informationen über Kreditauszahlung (Bearbeitungsdauer bzw. schnellster Auszahlungstermin)	3,0%
FAQ speziell zum Ratenkredit	3,0%
Erläuterung Bearbeitungsschritte/Vorgehensweise	3,0%
Explizite Informationen zu Sondertilgung/Kreditablösung	3,0%
Konditionenübersicht:	
Direkte Online-Konditionenübersicht*	3,0%
Beispielangebot*	2,5%
Produktinformationen vorhanden/zum Download	2,5%
Anzahl Klicks bis zum Online-Kreditrechner	5,0%
Anzahl Klicks bis zum Preisverzeichnis	5,0%
Anzahl Klicks bis zum aktuellen Zinssatz Ratenkredit**	5,0%

* Maximaler Kreditbetrag, Sollzinssatz oder Effektivzinssatz (Zweidrittelzins oder Zinsspanne).

** Bonität vorausgesetzt.

7. Methodik

Serviceanalyse – Untersuchungskriterien

Internetanalyse (Fortsetzung)		
Allgemeine Informationen		30,0%
AGB/Rechtliches	4,0%	
FAQ/Hilfebereich	3,5%	
Glossar	2,5%	
Suchfunktion	2,5%	
Sitemap/Seitenbeschreibung	2,5%	
Newsletter	2,5%	
Mobiloptimierte Website	2,5%	
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 Internetauftritt		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	Internetseite
BBBank	www.bbbank.de
Berliner Sparkasse	www.berliner-sparkasse.de
Berliner Volksbank	www.berliner-volksbank.de
Commerzbank	www.commerzbank.de
Deutsche Bank	www.db.com
Hamburger Sparkasse	www.haspa.de
Hamburger Volksbank	www.hamburger-volksbank.de
Hypovereinsbank	www.hypovereinsbank.de
Münchner Bank	www.muenchner-bank.de
Postbank	www.postbank.de
Santander	www.santander.de
Sparda-Bank Berlin	www.sparda-b.de
Sparda-Bank Hamburg	www.sparda-bank-hamburg.de
Sparda-Bank München	www.sparda-m.de
Stadtsparkasse München	www.sskm.de
Targobank	www.targobank.de
Testzeitraum	24. August - 13. November 2020

7. Methodik

Produktanalyse – Vorgehensweise

Im Rahmen einer umfassenden Produktanalyse wurden angebotene Ratenkredite untersucht. Um eine Auswahl aller angebotenen Konditionen der Unternehmen zu treffen und Vergleichbarkeit zu gewährleisten, wurden spezielle Modellfälle entwickelt, die mögliche Kundenbedarfe abdecken. Dabei wurden alle Kriterien jeweils für die Filiale und online erhoben und flossen gleichgewichtet in das Ergebnis ein. Grundlage der Untersuchung bildeten die im Zuge offizieller Unternehmensanfragen ermittelten Daten (Stand der Daten: 09. November 2020). Für die Bewertung der konkreten Kreditprodukte wurden folgende Szenarien zugrunde gelegt:

- Szenario 1:
5.000 Euro; Laufzeit 24 Monate; ohne Zweckbindung
- Szenario 2:
10.000 Euro; Laufzeit 48 Monate, Autokauf
- Szenario 3:
20.000 Euro; Laufzeit 72 Monate, ohne Zweckbindung

Die ermittelten effektiven Zinssätze wurden je Szenario mittels einer Aufschlagsberechnung vergleichend bewertet. Die günstigsten Zinssätze erhielten 100 Punkte. Zinssätze, die diesen um 300 Prozent oder mehr überstiegen, führten zu einer Bewertung von null Punkten. Die weiteren Zinssätze wurden relativ zu den Extremwerten eingeordnet. Des Weiteren floss die Kreditausstattung der Unternehmen mit in die Bewertung ein.

