

# DOKUMENTATION – Zusammenfassung

## Studie: Robo-Advisor 2020



„Mehr Transparenz – mehr Kundennähe“  
Im Auftrag des Nachrichtensenders ntv  
Hamburg, 16. Juli 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 Dokumentation unterliegt einer Schutzgebühr in Höhe von 400 Euro (zzgl. MwSt.).

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

<b>Sitz</b>	Hamburg
<b>Gründung</b>	Juni 2006
<b>Ziele</b>	Transparenz schaffen; Verbesserung der Servicequalität in Deutschland
<b>Status</b>	Privatwirtschaftliches Institut (ohne öffentliche Zuschüsse), verbraucherorientiert, unabhängig (keine Studien im Auftrag von Unternehmen)
<b>Ausrichtung</b>	Mediendienstleister für TV-Sender sowie Publikums- und Fachpresse
<b>Aufgabenfeld</b>	Durchführung von Servicestudien, Tests und Kundenbefragungen auf Basis standardisierter, objektiver und aktueller Marktforschungsmethodik
<b>Mitarbeiter</b>	Expertenteam aus Ökonomen, Soziologen und Psychologen sowie über 2.000 geschulte Tester in ganz Deutschland
<b>Beirat</b>	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.).

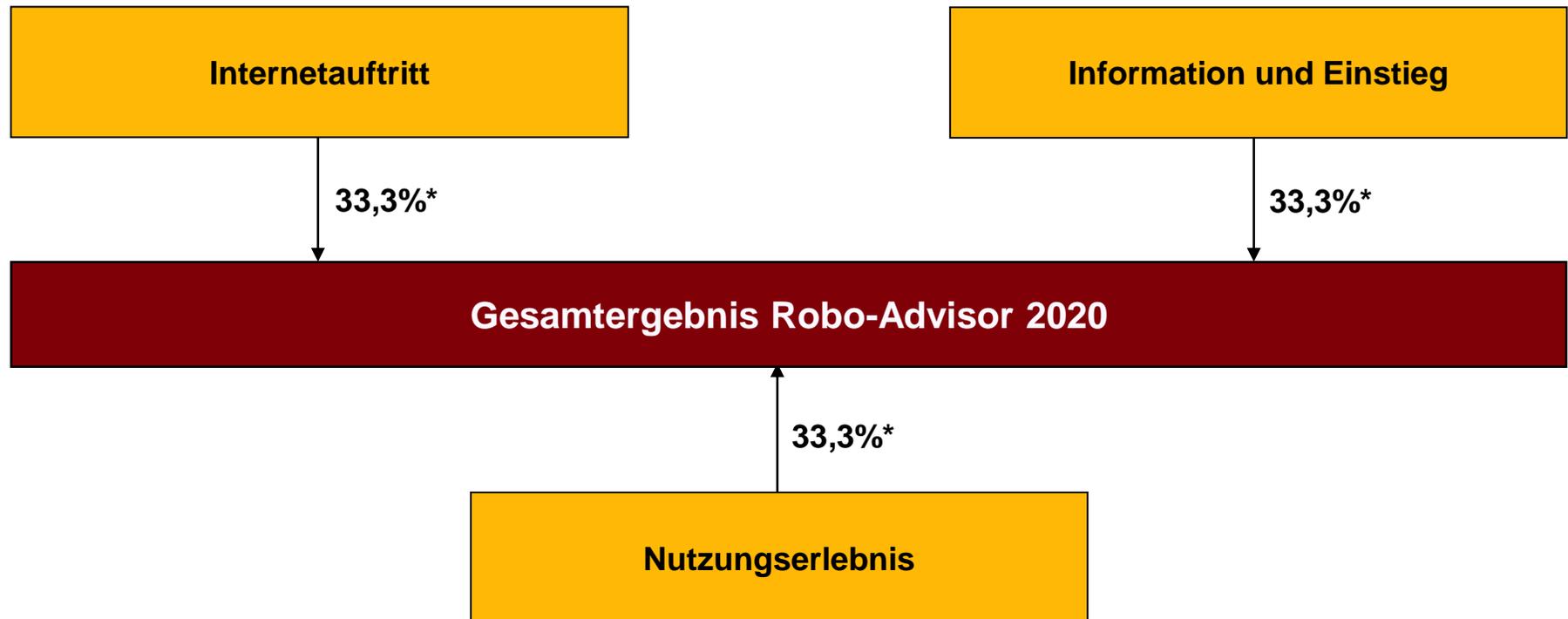
	<b>Seite</b>
<b>1. Zahlen und Fakten zur Studie</b>	<b>5</b>
<b>2. Fazit</b>	<b>7</b>
<b>3. Die besten Unternehmen</b>	<b>8</b>
<b>4. Gesamtergebnis</b>	<b>9</b>
Robo-Advisor von Banken	9
Robo-Advisor von Fintechs	12
<b>5. Stärken und Schwächen der Branche</b>	<b>15</b>
Internetauftritt	16
Information und Einstieg	17
Nutzungserlebnis	18
<b>6. Methodik</b>	<b>19</b>
<b>Anhang</b>	<b>27</b>

