

DOKUMENTATION - Zusammenfassung

Test: Online-Banking bei Filialbanken 2021



„Mehr Transparenz – mehr Kundennähe“
Hamburg, 9. August 2021

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 / 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	6
2. Fazit	9
3. Die besten Unternehmen	10
4. Gesamtergebnis	11
Online-Banking bei Filialbanken	11
Online-Banking bei regionalen Filialbanken	13
Online-Brokerage bei Filialbanken	15
5. Stärken und Schwächen der Branche	18
Online-Service	19
Konditionenanalyse	20
Sicherheit im Internet	21

	Seite
6. Ergebnisse der Unternehmen	22
Online-Service	22
Konditionenanalyse	24
Sicherheit im Internet	26
7. Methodik	28
Online-Service	30
Konditionenanalyse	34
Sicherheit im Internet	37
Anhang	38

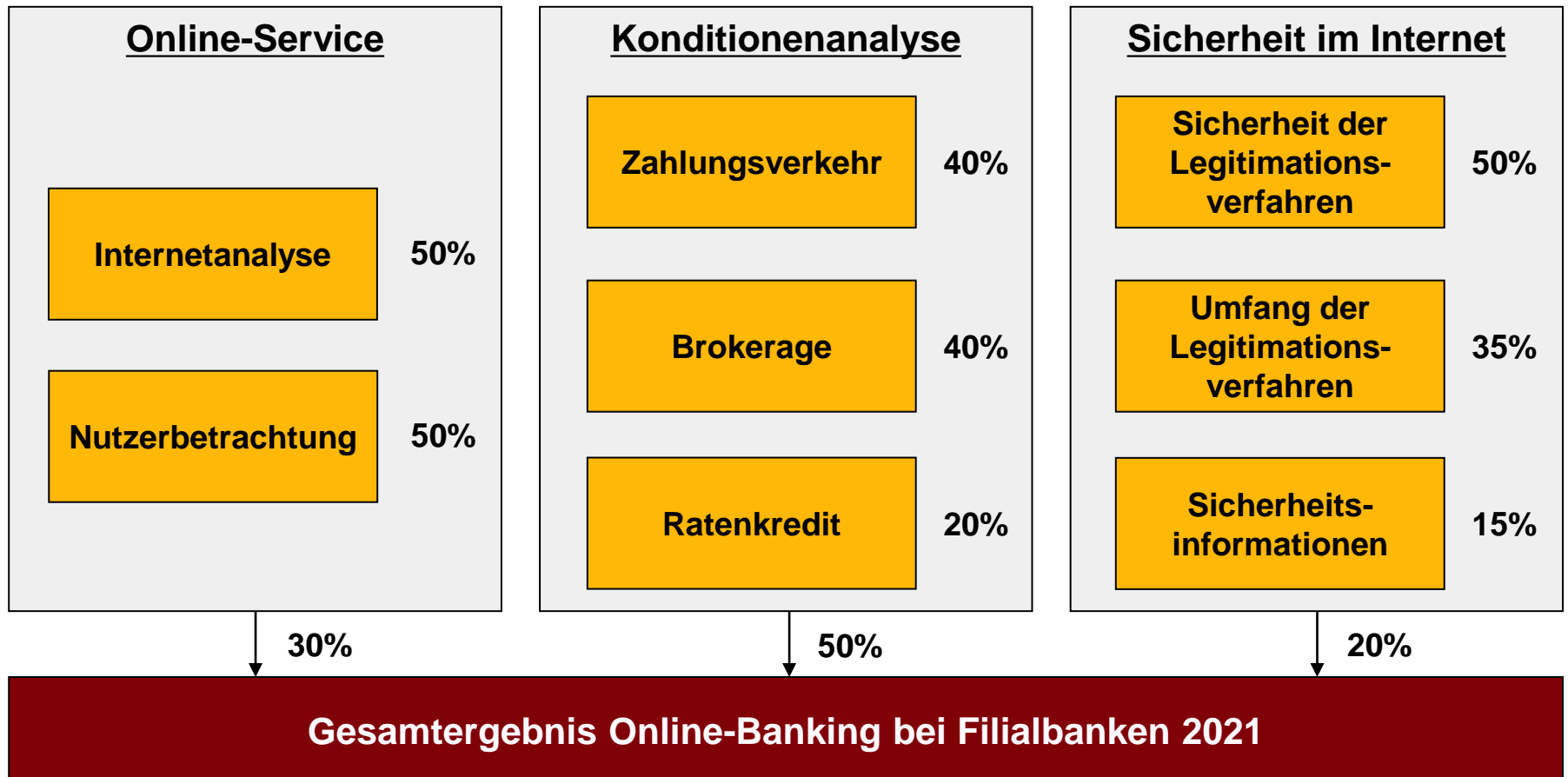
1. Zahlen und Fakten zur Studie

Studienumfang	15 Filialbanken (sechs überregionale und neun regionale Filialbanken)
Studienzeitraum	Mai bis Juli 2021
Studienkonzept	Erstellung in Zusammenarbeit mit Prof. Dr. Thomas Liebetruh (OTH Regensburg)
