

# DOKUMENTATION – Zusammenfassung

## Studie: Direktbanken / Brokerage 2021



„Mehr Transparenz – mehr Kundennähe“  
Hamburg, 28. April 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

<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>6</b>
<b>2. Fazit</b>	<b>10</b>
<b>3. Die besten Unternehmen</b>	<b>11</b>
<b>4. Gesamtergebnis</b>	<b>12</b>
<b>5. Stärken und Schwächen der Branche</b>	<b>18</b>
Online-Service	19
Telefonischer Service	20
Service per E-Mail	21
Konditionenanalyse	22
Sicherheit im Internet	23

# Inhaltsverzeichnis

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

	<b>Seite</b>
<b>6. Ergebnisse der Unternehmen</b>	<b>24</b>
Serviceanalyse	24
Konditionenanalyse	26
Sicherheit im Internet	28
<b>7. Methodik</b>	<b>30</b>
Serviceanalyse	32
Konditionenanalyse	41
Sicherheit im Internet	45
<b>Anhang</b>	<b>46</b>

# 1. Zahlen und Fakten zur Studie

<b>Studienumfang</b>	7 Direktbanken mit Produktbereich Brokerage im Portfolio
<b>Studienzeitraum</b>	Dezember 2020 bis März 2021
<b>Studienkonzept</b>	Erstellung in Zusammenarbeit mit Prof. Dr. Thomas Liebetruth (OTH Regensburg)
<b>Analysebereiche</b>	Service, Konditionen, Sicherheit im Internet
Serviceanalyse	Mystery-Tests, insgesamt 217 Servicekontakte (31 je Anbieter) <ul style="list-style-type: none"><li>■ 77 Analysen des Online-Service:<ul style="list-style-type: none"><li>■ 7 Analysen der Internetauftritte (1 je Anbieter)</li><li>■ 70 Betrachtungen der Internetauftritte durch geschulte Nutzer (10 je Anbieter)</li></ul></li><li>■ 70 Analysen der telefonischen Kontaktqualität (10 je Anbieter)</li><li>■ 70 Analysen der E-Mail-Beantwortung (10 je Anbieter)</li></ul>
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 5. Februar 2021).