# 1. Zahlen und Fakten zur Studie

<b>Auftraggeber</b>	Nachrichtensender ntv
<b>Studienumfang</b>	18 Robo-Advisor, aufgeteilt in zwei unterschiedliche Samples: 9 Banken und 9 Fintechs
<b>Studienzeitraum</b>	März bis Juni 2020
<b>Analysebereich</b>	Customer Experience Mystery-Tests, insgesamt 234 Servicekontakte (13 je Anbieter) <ul style="list-style-type: none"><li>■ 18 Inhaltsanalysen der Internetauftritte (1 je Anbieter)</li><li>■ 54 Analysen der Kundenerlebnisse bei der Information über und beim Einstieg in das Produkt (3 je Anbieter)</li><li>■ 162 Analysen der Kundenerlebnisse bei der Produktnutzung (9 je Anbieter)</li></ul>

# 1. Zahlen und Fakten zur Studie

## Bewertungskriterien und Gewichtungen



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

# 3. Die besten Unternehmen

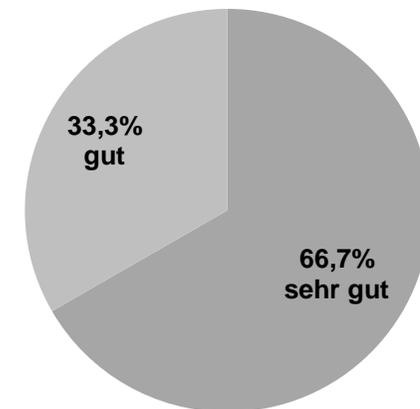
	1. Platz	2. Platz	3. Platz
<b>Gesamtergebnis Robo-Advisor von Banken</b>	Bevestor (DEKA Bank)	Fyndus (Stadtsparkasse Düsseldorf)	Visualvest (Union Investment Service Bank)
<b>Gesamtergebnis Robo-Advisor von Fintechs</b>	Growney	Whitebox	Scalable Capital
<b>Internetauftritt</b>	Cominvest (Comdirect Bank)	Whitebox	Fintego (European Bank for Financial Services), Scalable Capital
<b>Information und Einstieg</b>	Bevestor (DEKA Bank)	Fyndus (Stadtsparkasse Düsseldorf)	Ginmon
<b>Nutzungserlebnis</b>	Quirion (Quirin Privatbank)	Growney	Robin (Maxblue/Deutsche Bank)

# 4. Gesamtergebnis Robo-Advisor von Banken

## Gesamtergebnis Robo-Advisor von Banken

Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	Bevestor (DEKA Bank)	83,4	sehr gut
2	Fyndus (Stadtsparkasse Düsseldorf)	83,1	sehr gut
3	Visualvest (Union Investment Service Bank)	82,2	sehr gut
4	Quirion (Quirin Privatbank)	81,8	sehr gut
5	Cominvest (Comdirect Bank)	80,9	sehr gut
6	Robin (Maxblue/Deutsche Bank)	80,4	sehr gut
7	Fintego (European Bank for Financial Services)	77,8	gut
8	Pixit (Targobank)	75,0	gut
9	Solidvest (DJE Kapital)	73,0	gut
	<b>Branche (Mittelwert)</b>	<b>79,7</b>	

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.