Analysebereiche	Online-Service, Konditionen, Sicherheit im Internet
Online-Service	Insgesamt 165 Servicekontakte (11 je Anbieter) <ul style="list-style-type: none">■ 15 Analysen der Internetauftritte (1 je Anbieter)■ 150 Betrachtungen der Internetauftritte durch geschulte Nutzer (10 je Anbieter)
Konditionenanalyse	Umfassende Bewertung aktueller Konditionen zu den Bankprodukten Zahlungsverkehr, Brokerage und Ratenkredit. Die Datenerhebung erfolgte bei jedem Finanzinstitut im Zuge einer offiziellen Unternehmensanfrage (Stand der Daten: 4. Juni 2021).
Sicherheit im Internet	Bewertung des Umfangs und der Sicherheit der Legitimationsverfahren (TAN-Verfahren) und Sicherheitsvorkehrungen sowie -informationen. Die Datenerhebung erfolgte bei jedem Finanzinstitut im Zuge einer offiziellen Unternehmensanfrage (Stand der Daten: 4. Juni 2021).

1. Zahlen und Fakten zur Studie

Bewertungskriterien und Gewichtungen

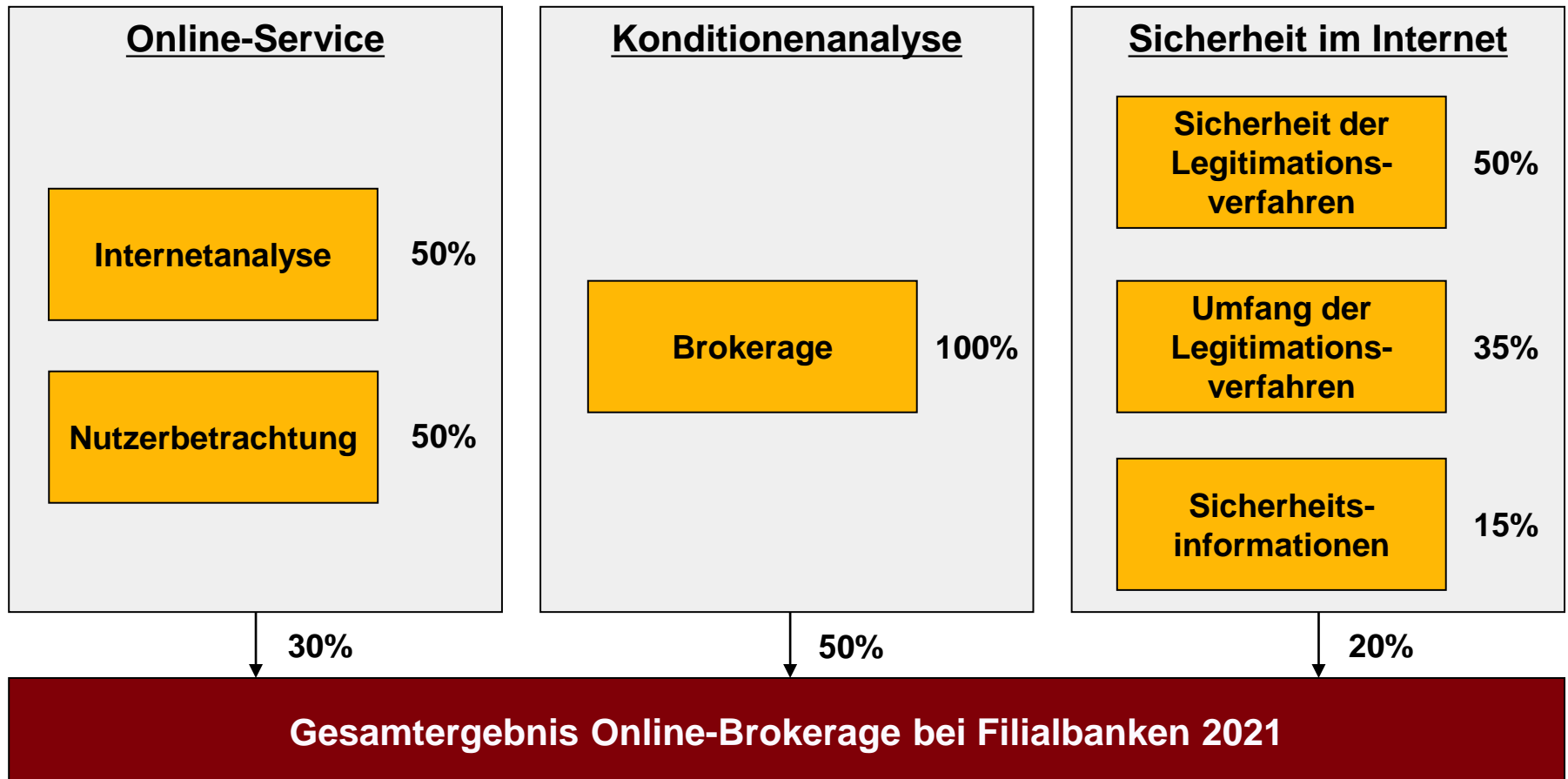
Analyse Online-Banking bei Filialbanken 2021



