

DOKUMENTATION – Zusammenfassung

Test: Online-Banking bei Filialbanken 2023



„Mehr Transparenz – mehr Kundennähe“
Hamburg, 26. Juli 2023

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 Mystery-Shopping-Studien, Tests und Kundenbefragungen auf Basis standardisierter, objektiver und aktueller Marktforschungsmethodik
Mitarbeiter	Expertenteam aus Ökonomen, Soziologen und Psychologen sowie über 2.000 geschulte Testerinnen und Tester in ganz Deutschland
Beirat	Vorsitz: Brigitte Zypries / Bundesministerin a. D. (Wirtschaft und Justiz) Prof. Dr. Michel Clement / Institut für Marketing der Universität Hamburg Jochen Dietrich / Journalist, Experte ntv Wirtschaftsmagazine Judith Klose / Vice President Media & Marketing bei Civey
Verantwortung	Klimaschutzprojekte in Partnerschaft mit myclimate und MoorFutures

Das Marktforschungsinstitut

Beirat



Der Beirat unterstützt die unabhängige Arbeit und die strategische Weiterentwicklung des DISQ.



Brigitte Zypries
Beiratsvorsitzende
Ex-Bundesministerin
für Wirtschaft und
Energie, davor lang-
jährige Bundesjustiz-
ministerin



Prof. Dr. Michel Clement
Inhaber des Lehrstuhls für
Marketing & Medien am
Institut für Marketing der
Universität Hamburg



Jochen Dietrich
Journalist und Experte
für die Wirtschaftsmagazine des Nachrichten-
senders ntv



Judith Klose
Vice President Media &
Marketing beim digitalen
Markt- und Meinungsfor-
schungsunternehmen Civey

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	7
2. Fazit	10
3. Die besten Unternehmen	11
4. Gesamtergebnis	12
Online-Banking bei Filialbanken	12
Online-Brokerage bei Filialbanken	16
5. Stärken und Schwächen der Branche	19
Online-Service	20
Konditionenanalyse	21
Sicherheit im Internet	22

	Seite
6. Ergebnisse der Unternehmen	23
Online-Service	23
Konditionenanalyse	25
Sicherheit im Internet	27
7. Methodik	29
Online-Service	31
Konditionenanalyse	35
Sicherheit im Internet	38
Anhang	39