\*\* Eine Abweichung von 100 Prozent ist auf die Darstellung gerundeter Werte zurückzuführen.

# 4. Gesamtergebnis Robo-Advisor von Banken

Gesamtergebnis Robo-Advisor von Banken 100%			Internetauftritt 33,3%*		Information und Einstieg 33,3%*		Nutzungserlebnis 33,3%*	
Rang	Unternehmen	Punkte**	Rang	Punkte**	Rang	Punkte**	Rang	Punkte**
1	Bevestor (DEKA Bank)	83,4	8	77,4	1	90,4	4	82,4
2	Fyndus (Stadtsparkasse Düsseldorf)	83,1	8	77,4	2	89,9	5	82,0
3	Visualvest (Union Investment Service Bank)	82,2	4	83,8	3	78,7	3	84,2
4	Quirion (Quirin Privatbank)	81,8	5	83,2	5	76,5	1	85,7
5	Cominvest (Comdirect Bank)	80,9	1	90,0	6	73,9	6	78,9
6	Robin (Maxblue/Deutsche Bank)	80,4	7	78,0	3	78,7	2	84,6
7	Fintego (European Bank for Financial Services)	77,8	2	88,8	8	70,2	7	74,5
8	Pixit (Targobank)	75,0	6	82,0	7	73,7	8	69,2
9	Solidvest (DJE Kapital)	73,0	3	87,2	9	65,4	9	66,3
	Branche (Mittelwert)	79,7		83,1		77,5		78,6

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

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

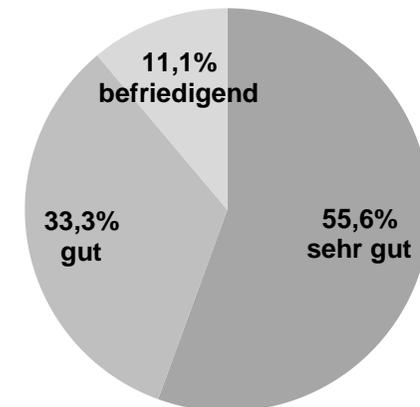
\*\* Punkte auf einer Skala von 0 bis 100 (100 Punkte sind maximal erreichbar). Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben. Unterschiedliche Ränge trotz gleicher Punktzahl werden durch Unterschiede im Nachkommastellenbereich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

# 4. Gesamtergebnis Robo-Advisor von Fintechs

## Gesamtergebnis Robo-Advisor von Fintechs

Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	Growney	84,1	sehr gut
2	Whitebox	82,6	sehr gut
3	Scalable Capital	81,6	sehr gut
4	Investify	80,8	sehr gut
5	Ginmon	80,4	sehr gut
6	Moneyfarm	73,2	gut
7	Oskar	72,5	gut
8	Liquid	71,0	gut
9	Kapilendo	69,9	befriedigend
Branche (Mittelwert)		77,3	

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.

\*\* Eine Abweichung von 100 Prozent ist auf die Darstellung gerundeter Werte zurückzuführen.

# 4. Gesamtergebnis Robo-Advisor von Fintechs

Gesamtergebnis Robo-Advisor von Fintechs 100%			Internetauftritt 33,3%*		Information und Einstieg 33,3%*		Nutzungserlebnis 33,3%*	
Rang	Unternehmen	Punkte**	Rang	Punkte**	Rang	Punkte**	Rang	Punkte**
1	Growney	84,1	6	81,8	2	85,5	1	85,0
2	Whitebox	82,6	1	89,4	3	84,2	4	74,1
3	Scalable Capital	81,6	2	88,8	6	75,0	2	81,0
4	Investify	80,8	3	85,8	5	79,2	3	77,3
5	Ginmon	80,4	7	80,3	1	87,1	5	73,8
6	Moneyfarm	73,2	9	72,4	7	74,6	6	72,5
7	Oskar	72,5	5	83,0	4	83,6	9	50,9
8	Liquid	71,0	4	85,0	8	68,6	8	59,3
9	Kapilendo	69,9	8	79,4	9	63,4	7	66,9
	<b>Branche (Mittelwert)</b>	<b>77,3</b>		<b>82,9</b>		<b>77,9</b>		<b>71,2</b>

