

# DOKUMENTATION – Zusammenfassung

## Studie: Robo-Advisor 2024



„Mehr Transparenz – mehr Kundennähe“  
Im Auftrag des Nachrichtensenders ntv  
Hamburg, 8. Oktober 2024

# 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 Mystery-Shopping-Studien, Tests und Kundenbefragungen auf Basis standardisierter, objektiver und aktueller Marktforschungsmethodik
<b>Mitarbeiter</b>	Expertenteam aus Ökonomen, Soziologen und Psychologen sowie über 2.000 geschulte Testerinnen und Tester in ganz Deutschland
<b>Beirat</b>	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
<b>Nachhaltigkeit</b>	Freiwilliger Beitrag für Klima und Natur, MoorFutures-Klimaschutzprojekte

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 Nachrichtensenders ntv



**Judith Klose**  
Vice President Media &  
Marketing beim digitalen  
Markt- und Meinungsforschungsunternehmen Civey

# Inhaltsverzeichnis

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

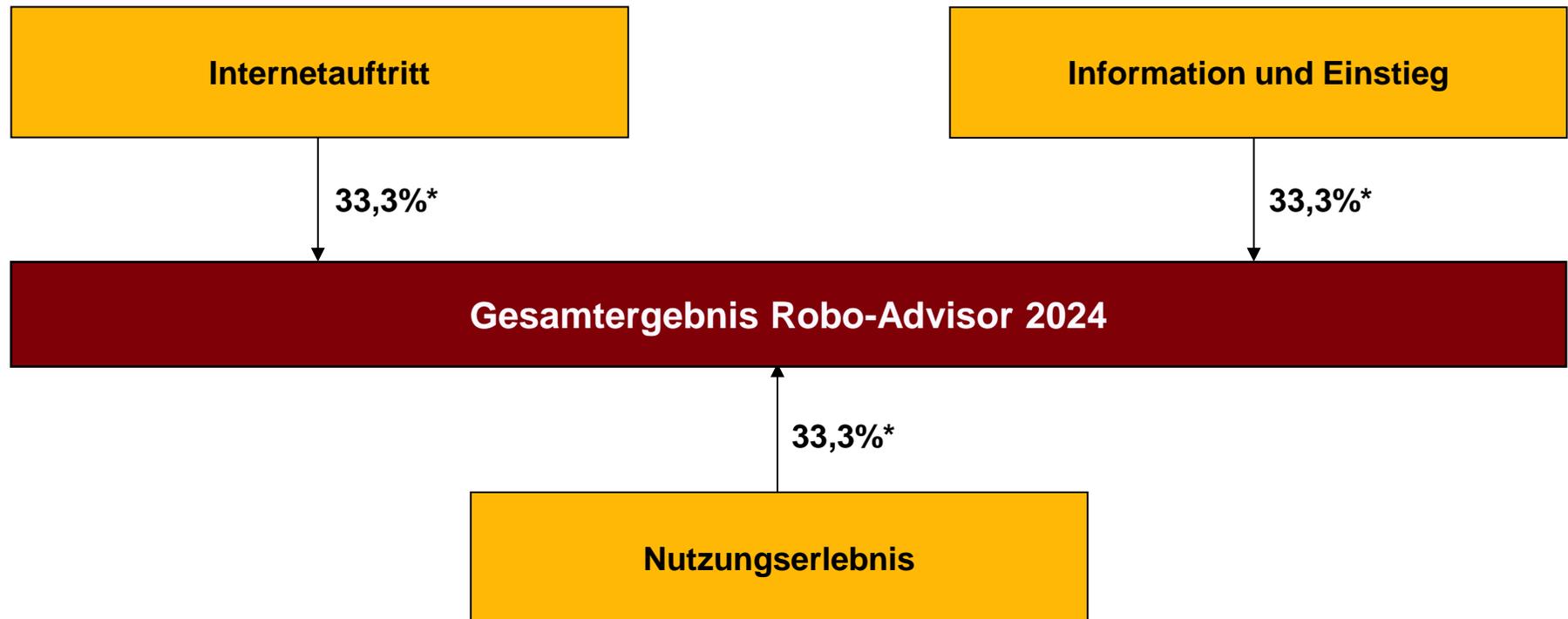
	<b>Seite</b>
<b>1. Zahlen und Fakten zur Studie</b>	<b>6</b>
<b>2. Fazit</b>	<b>8</b>
<b>3. Die besten Unternehmen</b>	<b>9</b>
<b>4. Gesamtergebnis</b>	<b>10</b>
Robo-Advisor von Banken	10
Robo-Advisor von Fintechs	13
<b>5. Stärken und Schwächen der Branche</b>	<b>16</b>
Internetauftritt	17
Information und Einstieg	18
Nutzungserlebnis	19
<b>6. Methodik</b>	<b>20</b>
<b>Anhang</b>	<b>28</b>