1. Zahlen und Fakten zur Studie

Bewertungskriterien und Gewichtungen

Analyse Online-Brokerage bei Filialbanken 2021



3. Die besten Unternehmen

	1. Platz	2. Platz	3. Platz
Gesamtergebnis Online-Banking bei Filialbanken	Targobank	Sparda-Bank Hamburg	Commerzbank
Ergebnis Online-Banking bei regionalen Filialbanken	Sparda-Bank Hamburg	Sparda-Bank München	Stadtsparkasse München
Gesamtergebnis Online-Brokerage bei Filialbanken	Targobank	Commerzbank	Deutsche Bank
Online-Service	Stadtsparkasse München	Berliner Sparkasse	Hamburger Sparkasse
Internetanalyse	Stadtsparkasse München	Hamburger Sparkasse	Berliner Sparkasse, Berliner Volksbank
Nutzerbetrachtung	Berliner Sparkasse	Stadtsparkasse München	Targobank
Konditionenanalyse	Santander	Targobank	Sparda-Bank Hamburg
Zahlungsverkehr	Targobank	Santander	Commerzbank
Brokerage	Targobank	Santander	Commerzbank
Ratenkredit	Sparda-Bank Hamburg	Hypovereinsbank	Postbank
Sicherheit im Internet	Commerzbank, Deutsche Bank, Targobank	-	-

4. Gesamtergebnis Online-Banking bei Filialbanken

Gesamtergebnis Online-Banking bei Filialbanken			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	Targobank	84,1	sehr gut
2	Sparda-Bank Hamburg	78,7	gut
3	Commerzbank	76,3	gut
4	Sparda-Bank München	75,6	gut
5	Postbank	74,8	gut
6	Santander	73,9	gut
7	Deutsche Bank	70,7	gut
8	Stadtsparkasse München	69,4	befriedigend
9	Hamburger Sparkasse	69,3	befriedigend
10	Hypovereinsbank	66,0	befriedigend
11	Berliner Volksbank	64,6	befriedigend
12	Berliner Sparkasse	61,5	befriedigend
-	Hamburger Volksbank**	-	-
-	Münchner Bank**	-	-
-	Sparda-Bank Berlin**	-	-
	Branche (Mittelwert)	72,1	

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 Konditionenanalyse und zur Analyse der Sicherheit im Internet nicht und blieb daher in diesen Bereichen sowie im Gesamtergebnis unberücksichtigt.