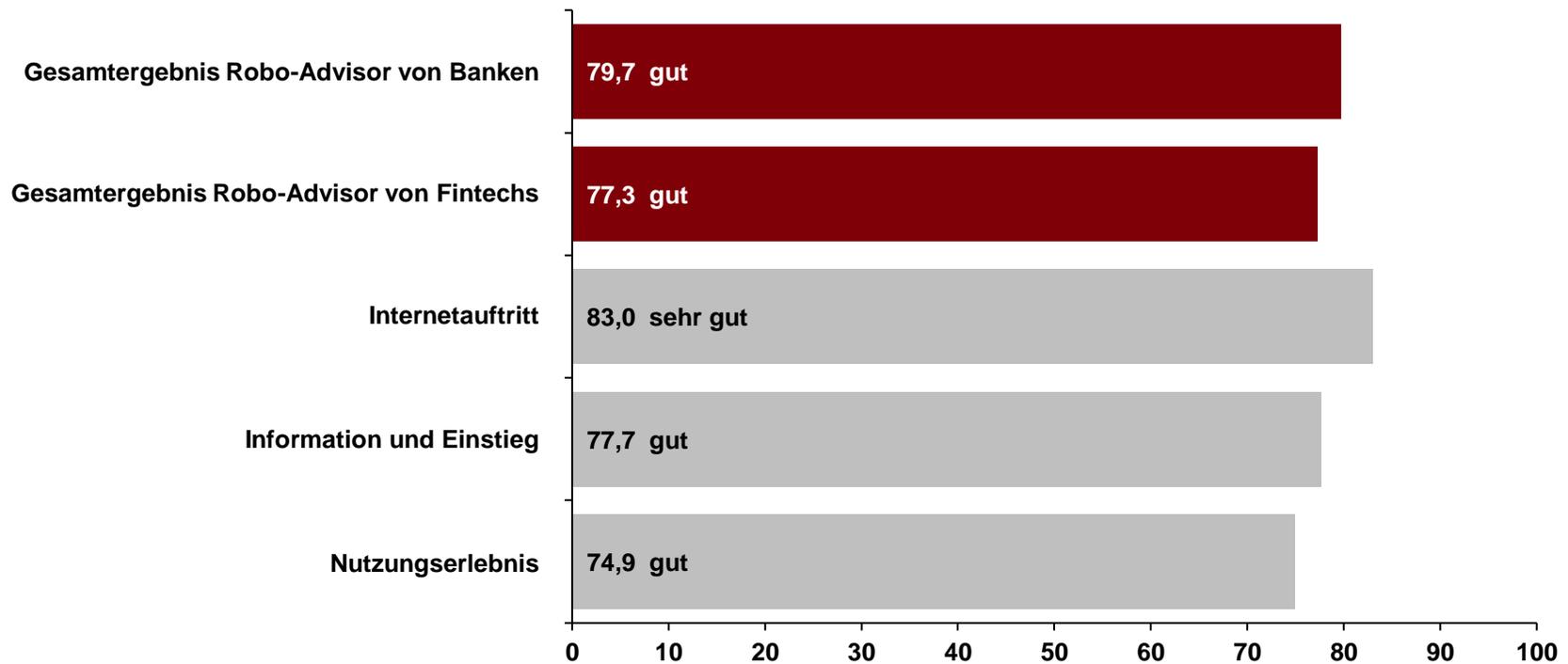
100,0 - 80,0 Punkte = sehr gut; 79,9 - 70,0 Punkte = gut; 69,9 - 60,0 Punkte = befriedigend; 59,9 - 40,0 Punkte = ausreichend; 39,9 - 0,0 Punkte = mangelhaft

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

\*\* 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.