# 1. Zahlen und Fakten zur Studie

<b>Auftraggeber</b>	Nachrichtensender ntv
<b>Studienumfang</b>	15 Robo-Advisor, aufgeteilt in zwei unterschiedliche Samples: 9 Banken und 6 Fintechs
<b>Studienzeitraum</b>	Juni bis August 2024
<b>Analysebereich</b>	Customer Experience Mystery-Tests, insgesamt 195 Servicekontakte (13 je Anbieter) <ul style="list-style-type: none"><li>■ 15 Analysen der Internetauftritte (1 je Anbieter)</li><li>■ 45 Analysen der Kundenerlebnisse bei der Information über und beim Einstieg in das Produkt (3 je Anbieter)</li><li>■ 135 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>	Cominvest (Comdirect)	Robin (Maxblue/Deutsche Bank)	Bevestor (Deka Bank)
<b>Gesamtergebnis Robo-Advisor von Fintechs</b>	Whitebox	Growney	Ginmon
<b>Internetauftritt</b>	Whitebox	Cominvest (Comdirect)	Robin (Maxblue/Deutsche Bank)
<b>Information und Einstieg</b>	Ginmon	Whitebox	Growney
<b>Nutzungserlebnis</b>	Scalable Capital	Quirion (Quirin Privatbank)	Solidvest (DJE Kapital)

# 4. Gesamtergebnis Robo-Advisor von Banken

Gesamtergebnis Robo-Advisor von Banken			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	Cominvest (Comdirect)	83,3	sehr gut
2	Robin (Maxblue/Deutsche Bank)	83,2	sehr gut
3	Bevestor (Deka Bank)	82,8	sehr gut
4	Solidvest (DJE Kapital)	82,2	sehr gut
5	Visualvest (Union Investment Service Bank)	81,9	sehr gut
6	GLS onlineInvest (GLS Bank)	80,7	sehr gut
7	Quirion (Quirin Privatbank)	79,7	gut
8	Zeedin (Hauck Aufhäuser Lampe)	78,8	gut
9	Fintego (European Bank for Financial Services)	76,2	gut
	Branche (Mittelwert)	81,0	

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 Robo-Advisor von Banken

Gesamtergebnis Robo-Advisor von Banken			Internetauftritt		Information und Einstieg		Nutzungserlebnis	
100%*			33,3%*		33,3%*		33,3%*	
Rang	Unternehmen	Punkte**	Rang	Punkte**	Rang	Punkte**	Rang	Punkte**
1	Cominvest (Comdirect)	83,3	1	90,0	1	81,8	6	78,2
2	Robin (Maxblue/Deutsche Bank)	83,2	2	89,5	4	80,3	5	79,9
3	Bevestor (Deka Bank)	82,8	5	87,3	3	80,7	4	80,4
4	Solidvest (DJE Kapital)	82,2	6	85,8	5	78,5	2	82,3
5	Visualvest (Union Investment Service Bank)	81,9	8	81,8	2	81,6	3	82,2
6	GLS onlineInvest (GLS Bank)	80,7	4	88,3	7	76,5	7	77,2
7	Quirion (Quirin Privatbank)	79,7	7	83,7	8	72,6	1	82,7
8	Zeedin (Hauck Aufhäuser Lampe)	78,8	3	88,8	9	71,5	8	76,0
9	Fintego (European Bank for Financial Services)	76,2	9	76,7	6	77,0	9	75,1
	<b>Branche (Mittelwert)</b>	<b>81,0</b>		<b>85,8</b>		<b>77,8</b>		<b>79,3</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.