4. Gesamtergebnis Online-Banking bei Filialbanken

Gesamtergebnis Online-Banking bei Filialbanken			Online-Service		Konditionenanalyse Online-Banking		Sicherheit im Internet	
100%			30%		50%		20%	
Rang	Unternehmen	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*
1	Targobank	84,1	4	81,3	2	82,9	1	91,0
2	Sparda-Bank Hamburg	78,7	5	80,5	3	78,6	11	76,0
3	Commerzbank	76,3	14	74,1	4	71,7	1	91,0
4	Sparda-Bank München	75,6	5	80,5	6	68,9	6	85,0
5	Postbank	74,8	9	79,2	5	69,0	8	83,0
6	Santander	73,9	15	69,3	1	85,1	12	53,0
7	Deutsche Bank	70,7	12	76,4	7	59,1	1	91,0
8	Stadtsparkasse München	69,4	1	85,2	10	51,7	4	90,0
9	Hamburger Sparkasse	69,3	3	83,2	8	57,1	9	79,0
10	Hypovereinsbank	66,0	13	75,7	9	52,8	7	84,5
11	Berliner Volksbank	64,6	8	79,6	11	47,1	5	86,0
12	Berliner Sparkasse	61,5	2	84,0	12	41,0	9	79,0
-	Hamburger Volksbank**	-	7	80,1	-	-	-	-
-	Münchener Bank**	-	11	76,6	-	-	-	-
-	Sparda-Bank Berlin**	-	10	78,9	-	-	-	-
Branche (Mittelwert)		72,1	79,0		63,8		82,4	

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 Konditionenanalyse und zur Analyse der Sicherheit im Internet nicht und blieb daher in diesen Bereichen sowie im Gesamtergebnis unberücksichtigt.

4. Ergebnis

Online-Banking bei regionalen Filialbanken

Ergebnis Online-Banking bei regionalen Filialbanken			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	Sparda-Bank Hamburg	78,7	gut
2	Sparda-Bank München	75,6	gut
3	Stadtsparkasse München	69,4	befriedigend
4	Hamburger Sparkasse	69,3	befriedigend
5	Berliner Volksbank	64,6	befriedigend
6	Berliner Sparkasse	61,5	befriedigend
-	Hamburger Volksbank**	-	-
-	Sparda-Bank Berlin**	-	-
-	Münchener Bank**	-	-
	Branche (Mittelwert)	69,9	

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 Konditionenanalyse und zur Analyse der Sicherheit im Internet nicht und blieb daher in diesen Bereichen sowie im Gesamtergebnis unberücksichtigt.

4. Ergebnis

Online-Banking bei regionalen Filialbanken

Ergebnis Online-Banking bei regionalen Filialbanken			Online-Service		Konditionenanalyse Online-Banking		Sicherheit im Internet	
100%			30%		50%		20%	
Rang	Unternehmen	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*
1	Sparda-Bank Hamburg	78,7	4	80,5	1	78,6	6	76,0
2	Sparda-Bank München	75,6	4	80,5	2	68,9	3	85,0
3	Stadtsparkasse München	69,4	1	85,2	4	51,7	1	90,0
4	Hamburger Sparkasse	69,3	3	83,2	3	57,1	4	79,0
5	Berliner Volksbank	64,6	7	79,6	5	47,1	2	86,0
6	Berliner Sparkasse	61,5	2	84,0	6	41,0	4	79,0
-	Hamburger Volksbank**	-	6	80,1	-	-	-	-
-	Sparda-Bank Berlin**	-	8	78,9	-	-	-	-
-	Münchner Bank**	-	9	76,6	-	-	-	-
Branche (Mittelwert)		69,9	81,0		57,4		82,5	

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 Konditionenanalyse und zur Analyse der Sicherheit im Internet nicht und blieb daher in diesen Bereichen sowie im Gesamtergebnis unberücksichtigt.

4. Gesamtergebnis Online-Brokerage bei Filialbanken

Gesamtergebnis Online-Brokerage bei Filialbanken			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	Targobank	86,0	sehr gut
2	Commerzbank	80,1	sehr gut
3	Deutsche Bank	79,5	gut
4	Postbank	78,2	gut
5	Santander	74,7	gut
6	Stadtsparkasse München	71,0	gut
7	Hamburger Sparkasse	70,3	gut
8	Berliner Volksbank	67,0	befriedigend
9	Hypovereinsbank	58,4	ausreichend
10	Berliner Sparkasse	54,2	ausreichend
-	Hamburger Volksbank**	-	-
-	Münchener Bank**	-	-
-	Sparda-Bank Berlin**	-	-
-	Sparda-Bank Hamburg***	-	-
-	Sparda-Bank München***	-	-
	Branche (Mittelwert)	71,9	

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 Konditionenanalyse und zur Analyse der Sicherheit im Internet nicht und blieb daher in diesen Bereichen sowie im Gesamtergebnis unberücksichtigt.