# 1. Zahlen und Fakten zur Studie

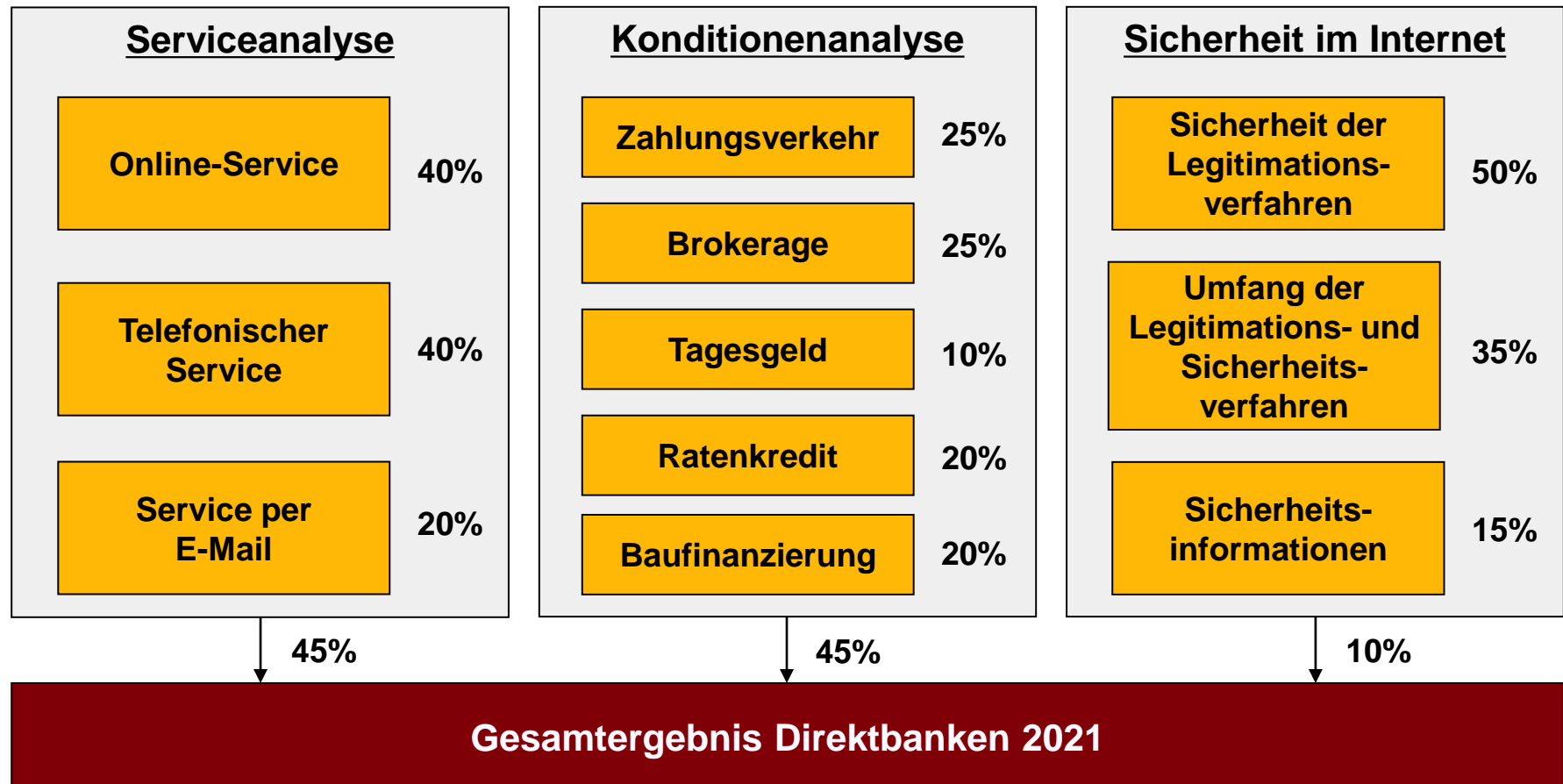
## Sicherheit im Internet

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: 5. Februar 2021).