1. Zahlen und Fakten zur Studie

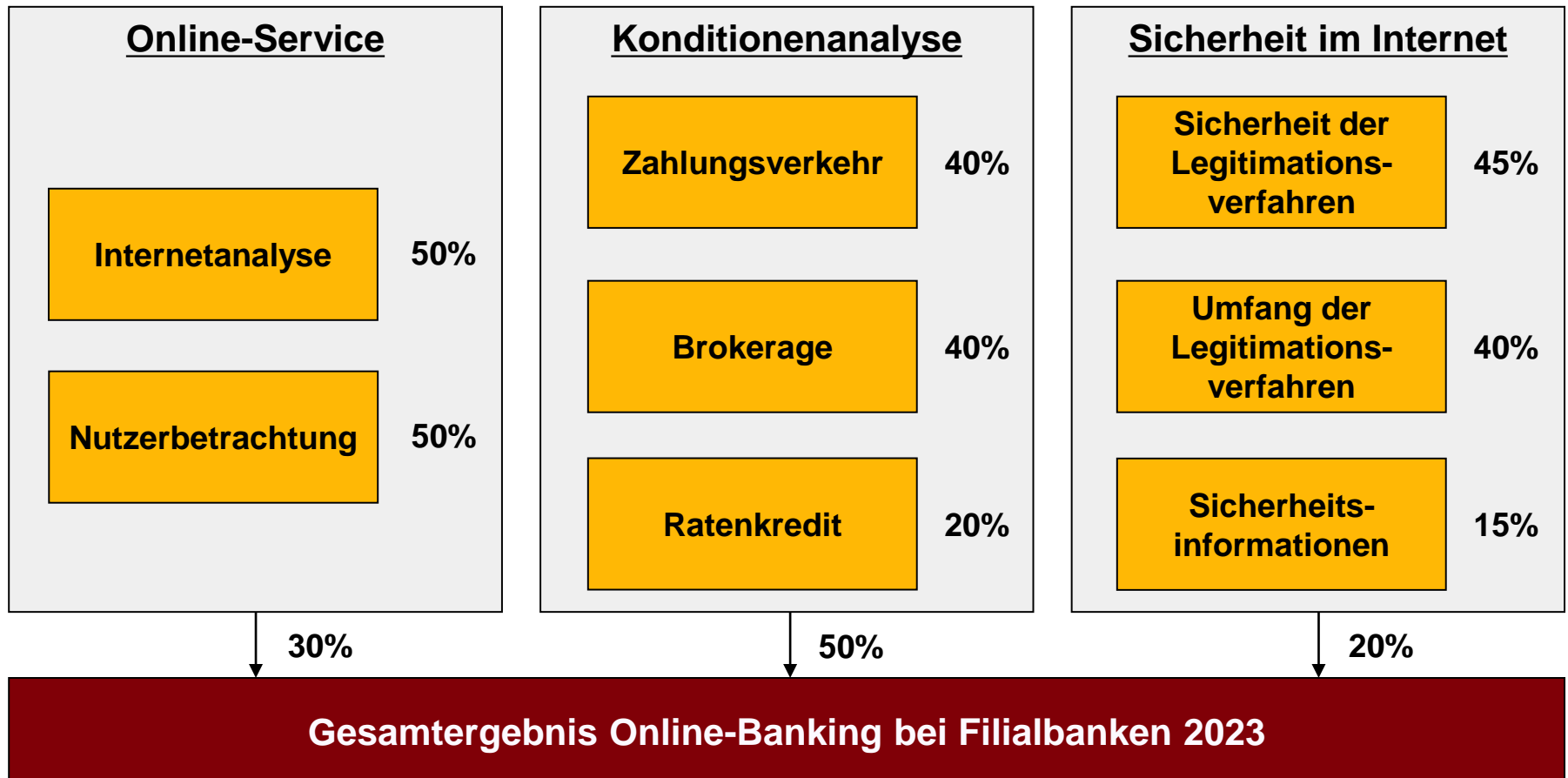
Studienumfang	15 Filialbanken (sechs überregionale und neun regionale Filialbanken)
Studienzeitraum	April bis Juli 2023
Studienkonzept	Erstellung in Zusammenarbeit mit Prof. Dr. Thomas Liebetruh (OTH Regensburg)
Analysebereiche	Online-Service, Konditionen, Sicherheit im Internet
Online-Service	Insgesamt 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.*
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: 8. Mai 2023).