*** Das Unternehmen bot zum Untersuchungszeitpunkt kein Brokerage an und blieb im Gesamtergebnis deshalb unberücksichtigt.

4. Gesamtergebnis Online-Brokerage bei Filialbanken

Gesamtergebnis Online-Brokerage bei Filialbanken			Online-Service		Konditionenanalyse Online-Brokerage		Sicherheit im Internet	
100%			30%		50%		20%	
Rang	Unternehmen	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*
1	Targobank	86,0	4	81,3	1	86,8	1	91,0
2	Commerzbank	80,1	14	74,1	3	79,4	1	91,0
3	Deutsche Bank	79,5	12	76,4	4	76,8	1	91,0
4	Postbank	78,2	9	79,2	5	75,7	8	83,0
5	Santander	74,7	15	69,3	2	86,6	12	53,0
6	Stadtsparkasse München	71,0	1	85,2	7	54,9	4	90,0
7	Hamburger Sparkasse	70,3	3	83,2	6	59,1	9	79,0
8	Berliner Volksbank	67,0	8	79,6	8	51,9	5	86,0
9	Hypovereinsbank	58,4	13	75,7	9	37,5	7	84,5
10	Berliner Sparkasse	54,2	2	84,0	10	26,4	9	79,0
-	Hamburger Volksbank**	-	7	80,1	-	-	-	-
-	Münchner Bank**	-	11	76,6	-	-	-	-
-	Sparda-Bank Berlin**	-	10	78,9	-	-	-	-
-	Sparda-Bank Hamburg***	-	5	80,5	-	-	11	76,0
-	Sparda-Bank München***	-	5	80,5	-	-	6	85,0
Branche (Mittelwert)		71,9	79,0		63,5		82,4	

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 Konditionenanalyse und zur Analyse der Sicherheit im Internet nicht und blieb daher in diesen Bereichen sowie im Gesamtergebnis unberücksichtigt.

*** Das Unternehmen bot zum Untersuchungszeitpunkt kein Brokerage an und blieb im Gesamtergebnis deshalb unberücksichtigt.

7. Methodik

Hintergrund der Studie

Laut einer Befragung durch Bitkom Research setzten im Jahr 2020 rund drei Viertel der Bundesbürger auf Online-Banking. Gerade bei der Nutzung gab es im Vergleich zu 2019 einen enormen Wachstumssprung. Dies ist nicht zuletzt auch auf die veränderten Bedingungen durch die Coronapandemie und eine voranschreitende Digitalisierung zurückzuführen. Am häufigsten wird das Online-Banking dabei für die Überprüfung des Kontostandes und die Ausführung von Überweisungen verwendet.*

Filialbanken bleiben auch beim Thema Online-Banking relevant. Vor allem für Kunden, die sich eine Anlaufstelle wünschen, wenn es um Fragen rund um das Banking im Netz geht – eine der häufigsten Fragen, die Kunden beschäftigen.**

Immer mehr Menschen erledigen ihre Geldgeschäfte per Internet. Und die Kunden legen sehr viel Wert auf die Sicherheit im Netz. Doch welche Filialbank erfüllt am besten die Wünsche und Anforderungen der Verbraucher in Sachen Sicherheit, Kundenorientierung und mobiler Kommunikation? Und bei welchem Anbieter sind die Konditionen am besten?

Inhalt der Studie war eine umfassende Analyse der Internetseiten sowie Sicherheitsvorkehrungen der Institute und zudem der für Kunden wichtigen Konditionen aus den Bereichen Zahlungsverkehr, Brokerage und Ratenkredit.

* Vgl. Bitkom (2021): Digital Finance 2020. Online unter: https://www.bitkom.org/sites/default/files/2021-01/20210113_digitalfinance2020_final_0.pdf (Abrufdatum: 06.05.2021)

** Vgl: SPLENDID RESEARCH oder online unter: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/977286/umfrage/umfrage-zu-gruenden-fuer-filialbesuch-der-kunden-von-filialbanken/> (Abrufdatum: 06.05.2021)

7. Methodik

Untersuchungsumfang

Das Untersuchungssample setzte sich, gemäß der Anzahl der Niederlassungen, aus den größten überregionalen Universalbanken sowie den jeweils größten Regionalbanken (Sparkassen, Volks- und Raiffeisenbanken und Sparda-Banken) der einwohnerstärksten Städte in Deutschland (Berlin, Hamburg, München) zusammen.