# 1. Zahlen und Fakten zur Studie

## Bewertungskriterien und Gewichtungen

### Analyse Direktbanken 2021

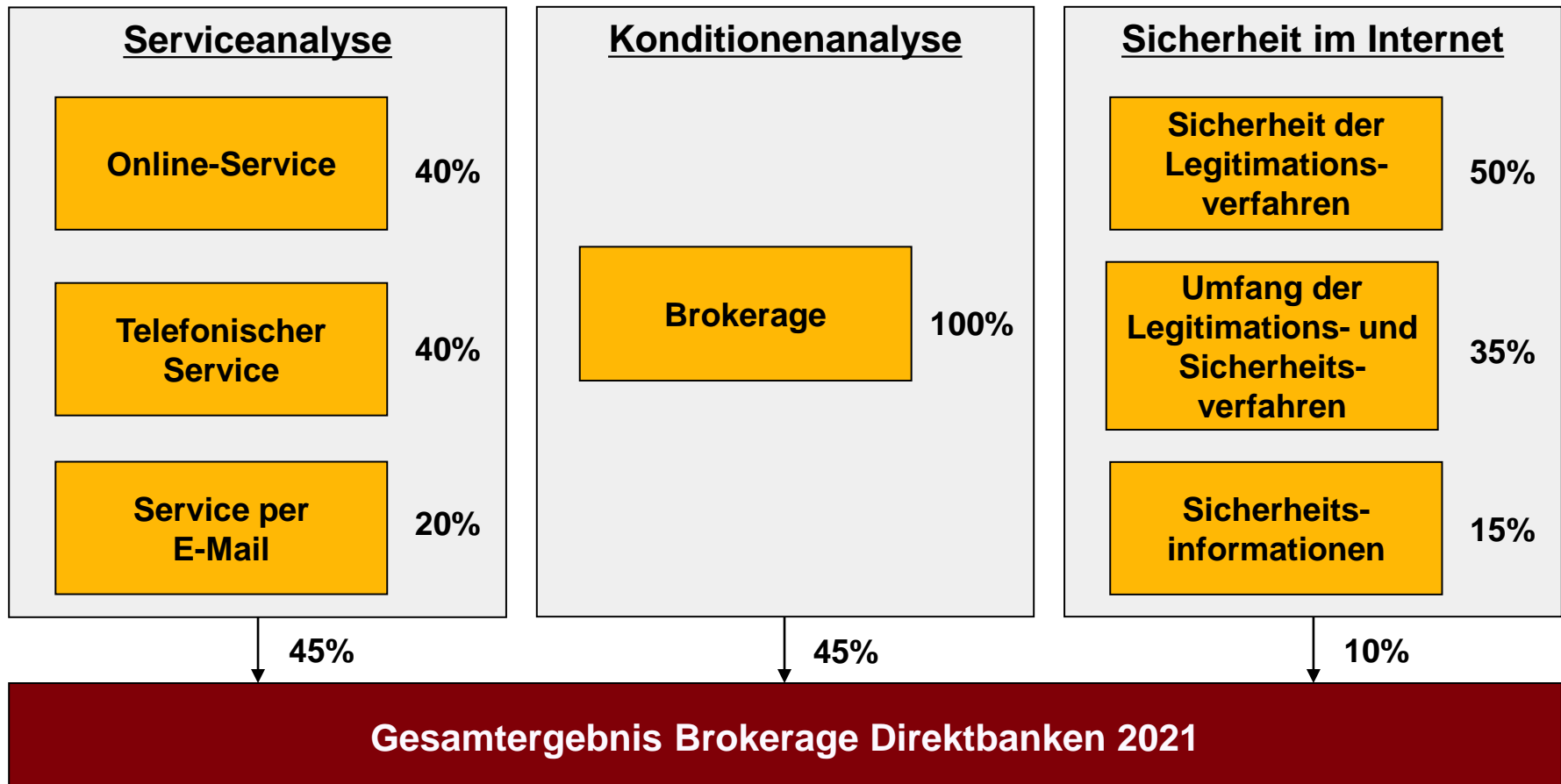




# 1. Zahlen und Fakten zur Studie

## Bewertungskriterien und Gewichtungen

### Analyse Brokerage Direktbanken 2021



# 3. Die besten Unternehmen

	1. Platz	2. Platz	3. Platz
<b>Gesamtergebnis Direktbanken</b>	Comdirect	1822direkt	DKB Deutsche Kreditbank
<b>Gesamtergebnis Brokerage Direktbanken</b>	Comdirect	1822direkt	ING
<b>Serviceanalyse</b>	Comdirect	1822direkt	ING
Online-Service	Comdirect	Consorsbank	1822direkt
Telefonischer Service	1822direkt	Comdirect	ING
Service per E-Mail	Comdirect	1822direkt	DKB Deutsche Kreditbank
<b>Konditionenanalyse</b>	DKB Deutsche Kreditbank	Comdirect	ING
Zahlungsverkehr	DKB Deutsche Kreditbank	ING	Consorsbank
Brokerage	ING	Norisbank	Consorsbank
Tagesgeld	DKB Deutsche Kreditbank	Norisbank	ING, Postbank
Ratenkredit	DKB Deutsche Kreditbank	ING	Postbank
Baufinanzierung	1822direkt, Consorsbank	-	Comdirect
<b>Sicherheit im Internet</b>	1822direkt	DKB Deutsche Kreditbank	Consorsbank

# 4. Gesamtergebnis Direktbanken

Gesamtergebnis Direktbanken			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	Comdirect	75,7	gut
2	1822direkt	75,4	gut
3	DKB Deutsche Kreditbank	72,5	gut
4	Consorsbank	69,8	befriedigend
5	ING	68,4	befriedigend
6	Norisbank	64,5	befriedigend
7	Postbank	57,2	ausreichend
	<b>Branche (Mittelwert)</b>	<b>69,1</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

\* 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 Direktbanken

Gesamtergebnis Direktbanken 100%			Service- analyse 45%		Konditionen- analyse 45%		Sicherheit im Internet 10%	
Rang	Unternehmen	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*
1	Comdirect	75,7	1	77,7	2	76,2	4	64,5
2	1822direkt	75,4	2	76,5	5	70,7	1	91,3
3	DKB Deutsche Kreditbank	72,5	7	58,3	1	83,3	2	88,0
4	Consorsbank	69,8	4	63,6	4	72,2	3	86,3
5	ING	68,4	3	66,0	3	73,2	5	57,8
6	Norisbank	64,5	5	63,3	6	67,2	6	57,5
7	Postbank	57,2	6	62,8	7	52,4	7	54,0
Branche (Mittelwert)		69,1	66,9		70,8		71,3	