# 5. Stärken und Schwächen der Branche

Branchenergebnisse in den Leistungsbereichen (Punkte)



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

# 6. Methodik

## Hintergrund der Studie

Die Digitalisierung und neue Angebote internetgestützter Finanztechnologie haben zu einem Umdenken bei den Privatkunden auf dem Finanzmarkt geführt. Noch vor einigen Jahren reichten den meisten Kunden konventionelle Finanzprodukte, wie das Sparbuch oder Tagesgeldkonten. Mittlerweile haben sich sogenannte Robo-Advisor auf dem Markt etabliert. Es wird prognostiziert, dass sich das weltweite Anlagevolumen in diesem Segment bis 2024 im Vergleich zu heute nahezu verdreifachen wird.\*

Die Robo-Advisor nutzen digitale Funktionen, um auf Basis der Angaben des Anlegers eine passende Anlagestrategie zu ermitteln. Der Service wird sowohl von Banken als auch von Fintech-Unternehmen angeboten. Die Bandbreite der Funktionalität reicht dabei von einer einfachen Auswahlhilfe für Fonds, die mit Tipps und Informationen Anregungen zur Gestaltung des Portfolios gibt, bis zu einem vollautomatisierten Anlagemanagement, das Portfolioanpassungen eigenständig vornimmt. Das Programm bestimmt mit Hilfe eines Algorithmus die Anlagestrategie und erstellt eine Portfoliostruktur.

Das Ziel der Studie des Deutschen Instituts für Service-Qualität war es, zu analysieren, welche Robo-Advisor, unterteilt in Banken und Fintechs, dem Kundeninteresse am besten gerecht werden.

\* Robo-Advisors - weltweit. (n.d.), Abgerufen über: <https://de.statista.com/outlook/337/100/robo-advisors/weltweit>; (Abrufdatum: 10.06.2020).

# 6. Methodik

## Untersuchungsumfang

Die Robo-Advisor wurden anhand der Anzahl der Nennungen in relevanten Quellen\* und auf Basis der Daten des Webtraffic-Analysedienstes Similar-Web ausgewählt. Dabei wurden ausschließlich Anbieter mit einem Full-Service berücksichtigt (eigenständige Anlageentscheidungen).

Die Auswahl der wichtigsten Anbieter umfasste folgende 18 Robo-Advisor:

### Banken:

- Bevestor (DEKA Bank)
- Cominvest (Comdirect Bank)
- Fintego (European Bank for Financial Services)
- Fyndus (Stadtsparkasse Düsseldorf)
- Pixit (Targobank)
- Quirion (Quirin Privatbank)
- Robin (Maxblue/Deutsche Bank)
- Solidvest (DJE Kapital)
- Visualvest (Union Investment Service Bank)

### Fintechs:

- Ginmon
- Growney
- Investify
- Kapilendo
- Liquid
- Moneyfarm
- Oskar
- Scalable Capital
- Whitebox

\* Vgl.: McKinsey (2016), FinTech – Herausforderung und Chance, abgerufen über: <https://www.mckinsey.de/files/1602018Fintechs.pdf>; (Abrufdatum: 30.01.2018).

# 6. Methodik

## Customer Experience – Vorgehensweise

Um den kundenfreundlichsten Anbieter zu ermitteln, wurden die angebotenen Robo-Advisor vom 4. April bis zum 2. Juni 2020 einer qualitativen Prozessanalyse unterzogen. Im Fokus stand das Kundenerlebnis von der ersten Information über den Robo-Advisor auf der Internetseite bis hin zur Produktnutzung. Zentrale Analysedimensionen waren hierbei die von Kunden erwarteten Vorzüge: Schnelligkeit, Einfachheit und Komfort.

Damit sich Kunden umfassend über den Anbieter informieren können, ist ein aussagekräftiger Internetauftritt wichtig. Im Rahmen einer Inhaltsanalyse wurde vom 13. bis 15. Mai 2020 daher untersucht, welcher Anbieter neben relevanten Informationen über sein Produkt auch Kontaktinformationen und allgemeine Informationen zur Verfügung stellte.

Zur Erhebung des Kundenerlebnisses erfolgte eine qualitative Evaluation mittels geschulter Testkunden. Jeweils drei Testkunden informierten sich unter Berücksichtigung von vorab festgelegten Aufgabenstellungen über die zu analysierende Dienstleistung und wählten den angebotenen Produkteinstieg (Registrierung).