7. Methodik

Produktanalyse – Untersuchungskriterien

Produktanalyse		100,0%
Effektiv-Zinssätze*		70,0%
Kreditausstattung*		30,0%
Effektiv-Zinssätze		70,0%
Szenario 1: 5.000 Euro; Laufzeit 24 Monate; ohne Zweckbindung	21,0%	
Szenario 2: 10.000 Euro; Laufzeit 48 Monate, Autokauf	21,0%	
Szenario 3: 20.000 Euro; Laufzeit 72 Monate, ohne Zweckbindung	21,0%	
Bonitätsunabhängiger Zins	7,0%	
Kreditausstattung		30,0%
Kreditabschluss:		
Minimale Kreditsumme	1,5%	
Maximale Kreditsumme	1,5%	
Minimale Laufzeit	1,5%	
Maximale Laufzeit	1,5%	
Erweiterte Kreditsicherheiten (negative Bewertung)	2,0%	
Erweitertes Widerrufs-/Rücktrittsrecht	2,0%	
Pauschales Höchstalter für Kreditvergabe (negative Bewertung)	0,5%	
Flexibilität während der Laufzeit:		
Möglichkeit Ratenerhöhung	1,5%	
Möglichkeit Ratensenkung	1,5%	
Möglichkeit Änderung Zahlungszeitpunkt	1,5%	
Möglichkeit Kreditstundung	1,5%	

* Die Zinssätze und Kreditausstattungen der untersuchten Ratenkredite wurden im Zuge offizieller Unternehmensanfragen erhoben (Datenstand: 09.11.2020). Bei den Zinssätzen handelt es sich um 2/3-Zinsen.

7. Methodik

Produktanalyse – Untersuchungskriterien

Produktanalyse (Fortsetzung)	
Kreditausstattung (Fortsetzung)	
Flexibilität während der Laufzeit (Fortsetzung):	
Sondertilgung (ohne Vorfälligkeitsentschädigung)	1,5%
Vorzeitige Rückzahlung (ohne Vorfälligkeitsentschädigung)	1,5%
Möglichkeit nachträgliche Kreditaufstockung	1,5%
Kündigungssperrfrist (negative Bewertung)	1,5%
Forderungsverkauf laufender Kredite ausgeschlossen	1,0%
Fairer Kredit:	
Kostenfreie Jahreskontoauszüge	1,0%
Stundung für säumige Schuldner	1,0%
Ratensenkung für säumige Schuldner	1,0%
Restschuldversicherung:	
Abschluss Restschuldversicherung ist Pflicht (negative Bewertung)	1,5%
Möglichkeit Abschluss Restschuldversicherung	1,0%
Möglichkeit flexible Ausgestaltung	0,5%
Kostentransparenz gegeben	0,5%

	Seite
A. Tester-Eindrücke	33
Positiv	33
Negativ	34
B. Kriterienauszug	35
Kriterienauszug Filialkonditionen	35
Kriterienauszug Onlinekonditionen	36
C. Produktanalyse	37
Produktanalyse Filialkonditionen	37
Produktanalyse Onlinekonditionen	38
D. Allgemeine Methodik (Servicetests)	39

B. Kriterienauszug

Kriterienauszug Filialkonditionen

Kriterienauszug Zinssätze Ratenkredite bei Filialbanken Filialkonditionen		5.000 Euro, Laufzeit 24 Monate	10.000 Euro, Laufzeit 48 Monate, Autokauf	20.000 Euro, Laufzeit 72 Monate
Unternehmen	Bezeichnung	eff. Zins	eff. Zins	eff. Zins
BBBank	Wunschkredit	2,99%	2,99%	2,99%
Berliner Sparkasse*	-	-	-	-
Berliner Volksbank*	-	-	-	-
Commerzbank	Ratenkredit	5,97%	2,95%	2,95%
Deutsche Bank	PrivatKredit	5,19%	5,19%	5,19%
Hamburger Sparkasse*	-	-	-	-
Hamburger Volksbank*	-	-	-	-
Hypovereinsbank	HVB KomfortKredit	2,99%	2,99%	2,99%
Münchner Bank*	-	-	-	-
Postbank	Privatkredit	5,49%	5,99%	7,59%
Santander	BestCredit	5,76%	4,97%	4,66%
Sparda-Bank Berlin*	-	-	-	-
Sparda-Bank Hamburg	Sparda Fairkredit	3,49%	3,49%	3,49%
Sparda-Bank München*	-	-	-	-
Stadtsparkasse München	S-Privatkredit	8,99%	8,99%	8,99%
Targobank	Filial-Kredit	3,99%	6,99%	4,99%

Quelle: Offizielle Unternehmensangaben; Stand der Daten: 09.11.2020

* Das Unternehmen beantwortete die offizielle Unternehmensanfrage zur Produktanalyse nicht und blieb daher in diesem Bereich sowie im Gesamtergebnis unberücksichtigt.