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. Gesamtergebnis Brokerage Direktbanken

Gesamtergebnis Brokerage Direktbanken			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	Comdirect	75,3	gut
2	1822direkt	72,7	gut
3	ING	72,3	gut
4	Consorsbank	72,0	gut
5	Norisbank	69,4	befriedigend
6	DKB Deutsche Kreditbank	68,4	befriedigend
7	Postbank	52,0	ausreichend
	<b>Branche (Mittelwert)</b>	<b>68,9</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

\* 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 Brokerage Direktbanken

Gesamtergebnis Brokerage Direktbanken 100%			Service- analyse 45%		Konditionen- analyse 45%		Sicherheit im Internet 10%	
Rang	Unternehmen	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*
1	Comdirect	75,3	1	77,7	4	75,2	4	64,5
2	1822direkt	72,7	2	76,5	6	64,7	1	91,3
3	ING	72,3	3	66,0	1	81,9	5	57,8
4	Consorsbank	72,0	4	63,6	3	77,1	3	86,3
5	Norisbank	69,4	5	63,3	2	78,3	6	57,5
6	DKB Deutsche Kreditbank	68,4	7	58,3	5	74,2	2	88,0
7	Postbank	52,0	6	62,8	7	40,8	7	54,0
Branche (Mittelwert)		68,9	66,9		70,3		71,3	

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.

# 7. Methodik

## Hintergrund der Studie

Direktbanken sind Kreditinstitute, die Finanzdienstleistungen anbieten und über kein Filialnetz verfügen. Die wichtigsten Funktionen sind, genau wie bei Filialbanken, die Abwicklung des Zahlungsverkehrs, Finanzierungsgeschäfte (Kredite), Geldanlagen (Tages-/Festgeld), Brokerage (An- und Verkauf von Wertpapieren) und Vorsorgedienstleistungen. Dadurch, dass Direktbanken auf digitale Kommunikation setzen und keine physischen Filialen betreiben, werden Kosten eingespart. Diese Einsparungen können in Form von kostenlosen Konten und günstigen Transaktionen an Kunden weitergegeben werden. Auch wenn ein großer Teil der deutschen Bevölkerung an Filialbanken festhält, gewinnen Direktbanken immer mehr an Bedeutung.\*

Wenn alle Banken unter gleichen Sicherheitsrichtlinien und Bedingungen arbeiten, ist es oft nicht einfach, die für den Nutzer passende Bank ausfindig zu machen. Im Rahmen einer umfassenden Untersuchung hat das Deutsche Institut für Service-Qualität daher Direktbanken analysiert. Dabei sollte herausgefunden werden, welche Direktbank den besten Service, die attraktivsten Konditionen und die höchste Sicherheit im Internet bietet. Aufgrund der vergleichsweise hohen Relevanz des Bereichs Brokerage für den Verbraucher, insbesondere in Zeiten der Niedrigzinspolitik, wurde diese Geldanlegemöglichkeit dabei gesondert betrachtet.

\* Vgl.: IfD Allensbach. (2020). Bevölkerung in Deutschland nach Einstellung zu bzw. Kundschaft bei Direktbanken von 2016 bis 2020 (Online unter: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/170960/umfrage/kunde-einer-direktbank-einstellung/> abgerufen am 16. März 2021).

# 7. Methodik

## Untersuchungsumfang

Im Rahmen dieser Studie wurden die bedeutendsten Direktbanken untersucht. Für die Aufnahme in das Sample war relevant, dass die Institute eine Eigendarstellung als Direktbank und Direktbankprodukte im Portfolio haben, an einen Einlagensicherungsfonds angeschlossen sind und als Universalbank fungieren und somit vielfältige Dienstleistungen für Privatpersonen anbieten. Neben dem getesteten Produktbereich Brokerage mussten von den Unternehmen mindestens drei der folgenden Produktbereiche angeboten werden: Zahlungsverkehr, Tagesgeld, Ratenkredite und Baufinanzierung. Für die Auswahl des Untersuchungssamples wurden potenzielle Direktbanken anhand einer Internetrecherche identifiziert. Auch die Auswahl der getesteten Direktbanken aus der Vorstudie des Jahres 2019 wurde hierzu herangezogen.\*

Die Untersuchungsauswahl umfasste die folgenden sieben Unternehmen:

- 1822direkt
- Comdirect
- Consorsbank
- DKB Deutsche Kreditbank
- ING
- Norisbank
- Postbank

\* Vgl. online unter <https://disq.de/2019/20190424-Direktbanken.html> (Abrufdatum: 16.03.2021).