# 4. Gesamtergebnis Robo-Advisor von Fintechs

Gesamtergebnis Robo-Advisor von Fintechs			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	Whitebox	85,3	sehr gut
2	Growney	82,0	sehr gut
3	Ginmon	81,3	sehr gut
4	Scalable Capital	80,5	sehr gut
5	Oskar	73,7	gut
6	Evergreen	73,4	gut
	<b>Branche (Mittelwert)</b>	<b>79,4</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 Robo-Advisor von Fintechs

Gesamtergebnis Robo-Advisor von Fintechs			Internetauftritt		Information und Einstieg		Nutzungserlebnis	
100%*			33,3%*		33,3%*		33,3%*	
Rang	Unternehmen	Punkte**	Rang	Punkte**	Rang	Punkte**	Rang	Punkte**
1	Whitebox	85,3	1	91,9	2	82,7	3	81,4
2	Growney	82,0	3	81,8	3	82,2	2	81,8
3	Ginmon	81,3	4	78,4	1	85,1	4	80,5
4	Scalable Capital	80,5	2	83,5	6	74,6	1	83,5
5	Oskar	73,7	6	72,5	5	81,1	5	67,5
6	Evergreen	73,4	5	78,2	4	82,2	6	59,7
Branche (Mittelwert)		79,4	81,1		81,3		75,7	

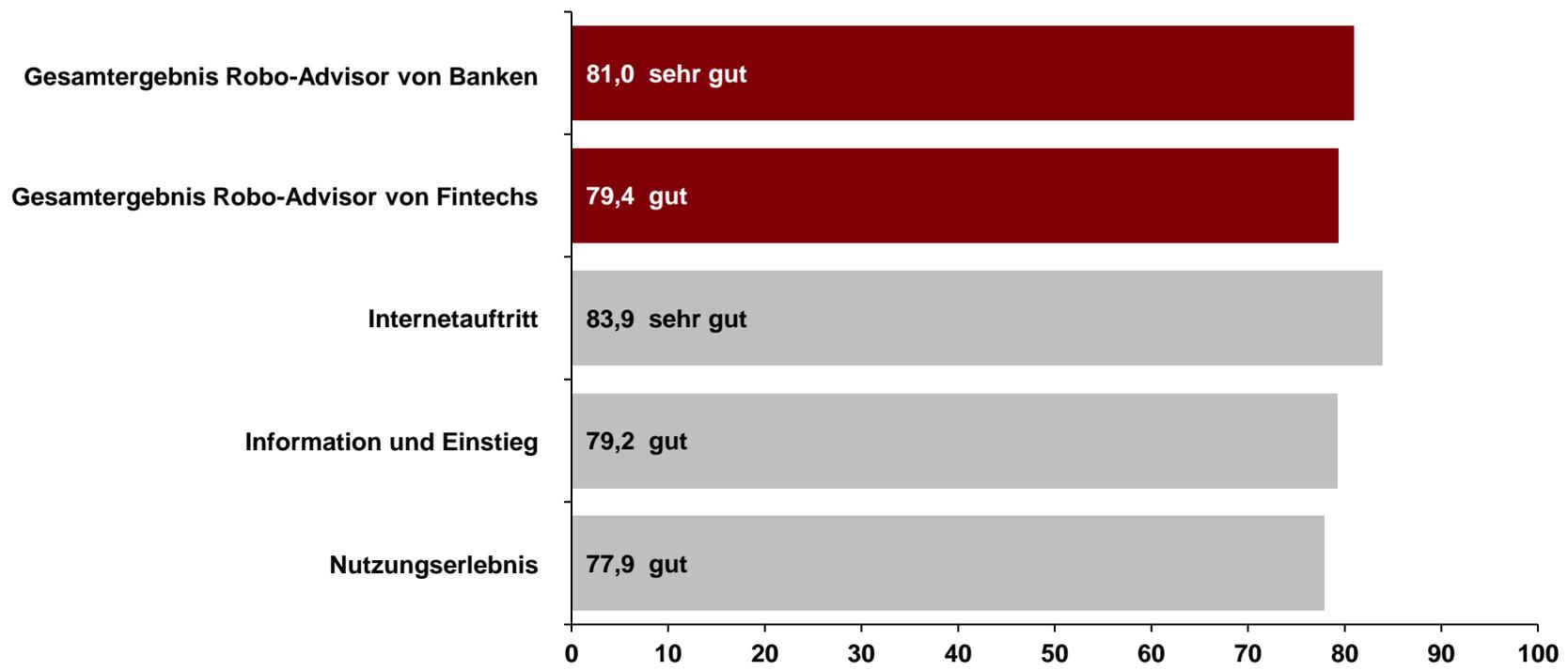
100,0 - 80,0 Punkte = sehr gut; 79,9 - 70,0 Punkte = gut; 69,9 - 60,0 Punkte = befriedigend; 59,9 - 40,0 Punkte = ausreichend; 39,9 - 0,0 Punkte = mangelhaft