1. Zahlen und Fakten zur Studie

Bewertungskriterien und Gewichtungen

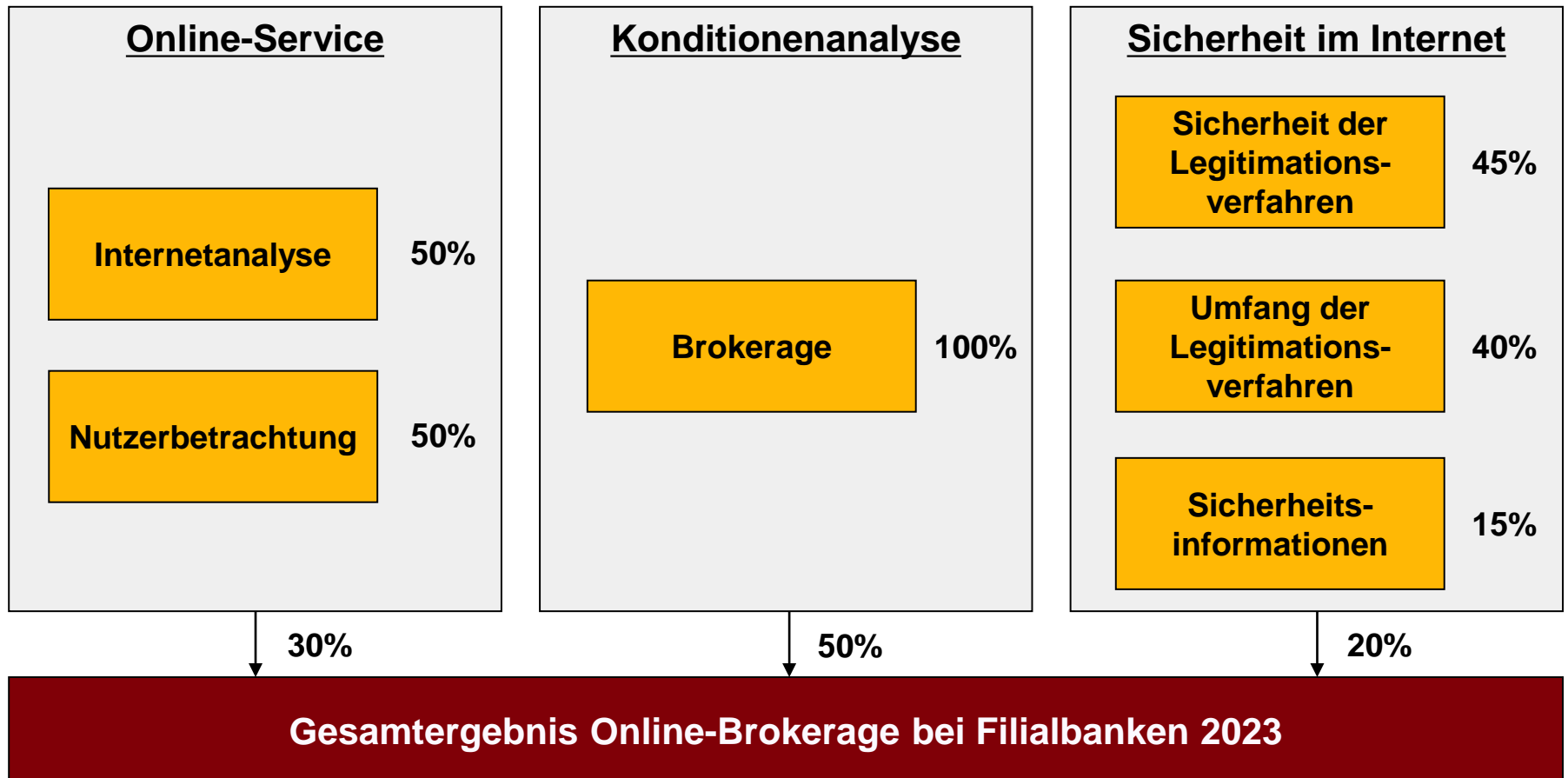
Analyse Online-Banking bei Filialbanken 2023



1. Zahlen und Fakten zur Studie

Bewertungskriterien und Gewichtungen

Analyse Online-Brokerage bei Filialbanken 2023



3. Die besten Unternehmen

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

4. Gesamtergebnis Online-Banking bei Filialbanken

Gesamtergebnis Online-Banking bei Filialbanken			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	Sparda-Bank Hamburg	84,1	sehr gut
2	Targobank	79,4	gut
3	Commerzbank	74,4	gut
4	Berliner Volksbank	73,2	gut
5	Deutsche Bank	72,9	gut
6	Santander	72,3	gut
7	Stadtsparkasse München	69,6	befriedigend
8	Sparda-Bank München	68,7	befriedigend
9	Postbank	61,8	befriedigend
10	Berliner Sparkasse	60,9	befriedigend
-	Hamburger Sparkasse**	-	-
-	Hamburger Volksbank**	-	-
-	Hypovereinsbank**	-	-
-	Münchener Bank**	-	-
-	Sparda-Bank Berlin**	-	-
	Branche (Mittelwert)	71,7	

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	Sparda-Bank Hamburg	84,1	7	81,2	1	87,1	7	81,0
2	Targobank	79,4	8	80,9	2	81,0	8	73,0
3	Commerzbank	74,4	14	72,1	4	71,2	5	86,0
4	Berliner Volksbank	73,2	4	81,5	6	59,9	1	94,0
5	Deutsche Bank	72,9	9	80,5	5	62,3	4	88,0
6	Santander	72,3	12	75,5	3	78,0	10	53,5
7	Stadtsparkasse München	69,6	1	85,9	7	54,0	6	84,0
8	Sparda-Bank München	68,7	5	81,5	9	51,6	2	92,0
9	Postbank	61,8	11	78,5	8	53,5	9	57,5
10	Berliner Sparkasse	60,9	3	82,7	10	36,3	3	90,0
-	Hamburger Sparkasse**	-	6	81,4	-	-	-	-
-	Hamburger Volksbank**	-	2	85,0	-	-	-	-
-	Hypovereinsbank**	-	15	71,3	-	-	-	-
-	Münchener Bank**	-	13	75,5	-	-	-	-
-	Sparda-Bank Berlin**	-	10	79,3	-	-	-	-
Branche (Mittelwert)		71,7	79,5		63,5		79,9	