# 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
- Festlegung des Dispos
- Unterscheide zwischen Direkt- und Filialbanken
- Voraussetzungen für die Aufnahme eines Ratenkredits
- Depot-Übertragung
- Sicherer Umgang beim Online-Banking sowie beim Banking per App
- 2-Faktor-Authentifizierung
- Nutzung einer Banking-App
- Unberechtigte Abbuchungen von der Kreditkarte

# 7. Methodik

## Serviceanalyse – Untersuchungskriterien

<b>Online-Service</b>		<b>100,0%</b>
Internetanalyse		50,0%
Nutzerbetrachtung		50,0%

<b>Internetanalyse</b>		<b>100,0%</b>
<b>Spezielle Informationen und Funktionen</b>		<b>50,0%</b>
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

Internetanalyse (Fortsetzung)		
<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%	
<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%	

# 7. Methodik

## Serviceanalyse – Untersuchungskriterien

<b>Nutzerbetrachtung</b>		<b>100,0%</b>
<b>Bedienungsfreundlichkeit</b>		<b>50,0%</b>
Einfache und intuitive Navigation	16,7%*	
Übersichtlichkeit des Internetauftritts	16,7%*	
Optisch ansprechender Gesamteindruck	16,7%*	
<b>Inhalte</b>		<b>50,0%</b>
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 – Untersuchungskriterien

<b>Telefonischer Service</b>	<b>100,0%</b>	
<b>Beratungskompetenz</b>		<b>30,0%</b>
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%	
<b>Lösungsqualität</b>		<b>20,0%</b>
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)		
<b>Kommunikationsqualität</b>		<b>20,0%</b>
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%	
<b>Wartezeiten und Erreichbarkeit</b>		<b>20,0%</b>
Zustande gekommene Gespräche im Erstkontakt	7,0%	
Durchschnittliche Wartezeit	7,0%	
Gesprächsannahme innerhalb von 20 Sekunden	3,0%	
Wöchentliche Erreichbarkeit	3,0%	
<b>Beratungserlebnis</b>		<b>10,0%</b>
Authentischer Berater	2,0%	
Gesprächsatmosphäre/Wohlfühlfaktor	4,0%	
Mehrwert der Beratung	2,0%	
Erinnerungswert	2,0%	

# 7. Methodik

## Serviceanalyse – Untersuchungskriterien

Service per E-Mail	100,0%	
<b>Beratungskompetenz</b>		<b>35,0%</b>
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%	
<b>Lösungsqualität</b>		<b>20,0%</b>
Bedarfsgerechte Antworten	6,0%	
Aufzeigen des Kunden- oder 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)		
<b>Kommunikationsqualität</b>		<b>20,0%</b>
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%	
<b>Wartezeiten und Erreichbarkeit</b>		<b>20,0%</b>
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%	
<b>Beratungserlebnis</b>		<b>5,0%</b>
Mehrwert der Antwort	1,5%	
Erinnerungswert	3,5%	



# 7. Methodik

## Serviceanalyse – Getestete Kontaktkanäle

Unternehmen	Internetseite	Telefonnummer	E-Mail-Adresse / Kontaktformular
<b>1822direkt</b>	www.1822direkt.de	069 5050930	info@1822direkt.de / Kontaktformular
<b>Comdirect</b>	www.comdirect.de	04106 7082500	interessent@comdirect.de / Kontaktformular
<b>Consorsbank</b>	www.consorsbank.de	0911 3693000	info@consorsbank.de / Kontaktformular
<b>DKB Deutsche Kredit Bank</b>	www.dkb.de	030 12030000	info@dkb.de / Kontaktformular
<b>ING</b>	www.ing.de	069 50500108	info@ing.de / Kontaktformular
<b>Norisbank</b>	www.norisbank.de	030 31066000	service@norisbank.de
<b>Postbank</b>	www.postbank.de	0228 55005533	mail@postbank.de, direkt@postbank.de
<b>Testzeitraum</b>	<b>14. Januar - 22. Februar 2021</b>	<b>11. Januar - 22. Februar 2021</b>	<b>12. Januar - 15. Februar 2021</b>