Es wurden die Konditionen getestet, welche vollwertigen Filialkunden online im Namen der jeweiligen Filialbank angeboten wurden. Es wurden keine Tochtergesellschaften getestet, die als Direktbank fungieren (wie z. B. Maxblue oder HaspaDirekt).

Die Untersuchung umfasste folgende 15 Filialbanken (in alphabetischer Reihenfolge):

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

7. Methodik

Online-Service – Untersuchungskriterien

Online-Service		100,0%
Internetanalyse		50,0%
Nutzerbetrachtung		50,0%
Internetanalyse		100,0%
Spezielle Informationen und Funktionen		50,0%
Preisverzeichnis	4,0%	
Musterdepot / Watchlist	4,0%	
Demokonto	4,0%	
Angebot Mobile Banking / Brokerage	4,0%	
Umfassende Finanzinformationen (z.B. Research, News,...)	3,0%	
Verfeinerte Suchfunktion / Fondssuche	4,0%	
Anzahl der Finanztools / Rechner	5,0%	
Hinweis zum Freistellungsauftrag	3,0%	
Erläuterung des Online-Banking / "Guided Tour"	3,0%	
Podcast / Video zu Produkten	1,0%	
Anzahl Klicks bis zum Preisverzeichnis	5,0%	
Anzahl Klicks bis zur Watchlist	5,0%	
Anzahl Klicks bis zur Einlagensicherung	5,0%	

7. Methodik

Online-Service – 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 Webseite	2,5%	
Anzahl Klicks bis zu den AGB / zum Rechtlichen	5,0%	
Anzahl Klicks bis zu denFAQ / 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

Online-Service – Untersuchungskriterien

Nutzerbetrachtung		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

Getestete Internetauftritte

Unternehmen	Internetseite
Berliner Sparkasse	www.berliner-sparkasse.de
Berliner Volksbank	www.berliner-volksbank.de
Commerzbank	www.commerzbank.de
Deutsche Bank	www.deutsche-bank.de
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	10. Mai – 25. Mai 2021

7. Methodik

Konditionenanalyse – Vorgehensweise

Im Rahmen einer umfassenden Konditionenanalyse (Stand der Daten: 4. Juni 2021) wurden die Produktbereiche Zahlungsverkehr, Brokerage und Ratenkredit analysiert und bewertet. Als Kundenprofil wurde ein internetaffiner Filialkunde definiert, der teilweise Produkte online abschließen bzw. führen will (z. B. Girokonto, Brokerage). Bei Bedarf möchte er auf eine Filialberatung zurückgreifen (z. B. Altersvorsorge, Baufinanzierung). Beides möchte er im Rahmen einer Kundenbeziehung abwickeln.

Im Folgenden werden die Gewichtungen der einzelnen Produktbereiche dargestellt. Die beiden Bereiche Brokerage und Zahlungsverkehr wurden höher gewichtet, da diese Leistungen von Bankkunden am stärksten nachgefragt werden und somit die höchste Relevanz besitzen. Es wurden die Konditionen analysiert, die einem Kunden im Rahmen des Online-Bankings zur Verfügung standen. Befristete Aktionen, und solche die der Neukundengewinnung dienten, wurden nicht bewertet. Die Erhebung der jeweiligen Konditionen erfolgte über eine offizielle Anfrage an die Unternehmen. Im Bereich Zahlungsverkehr basierte die Datenermittlung auf folgenden Annahmen:

- Monatlicher Zahlungseingang: 1.500 Euro
- Altersangabe: 38 Jahre
- Fünf Online-Überweisungen pro Monat
- Berufstätig
- Debitcard / EC-Karte