Für die Analyse der Nutzungserlebnisse wurde jeder Robo-Advisor insgesamt neun Mal genutzt. Die Eindrücke und Erlebnisse wurden mithilfe eines standardisierten Fragebogens erfasst und ausgewertet.

# 6. Methodik

## Untersuchungskriterien



Internetauftritt		100,0%
<b>Spezielle Informationen und Funktionen</b>		<b>50,0%</b>
Informationen zu Partnerbanken/Partnershops	5,0%	
Informationen zu Anlagestrategien	6,0%	
Informationen zu Risiken und Renditechancen	6,0%	
Informationen zum Thema Sicherheit	7,0%	
Informationen zu den Gebühren	7,0%	
Erläuterung der Funktionsweise	7,0%	
Kundenbereich mit Login	3,0%	
Anzahl Klicks bis zur Erläuterung der Funktionsweise/des Anlagekonzepts	3,0%	
Anzahl Klicks bis zu Informationen zu Risiken und Renditechancen	3,0%	
Anzahl Klicks bis zu Informationen zu den Gebühren	3,0%	
<b>Allgemeine Informationen</b>		<b>30,0%</b>
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%	

# 6. Methodik

## Untersuchungskriterien



Internetauftritt (Fortsetzung)		
<b>Kontaktinformationen</b>		<b>20,0%</b>
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%	

# 6. Methodik

## Untersuchungskriterien

<b>Information und Einstieg</b>		<b>100,0%</b>
<b>Schnelligkeit</b>		<b>10,5%*</b>
Website intuitiv	5,3%*	
Produktinformationen leicht zugänglich	5,3%*	
<b>Einfachheit</b>		<b>47,4%*</b>
Verständliche Produktdarstellung	5,3%*	
Gute Sicherheitsaufklärung	5,3%*	
Transparente Einbindung Partnerangebote/-unternehmen	5,3%*	
Informationen umfangreich	5,3%*	
Transparente Kostendarstellung	5,3%*	
Verständliche Kostendarstellung	5,3%*	
Umfangreiche Kostendarstellung	5,3%*	
Gesamteindruck: strukturiert	5,3%*	
Gesamteindruck: einfach	5,3%*	
<b>Komfort</b>		<b>42,1%*</b>
Website optisch ansprechend	5,3%*	
Website übersichtlich gestaltet	5,3%*	
Website kundenfreundlich gestaltet	5,3%*	
Kosten angemessen	5,3%*	
Gesamteindruck: seriös	5,3%*	
Gesamteindruck: vertrauenerweckend	5,3%*	
Gesamteindruck: besonders	5,3%*	
Gesamteindruck: sympathisch	5,3%*	

\* Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben. Eine Abweichung von 100 Prozent ist auf die Darstellung gerundeter Werte zurückzuführen.

# 6. Methodik

## Untersuchungskriterien



<b>Nutzungserlebnis</b>	<b>100,0%</b>	
<b>Schnelligkeit</b>		<b>5,0%</b>
Nutzungsprozess schnell	5,0%	
<b>Einfachheit</b>		<b>40,0%</b>
Problemlose Durchführung	5,0%	
Nutzungsprozess einfach	5,0%	
Zu jedem Zeitpunkt klar, was erwartet wird	5,0%	
Anlageplaner: Abfrage der persönlichen Anlageziele	5,0%	
Anlageplaner: Abfrage der finanziellen Situation des Anlegers	5,0%	
Anlageplaner: Abfrage der gewünschten Anlage	5,0%	
Anlageplaner: Information zur vorgeschlagenen Anlage	5,0%	
Anlageplaner: Bereitstellung von Hintergrundinformationen	5,0%	
<b>Komfort</b>		<b>55,0%</b>
Nutzungsprozess: positiver Einstieg	5,0%	
Nutzungsprozess: komfortabel	5,0%	
Nutzungsprozess: kundenfreundlich	5,0%	
Anlageplaner: Umfang der Abfrage den persönlichen Anlagezielen angemessen	5,0%	
Anlageplaner: Umfang der Abfrage der finanziellen Situation des Anlegers angemessen	5,0%	
Anlageplaner: Umfang der Abfrage der gewünschten Anlage angemessen	5,0%	
Anlageplaner: Umfang der Informationen zur vorgeschlagenen Anlage angemessen	5,0%	
Anlageplaner: Umfang der bereitgestellten Hintergrundinformationen angemessen	5,0%	
Gesamteindruck: Serviceorientierung	5,0%	
Gesamteindruck: Vertrauenswürdigkeit	5,0%	
Gesamteindruck: Kompetenz	5,0%	