# 7. Methodik

## Konditionenanalyse – Vorgehensweise

Im Rahmen einer umfassenden Konditionenanalyse (Stand: 5. Februar 2021) wurden die Produktbereiche Zahlungsverkehr, Brokerage, Tagesgeld, Ratenkredit und Baufinanzierung untersucht. Da die betrachteten Banken dem Einlagensicherungsfonds angeschlossen sind wurde die Einlagensicherheit bei der Analyse nicht berücksichtigt. Befristete Aktionen, die der Neukundengewinnung dienen, 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), männlich, 35 Jahre alt; 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 16.03.2021).

# 7. Methodik

## Konditionenanalyse – Untersuchungskriterien

Konditionenanalyse		100,0%
<b>Zahlungsverkehr</b>		<b>25,0%</b>
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 Jugend-/Studentengirokonto im Angebot	2,5%	
<b>Brokerage</b>		<b>25,0%</b>
Kosten einer telefonischen Aktienorder* (Xetra) – Ordervolumen: 1.000 Euro	0,6%**	
Kosten einer Online-Aktienorder (Xetra): Ordervolumen: 1.000 Euro	3,1%**	
Kosten einer telefonischen Aktienorder* (Xetra) – Ordervolumen: 5.000 Euro	0,6%**	
Kosten einer Online-Aktienorder (Xetra): Ordervolumen: 5.000 Euro	3,1%**	
Kosten einer telefonischen Aktienorder* (Xetra) – Ordervolumen: 10.000 Euro	0,6%**	
Kosten einer Online-Aktienorder (Xetra): Ordervolumen: 10.000 Euro	3,1%**	
Ist eine Aktienorder per Mobile-App möglich?	2,5%	
Falls Aktienorder per Mobile-App möglich: Ist diese kostenpflichtig?	1,3%**	
Depotgebühren pro Jahr (Bestand 5.000 Euro, 4 Orders pro Jahr)	1,3%**	
Depotgebühren pro Jahr (Bestand 30.000 Euro, 4 Orders pro Jahr)	0,9%**	
Möglichkeit des Optionsscheinhandels	0,9%**	
Möglichkeit von Fonds-Sparplänen	0,9%**	

\* Persönlicher Ansprechpartner.

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

# 7. Methodik

## Konditionenanalyse – Untersuchungskriterien

Konditionenanalyse (Fortsetzung)		100,0%
<b>Brokerage (Fortsetzung)</b>		
Falls Fonds-Sparpläne im Angebot: Mindestbetrag je Sparrate	0,9%**	
Möglichkeit von Zertifikate-Sparplänen	0,9%**	
Falls Zertifikate-Sparpläne im Angebot: Mindestbetrag je Sparrate	0,9%**	
Möglichkeit von ETF-Sparplänen	0,9%**	
Falls ETF-Sparpläne im Angebot: Mindestbetrag je Sparrate?	0,9%**	
Möglichkeit von Aktien-Sparplänen	0,9%**	
Falls Aktien-Sparpläne im Angebot: Mindestbetrag je Sparrate?	0,9%**	
<b>Tagesgeld*</b>		<b>10,0%</b>
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%**	
<b>Ratenkredit</b>		<b>20,0%</b>
Bonitäts-/Gehaltsunabhängiger Zinssatz	6,5%	
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%	
Sind Sondertilgungen vor Laufzeitende möglich?	1,5%	
Vorfälligkeitsentschädigung bei Vollrückzahlung	1,5%	

\* 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

## Konditionenanalyse – Untersuchungskriterien

<b>Konditionenanalyse (Fortsetzung)</b>	<b>100,0%</b>	
<b>Baufinanzierung</b>		<b>20,0%</b>
Effektivzinssatz p.a.	10,0%	
Sollzinssatz p.a.	3,0%	
Höhe des Bereitstellungszinses pro Monat	3,0%	
Bereitstellungszinsfreie Zeit	0,5%	
Kostenfreie Tilgungsänderung möglich	1,0%	
Kostenfreie Sondertilgungen möglich	2,0%	
Grundsätzliche minimale Kreditsumme	0,5%	