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. Gesamtergebnis Online-Brokerage bei Filialbanken

Gesamtergebnis Online-Brokerage bei Filialbanken			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	Deutsche Bank	80,3	sehr gut
2	Berliner Volksbank	76,5	gut
3	Targobank	75,0	gut
4	Commerzbank	74,7	gut
5	Santander	74,6	gut
6	Stadtsparkasse München	70,2	gut
7	Postbank	57,0	ausreichend
8	Berliner Sparkasse	55,1	ausreichend
-	Hamburger Sparkasse**	-	-
-	Hamburger Volksbank**	-	-
-	Hypovereinsbank**	-	-
-	Münchener Bank**	-	-
-	Sparda-Bank Berlin**	-	-
-	Sparda-Bank Hamburg***	-	-
-	Sparda-Bank München***	-	-
	Branche (Mittelwert)	70,4	

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.

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	Deutsche Bank	80,3	9	80,5	2	77,1	4	88,0
2	Berliner Volksbank	76,5	4	81,5	5	66,6	1	94,0
3	Targobank	75,0	8	80,9	3	72,3	8	73,0
4	Commerzbank	74,7	14	72,1	4	71,8	5	86,0
5	Santander	74,6	12	75,5	1	82,4	10	53,5
6	Stadtsparkasse München	70,2	1	85,9	6	55,2	6	84,0
7	Postbank	57,0	11	78,5	7	43,8	9	57,5
8	Berliner Sparkasse	55,1	3	82,7	8	24,6	3	90,0
-	Hamburger Sparkasse**	-	6	81,4	-	-	-	-
-	Hamburger Volksbank**	-	2	85,0	-	-	-	-
-	Hypovereinsbank**	-	15	71,3	-	-	-	-
-	Münchener Bank**	-	13	75,5	-	-	-	-
-	Sparda-Bank Berlin**	-	10	79,3	-	-	-	-
-	Sparda-Bank Hamburg***	-	7	81,2	-	-	7	81,0
-	Sparda-Bank München***	-	5	81,5	-	-	2	92,0
	Branche (Mittelwert)	70,4		79,5		61,7		79,9

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.

7. Methodik

Hintergrund der Studie

Bei einer Untersuchung des Bundesverbandes deutscher Banken gaben über 75 Prozent aller Befragten an, Online- bzw. Mobile-Banking zu nutzen. Der Nutzungsgrad erlebte im Vergleich zum Jahr 2021 nochmal 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.**

Immer mehr Menschen erledigen ihre Geldgeschäfte per Internet. Und die Kunden legen sehr viel Wert auf die Sicherheit im Netz. Auch für Filialbanken ist das Online-Banking als Baustein im Produktportfolio relevant. Und nicht zuletzt auch für deren Kundinnen und Kunden, die sich eine Anlaufstelle wünschen, wenn es um Fragen rund um das Banking im Internet geht.

Doch welche Filialbank erfüllen die Wünsche und Anforderungen der Verbraucher in Sachen Online-Service und Sicherheit? Und welche Anbieter punkten mit attraktiven Konditionen am?

Gegenstand der Studie war eine Ermittlung der Online-Servicequalität der Finanzinstitute, eine Analyse der Sicherheitsstandards im Online-Banking sowie eine Erhebung und Bewertung der Konditionen in den Bereichen Zahlungsverkehr, Brokerage und Ratenkredit.

* Vgl. Bundesverband deutscher Banken (2022). Online- und Mobile Banking – Zugangswege zur Bank. Online unter: https://cms.bankenverband.de/sites/default/files/2023-01/2022_10_13_Online_Mobile_Banking.pdf (letztes Abrufdatum: 19.06.2023).

** Vgl. Bitkom Research (2022). Digital Finance – Wie digital ist die deutsche Finanzbranche? Online unter: https://www.bitkom.org/sites/main/files/2022-05/Bitkom-Charts_Digital_Finance_31052022.pdf (letztes Abrufdatum: 19.06.2023).

7. Methodik

Untersuchungsumfang

Das Untersuchungssample setzte sich aus den größten überregionalen Universalbanken sowie den jeweils größten Regionalbanken (Sparkassen, Volks- und Raiffeisenbanken und Sparda-Banken) in den drei Metropolen Berlin, Hamburg und München zusammen, wobei die Filialzahl das Auswahlkriterium darstellte. Nicht im Testfeld berücksichtigt wurden Tochtergesellschaften, die als Direktbank fungieren (wie z. B. Maxblue oder HaspaDirekt).