# 6. Methodik

## Getestete Kontaktkanäle

Unternehmen	Internetseite
<b>Bevestor (DEKA Bank)</b>	<a href="http://www.bvestor.de/home">www.bvestor.de/home</a>
<b>Cominvest (Comdirect Bank)</b>	<a href="http://www.comdirect.de/geldanlage/cominvest.html">www.comdirect.de/geldanlage/cominvest.html</a>
<b>Fintego (European Bank for Financial Services)</b>	<a href="http://www.fintego.de/">www.fintego.de/</a>
<b>Fyndus (Stadtsparkasse Düsseldorf)</b>	<a href="http://fyndus.de/home">fyndus.de/home</a>
<b>Ginmon</b>	<a href="http://www.ginmon.de/">www.ginmon.de/</a>
<b>Growney</b>	<a href="http://www.growney.de">www.growney.de</a>
<b>Investify</b>	<a href="http://www.investify.com/">www.investify.com/</a>
<b>Kapilendo</b>	<a href="http://www.kapilendo.de">www.kapilendo.de</a>
<b>Liqid</b>	<a href="http://www.liqid.de/">www.liqid.de/</a>
<b>Moneyfarm</b>	<a href="http://www.moneyfarm.com">www.moneyfarm.com</a>
<b>Oskar</b>	<a href="http://www.oskar.de">www.oskar.de</a>
<b>Pixit (Targobank)</b>	<a href="http://targobank-pixit.de">targobank-pixit.de</a>
<b>Quirion (Quirin Privatbank)</b>	<a href="http://www.quirion.de">www.quirion.de</a>
<b>Robin (Maxblue/Deutsche Bank)</b>	<a href="http://www.maxblue.de/robin/startseite.html">www.maxblue.de/robin/startseite.html</a>
<b>Scalable Capital</b>	<a href="http://de.scalable.capital">de.scalable.capital</a>
<b>Solidvest (DJE Kapital)</b>	<a href="http://www.solidvest.de">www.solidvest.de</a>
<b>Visualvest (Union Investment Service Bank)</b>	<a href="http://www.visualvest.de">www.visualvest.de</a>
<b>Whitebox</b>	<a href="http://www.whitebox.eu">www.whitebox.eu</a>
<b>Testzeitraum</b>	<b>4. April - 2. Juni 2020</b>

	<b>Seite</b>
<b>A. Tester-Erlebnisse</b>	<b>28</b>
Positiv	28
Negativ	29
<b>B. Internetauftritt</b>	<b>30</b>
<b>C. Information und Einstieg</b>	<b>31</b>
<b>D. Nutzungserlebnis</b>	<b>32</b>
<b>E. Gebührenübersicht</b>	<b>33</b>
<b>F. Allgemeine Methodik</b>	<b>35</b>

# F. Allgemeine Methodik

## Customer Experience-Analyse

- **Ziel:** Messung der Service-Qualität an Kundenkontaktpunkten (Touchpoints)
- **Verfahren:** Qualitative Prozessanalyse
- **Fokus:** Kundenerlebnis von der ersten Information auf der Internetseite bzw. in der App bis hin zur Produktnutzung
- **Analyse:** Eindrücke und Erlebnisse werden mithilfe eines standardisierten Fragebogens erfasst und ausgewertet
- **Zentrale Analysedimensionen:** Schnelligkeit, Einfachheit und Komfort
- **Inhaltsanalyse:** Relevante Informationen über Produkt/Dienstleistung, allgemeine Informationen, Kontaktinformationen
- **Kundenerlebnis:** Qualitative Evaluation mittels geschulter Testkunden, Testkunden informieren sich unter Berücksichtigung von vorab festgelegten Aufgabenstellungen über ein zu analysierendes Produkt und wählen den angebotenen Produkteinstieg (z. B. Registrierung)