7. Methodik

Konditionenanalyse – Untersuchungskriterien

Konditionenanalyse	100,0%	
Zahlungsverkehr		40,0%
Monatliche Grundkosten*	20,0%	
Kosten Kreditkarte Standard**	5,0%	
Habenzins bei durchschnittlich 1.500 Euro Guthaben	2,0%	
Sollzins für genehmigte Kontoüberziehung (1.000 Euro)	3,5%	
Sollzins für nicht genehmigte Kontoüberziehung (1.000 Euro)	3,5%	
Echtzeit-Überweisung	1,5%	
Kosten Echtzeit-Überweisung bis 1.000 Euro	1,5%	
Durchsuchen des Zahlungsverkehrs nach Transaktionen mittels Freitextsuche	2,0%	
Kostenloses Jugendgirokonto	1,0%	
Brokerage		40,0%
Kosten telefonische Aktienorder (Xetra) - Ordervolumen: 1.000 Euro	4,0%	
Kosten Online-Aktienorder (Xetra) - Ordervolumen: 1.000 Euro	4,0%	
Kosten telefonische Aktienorder (Xetra) - Ordervolumen: 5.000 Euro	4,0%	
Kosten Online-Aktienorder (Xetra) - Ordervolumen: 5.000 Euro	4,0%	
Kosten telefonische Aktienorder (Xetra) - Ordervolumen: 10.000 Euro	4,0%	
Kosten Online-Aktienorder (Xetra) - Ordervolumen: 10.000 Euro	4,0%	
Depotgebühren pro Jahr bei Onlineführung (Bestand: 5.000 Euro, 4 Orders pro Jahr)	5,0%	
Depotgebühren pro Jahr bei Onlineführung (Bestand: 100.000 Euro, 4 Orders pro Jahr)	3,5%	
Möglichkeit des Optionsscheinhandels	2,5%	
Möglichkeit von Fonds-Sparplänen	2,5%	
Möglichkeit von Zertifikate-Sparplänen	2,5%	

* Entsprechend dem definierten Kundenprofil (monatlicher Zahlungseingang: 1.500 Euro, fünf Online-Überweisungen pro Monat, inklusive EC-Karte/Debitcard).

** Unbefristete Kreditkarte für den Kontoinhaber ohne Mindestumsatz.

7. Methodik

Konditionenanalyse – Untersuchungskriterien

Konditionenanalyse		
Ratenkredit		20,0%
Effektivverzinsung* - Kreditbetrag: 5.000 Euro (Laufzeit: 12 Monate)	4,5%	
Effektivverzinsung* - Kreditbetrag: 10.000 Euro (Laufzeit: 36 Monate)	4,5%	
Effektivverzinsung* - Kreditbetrag: 20.000 Euro (Laufzeit: 48 Monate)	4,5%	
Bonitätsunabhängiger Zinssatz (positive Bewertung)	4,5%	
Möglichkeit Sondertilgung vor Laufzeitende ohne Vorfälligkeitsentschädigung	1,0%	
Vorfälligkeitsentschädigung bei Vollrückzahlung vor Laufzeitende	1,0%	

* Bei bonitätsabhängigen Effektivzinssätzen gilt der 2/3-Zinssatz: Seit dem 11. Juni 2010 sind die Banken verpflichtet, bei bonitätsabhängigen Kreditprodukten neben dem Sollzinssatz auch einen so genannten 2/3-Zinssatz anzugeben. Der 2/3-Zinssatz soll aussagen, dass mindestens zwei Drittel der Kreditnehmer, die einen Kredit beantragen, diesen tatsächlich auch zu dem ausgewiesenen 2/3-Zinssatz erhalten. Somit sind die Banken verpflichtet, den Kunden einen realistischen Effektivzinssatz anzugeben, den die Mehrzahl der Kreditnehmer tatsächlich erhält. Für die Verbraucher soll damit klarer werden, welche Konditionen sie bei einer Kreditaufnahme tatsächlich erwarten können.

7. Methodik

Sicherheit im Internet – Untersuchungskriterien

Sicherheit im Internet		100,0%
Sicherheit der Legitimationsverfahren		50,0%
Umfang der Legitimations- und Sicherheitsverfahren		35,0%
chipTAN	7,0%	
HBCI	7,0%	
PhotoTAN / QR-TAN über App	6,0%	
App / PushTAN	5,0%	
mTAN / SMS-TAN	2,0%	
eTAN	2,0%	
Sicherheitsgarantien für Kunden	4,0%	
Individuelles Auftragslimit	2,0%	
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	39
Positiv	39
Negativ	40
B. Konditionenanalyse	41
Zahlungsverkehr	41
Brokerage	42
Ratenkredit	43
C. Allgemeine Methodik (Servicetests)	44

C. 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, Video-Call, 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-Chats, Test-Video-Calls auf Basis streng definierter, branchenübergreifender Vorgaben hinsichtlich Fragebögen, Rollenspiele und Kundenprofile
- **Online-Service:** Qualitätsmessung anhand quantitativer Internetanalysen durch Experten sowie Nutzerbetrachtungen durch geschulte Tester

C. Allgemeine Methodik

Servicetests

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“