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

- 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

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%	
Anzahl der Finanztools / Rechner	5,0%	
App für Mobilgeräte	5,0%	
Umfassende Finanzinformationen (z.B. Research, News,...)	3,0%	
Erläuterung des Online-Banking / "Guided Tour"	3,0%	
Detail- Suchfunktion (Filter/Sortierung z. b. bei Fondssuche)	2,0%	
Podcast oder Video zu Produkten	2,0%	
Informationen zur Einlagensicherung	2,0%	
Hinweis zum Freistellungsauftrag	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 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

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: 24. April – 8. Mai 2023

7. Methodik

Konditionenanalyse – Vorgehensweise

Im Rahmen einer umfassenden Konditionenanalyse wurden die Produktbereiche Zahlungsverkehr, Brokerage und Ratenkredit analysiert und bewertet. Als Kundenprofil wurde ein internet-affiner Filialkunde definiert, der im Rahmen einer Kundenbeziehung Produkte online führen bzw. abschließen (beispielsweise Girokonto, Brokerage) und bei Bedarf auf eine Filialberatung zurückgreifen möchte.

Im Rahmen der Auswertung wurden die Produktbereiche Zahlungsverkehr sowie Brokerage höher gewichtet, da diese Leistungen von Bankkunden am stärksten nachgefragt werden und somit eine höhere 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 Konditionenerhebung erfolgte über eine offizielle Unternehmensanfrage (Datenstand: 8. Mai 2023). Im Bereich Zahlungsverkehr basierten die erhobenen Daten auf folgendem musterhaften Rahmen:

- Monatlicher Zahlungseingang: 2.500 Euro
- Alter: 38 Jahre
- Fünf Online-Überweisungen pro Monat
- Status: Berufstätig

7. Methodik

Konditionenanalyse – Untersuchungskriterien

Konditionenanalyse	100,0%	
Zahlungsverkehr		40,0%
Monatliche Grundgebühr*	20,0%	
Habenzins bei durchschnittlich 1.500 Euro Guthaben	2,0%	
Sollzins für genehmigte Kontoüberziehung (1.000 Euro)	5,0%	
Sollzins für nicht genehmigte Kontoüberziehung (1.000 Euro)	5,0%	
Kosten für Kreditkarte Standard**	5,0%	
Kostenloses Kinder-/Jugendgirokonto	2,0%	
Kosten Echtzeit-Überweisung bis 1.000 Euro	1,0%	
Brokerage		40,0%
Kosten einer Online-Aktienorder (Xetra) - Ordervolumen: 1.000 Euro	4,0%	
Kosten Online-Aktienorder (Xetra) - Ordervolumen: 5.000 Euro	4,0%	
Kosten Online-Aktienorder (Xetra) - Ordervolumen: 10.000 Euro	4,0%	
Kosten einer Aktienorder per App (Xetra) - Ordervolumen: 1.000 Euro	2,0%	
Kosten einer Aktienorder per App (Xetra) - Ordervolumen: 5.000 Euro	2,0%	
Kosten einer Aktienorder per App (Xetra) - Ordervolumen: 10.000 Euro	2,0%	
Depotgebühren pro Jahr bei Onlineführung (Bestand 5.000 Euro, 4 Orders pro Jahr)	4,0%	
Depotgebühren pro Jahr bei Onlineführung (Bestand 30.000 Euro, 4 Orders pro Jahr)	4,0%	
Anzahl angebotener Fonds-Sparpläne (gesamt)	3,0%	
Anzahl angebotener ETF-Sparpläne	3,0%	
Mindestbetrag je Sparrate bei Fonds-/ETF-Sparplänen	1,0%	

* Entsprechend dem definierten Kundenprofil (monatlicher Zahlungseingang: 2.500 Euro, fünf Online-Überweisungen pro Monat, **inklusive Girocard/Debitcard**)

** Unbefristete Kreditkarte für Kontoinhaber (ohne Mindestumsatz)

7. Methodik

Konditionenanalyse – Untersuchungskriterien

Konditionenanalyse		
Brokerage (Fortsetzung)		40,0%
Anzahl angebotener Aktien-Sparpläne	3,0%	
Mindestbetrag je Sparrate bei Aktien-Sparplänen	1,0%	
Anzahl angebotener Zertifikate-Sparpläne	2,0%	
Mindestbetrag je Sparrate bei Zertifikate-Sparplänen	1,0%	
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. Die Banken sind verpflichtet, bei bonitätsabhängigen Kreditprodukten auch einen sogenannten 2/3-Zinssatz anzugeben. Dieser Zinssatz gibt an, 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, einen realistischen Effektivzinssatz auszuweisen, den die Mehrzahl der Kreditnehmer tatsächlich erhält. Für die Verbraucherinnen und Verbraucher soll damit transparenter werden, welche Konditionen sie bei einer Kreditaufnahme tatsächlich erwarten können.