# 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 AppTan/PushTan	3,5%	
Legitimation per SMS-TAN/mTan	1,8%**	
Legitimation per Smart Tan/ChipTan optisch	3,5%	
Legitimation per Smart Tan/ChipTan manuell	1,8%**	
Legitimation per PhotoTan	3,5%	
Legitimation per QR-Tan	3,5%	
Legitimation per FinTS/HBCI	1,8%**	
Sonstige Sicherheitssysteme/Legitimationsverfahren	1,8%**	
Individuelles Überweisungslimit	7,0%	
Sicherheitsgarantien	7,0%	
Sicherheitsinformationen		15,0%
Detaillierte Beschreibung Sicherungsverfahren	5,0%	
Sicherheitstipps	5,0%	
Direkte Kontaktmöglichkeit (z. B. Sicherheitshotline)	5,0%	

\* Bei diesem Kriterium wird gemessen, ob die Institute eines der als sicher geltenden Sicherungsverfahren (z. B. Smart Tan/ChipTan, PhotoTan) zur Verfügung stellen.

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

	<b>Seite</b>
<b>A. Tester-Erlebnisse</b>	<b>48</b>
Positiv	48
Negativ	49
<b>B. Online Service</b>	<b>50</b>
<b>C. Telefonischer Service</b>	<b>51</b>
<b>D. Service per E-Mail</b>	<b>52</b>
<b>E. Konditionenanalyse</b>	<b>53</b>
Zahlungsverkehr	53
Brokerage	54
Tagesgeld	55
Ratenkredit	56
Baufinanzierung	57

	<b>Seite</b>
<b>F. Sicherheit im Internet</b>	<b>58</b>
Sicherheitsverfahren	58
<b>G. Allgemeine Methodik (Servicetests)</b>	<b>60</b>



# G. Allgemeine Methodik

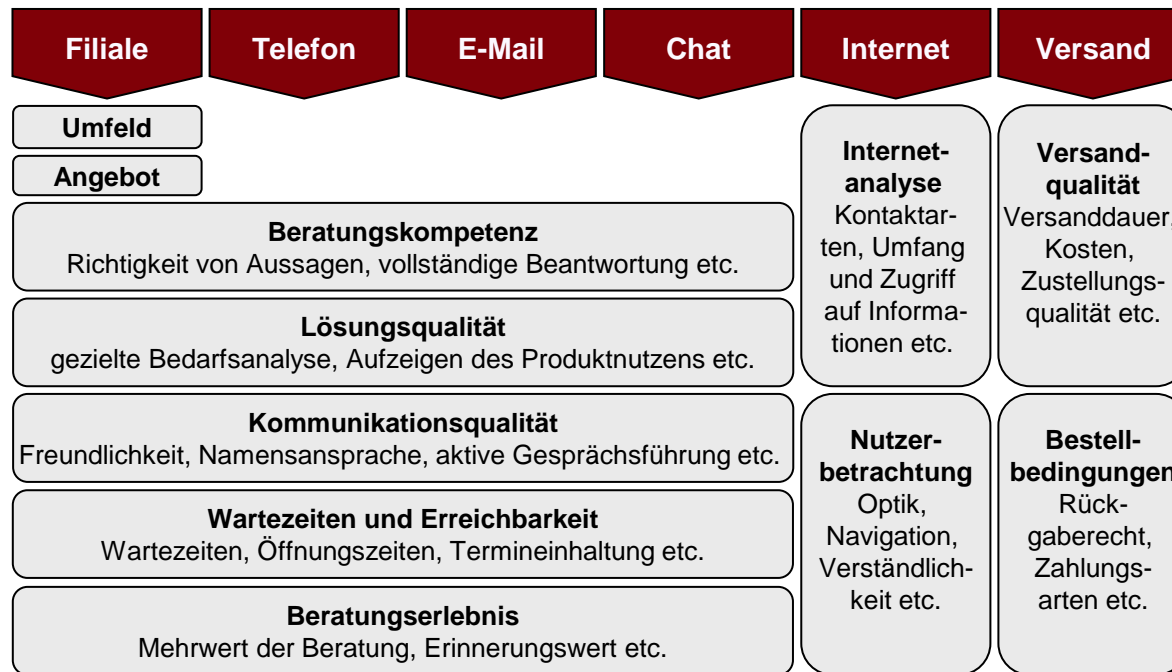
## Servicetests

- **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

# G. 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“