B. Kriterienauszug

Kriterienauszug Onlinekonditionen

Kriterienauszug Zinssätze Ratenkredite bei Filialbanken Onlinekonditionen		5.000 Euro, Laufzeit 24 Monate	10.000 Euro, Laufzeit 48 Monate, Autokauf	20.000 Euro, Laufzeit 72 Monate
Unternehmen	Bezeichnung	eff. Zins	eff. Zins	eff. Zins
BBBank	Wunschkredit online	2,99%	2,99%	2,99%
Berliner Sparkasse*	-	-	-	-
Berliner Volksbank*	-	-	-	-
Commerzbank	Ratenkredit	4,73%	2,95%	5,98%
Deutsche Bank	PrivatKredit (Online)	3,99%	3,99%	3,99%
Hamburger Sparkasse*	-	-	-	-
Hamburger Volksbank*	-	-	-	-
Hypovereinsbank	HVB KomfortKredit	2,99%	2,99%	2,99%
Münchner Bank*	-	-	-	-
Postbank	Privatkredit direkt	3,79%	3,79%	3,79%
Santander	BestCredit	3,54%	3,49%	4,68%
Sparda-Bank Berlin*	-	-	-	-
Sparda-Bank Hamburg	Sparda Fairkredit	3,49%	3,49%	3,49%
Sparda-Bank München*	-	-	-	-
Stadtsparkasse München	S-Privatkredit	8,99%	8,99%	8,99%
Targobank	Online-Kredit	3,45%	3,45%	3,45%

Quelle: Offizielle Unternehmensangaben; Stand der Daten: 09.11.2020

* Das Unternehmen beantwortete die offizielle Unternehmensanfrage zur Produktanalyse nicht und blieb daher in diesem Bereich sowie im Gesamtergebnis unberücksichtigt.

D. Allgemeine Methodik

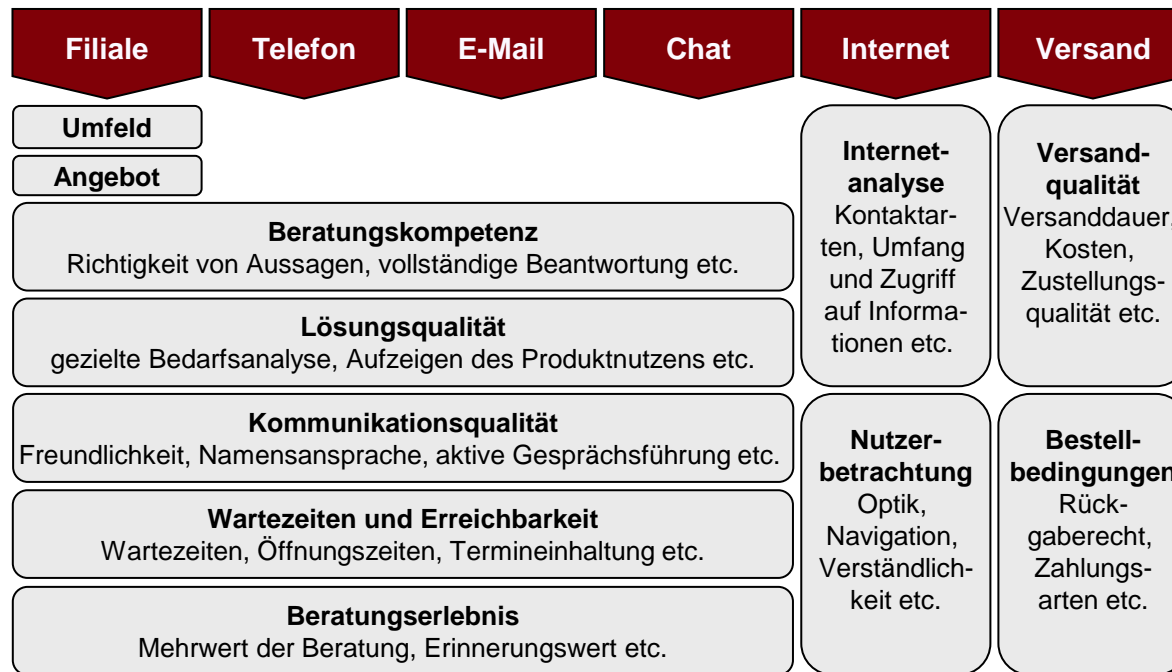
Service-tests

- **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
- **Online-Service:** Qualitätsmessung anhand quantitativer Internetanalysen durch Experten sowie Nutzerbetrachtungen durch geschulte Tester

D. 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“