7. Methodik

Sicherheit im Internet – Untersuchungskriterien

Sicherheit im Internet		100,0%
Sicherheit der Legitimationsverfahren*		45,0%
Umfang der Legitimations- und Sicherheitsverfahren		40,0%
Legitimation per eTAN/ChipTAN	8,0%	
Legitimation per AppTan/PushTAN	6,0%	
Legitimation per PhotoTAN	2,0%	
Legitimation per QR-TAN	2,0%	
Legitimation per SMS-Tan/mTAN	2,0%	
Sonstige Sicherheitssysteme/Legitimationsverfahren	4,0%	
Auftragslimit individuell festlegbar	8,0%	
Sicherheitsgarantien für Kunden	8,0%	
Sicherheitsinformationen		15,0%
Detaillierte Beschreibung des/der Sicherungsverfahrens	5,0%	
Sicherheitstipps	5,0%	
Direkte Kontaktmöglichkeit (z. B. Sicherheits- oder Technik-Hotline)	5,0%	

* Bei diesem Kriterium wird gemessen, ob die Institute die laut Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI) als sicher geltenden Sicherheitsverfahren (z. B. ChipTAN, eTAN oder PhotoTAN) zur Verfügung stellen.

	Seite
A. Tester-Erlebnisse	39
Positiv	39
Negativ	40
B. Konditionenanalyse	41
Zahlungsverkehr	41
Brokerage	42
Ratenkredit	43
C. Sicherheit im Internet	44
Sicherheitsverfahren	44
D. Allgemeine Methodik (Servicetests)	46
E. Nachhaltigkeit	48

D. Allgemeine Methodik

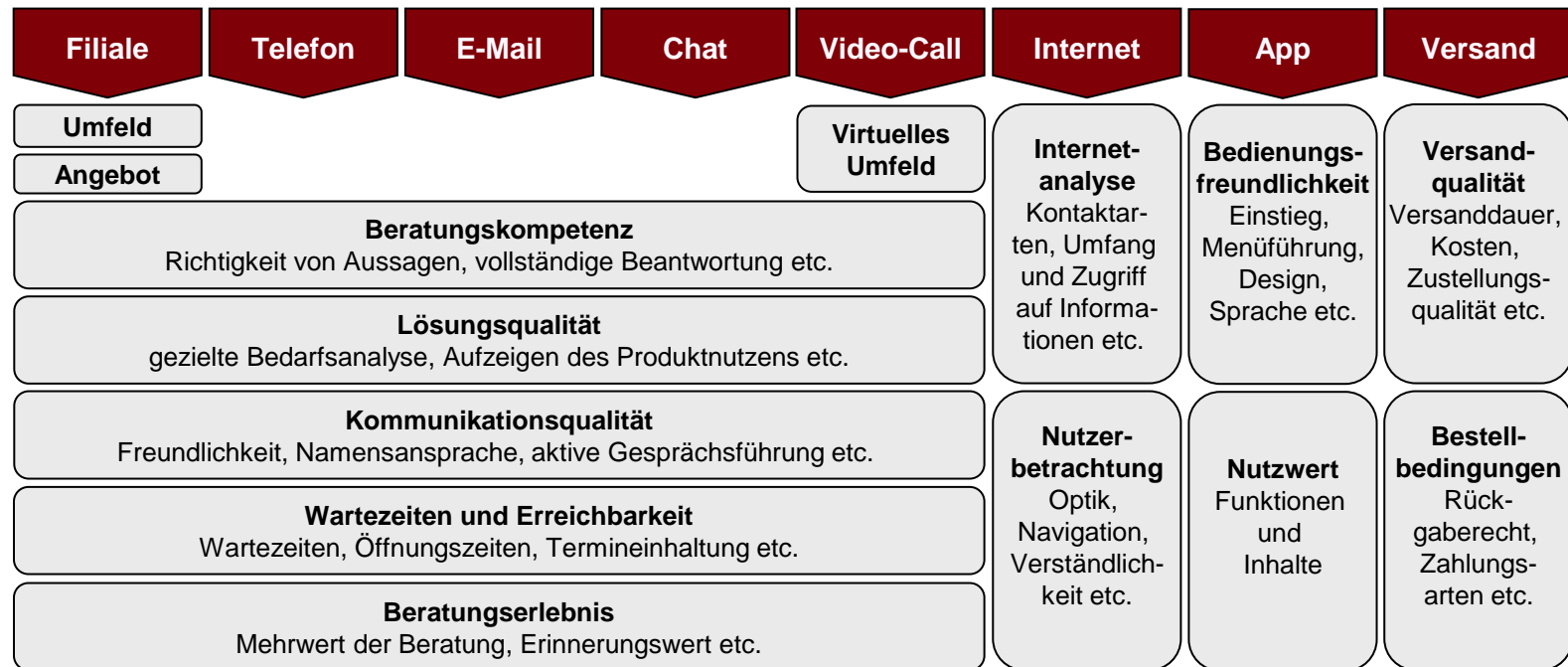
Service-tests

- **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 Kundinnen und 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 Testerinnen und 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, Test-App-Analysen auf Basis streng definierter, branchenübergreifender Vorgaben hinsichtlich Fragebögen, Rollenspiele und Kundenprofile
- **Online-Service:** Qualitätsmessung anhand quantitativer Internetanalysen durch Expertenteam sowie Nutzerbetrachtungen durch geschulte Testerinnen und Tester

D. 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 Qualitätсурteilsschema von „sehr gut“ bis „mangelhaft“

E. Nachhaltigkeit

Klimaschutz mit myclimate und MoorFutures

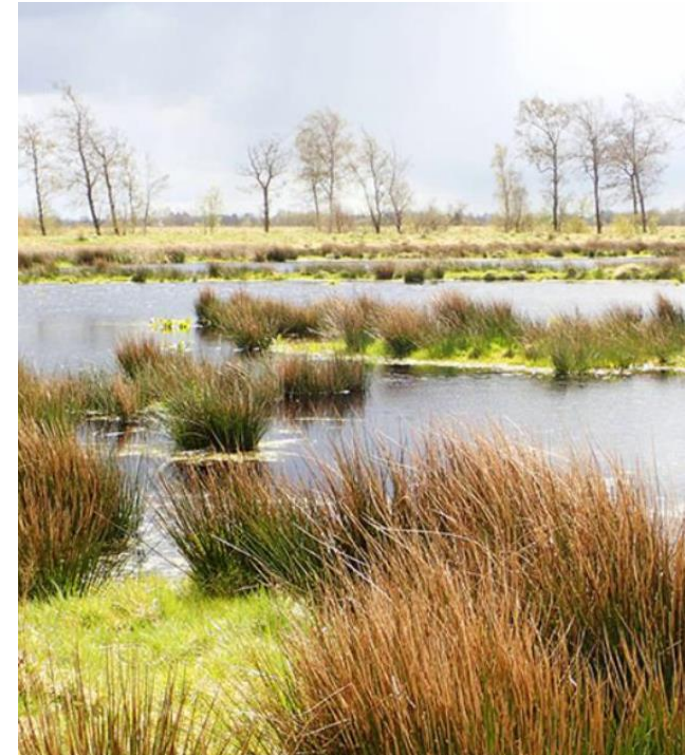


myclimate.org/07-23-221508



Moor Futures

- Jährliche Berechnung des CO₂-Fußabdrucks des DISQ durch Umweltexperten von myclimate
- Regelmäßige Prüfung und Umsetzung weiterer CO₂-Reduktionsmaßnahmen
- Kompensation aller aktuell unvermeidbaren CO₂-Emissionen in myclimate-Klimaschutzprojekte
- Weiterer Klimaschutzbeitrag zur Renaturierung des Königsmoores in Schleswig-Holstein (MoorFutures)
- Nachhaltigkeit als Teil der Unternehmenskultur
- Klimapositiv durch Klimaschutzprojekte
- Mehr dazu online unter: disq.de/klima



Projekt: Wiedervernässung von Hochmoorgrünland im Königsmoor in Schleswig-Holstein

Fotoquelle: myclimate