\* 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

Wer heutzutage Geld anlegen und ein Vermögen aufbauen möchte, kann sich als Anlegerin oder Anleger entweder selbst um ein eigenes Portfolio kümmern oder auf einen Robo-Advisor zurückgreifen. Bei der zweiten Option handelt es sich um digitale Vermögensverwalter, die auf der Grundlage von Algorithmen eine individuell passende Kapitalanlage und Anlagestrategie ermöglichen.\* Nach der Ausfüllung eines umfassenden Fragebogens zu Vermögen und Risikobereitschaft verteilt die Software das Kundengeld auf Anlageklassen auf. Aufgrund ihrer hohen Flexibilität und Anpassungsfähigkeit an verschiedene Anlegertypen erfreuen sich Robo-Advisor immer größerer Beliebtheit auf dem deutschen Finanzmarkt. Die digitalen Helfer nehmen Anlegern die Arbeit ab, ein breitgefächertes Portfolio streut dabei die Risiken.

Es wird deutlich, dass Robo-Advisor gekommen sind, um zu bleiben. Doch bei welchen Anbietern können Verbraucherinnen und Verbraucher nicht nur eine zukunftsfähige Technologie, sondern auch nutzerfreundliche Dienstleistungen erwarten? Welche Unternehmen können einfache und gut verständliche Erfahrungen bei der Nutzung anbieten? Um das herauszufinden, wurde im Rahmen dieser Customer Experience Studie eine umfangreiche Analyse bedeutender Robo-Advisor-Anbieter vorgenommen.

Ziel dieser Studie des Deutschen Instituts für Service-Qualität im Auftrag von ntv war es, die Anbieter mit den nutzerfreundlichsten Leistungen zu küren und dadurch Konsumentinnen und Konsumenten bei ihrer Entscheidung zu unterstützen.

\* Vgl. Finanztip (2022): Digitale Anlagehilfe gegen Aufpreis, online abrufbar unter: <https://www.finanztip.de/robo-advisor/> (Abrufdatum: 16.08.2024).

# 6. Methodik

## Untersuchungsumfang

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

Die Auswahl der wichtigsten Anbieter umfasste folgende 15 Robo-Advisor:

### Banken:

- Bevestor (Deka Bank)
- Cominvest (Comdirect)
- Fintego (European Bank for Financial Services)
- GLS onlineInvest (GLS Bank)
- Quirion (Quirin Privatbank)
- Robin (Maxblue/Deutsche Bank)
- Solidvest (DJE Kapital)
- Visualvest (Union Investment Service Bank)
- Zeedin (Hauk Aufhäuser Lampe)

### Fintechs:

- Evergreen
- Ginmon
- Growney
- Oskar
- Scalable Capital
- Whitebox

\* Vgl. FMH und online etwa unter: <https://www.finanzen.net/ratgeber/wertpapiere/robo-advisor> oder: <https://www.test.de/Robo-Advisor-Vergleich-5107535-0/> oder: <https://www.robo-advisor.de/>, oder: <https://geldanlage-digital.de/robo-advisor/> oder: <https://www.finanztip.de/robo-advisor/> (Abrufdatum jeweils 16.08.2024).

# 6. Methodik

## Customer Experience – Vorgehensweise

Um den kundenfreundlichsten Anbieter zu ermitteln, wurden die angebotenen Robo-Advisor vom 7. bis zum 31. Juli 2024 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 Internetanalyse wurde vom 22. bis 24. Juli 2024 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 Testkundinnen und -Kunden. Jeweils drei Personen 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="https://bevestor.de/">bevestor.de/</a>
<b>Cominvest (Comdirect)</b>	<a href="https://www.comdirect.de/geldanlage/cominvest.html">www.comdirect.de/geldanlage/cominvest.html</a>
<b>Evergreen</b>	<a href="https://www.evergreen.de/">www.evergreen.de /</a>
<b>Fintego (European Bank for Financial Services)</b>	<a href="https://www.fintego.de/">www.fintego.de/</a>
<b>Ginmon</b>	<a href="https://www.ginmon.de/">www.ginmon.de/</a>
<b>GLS onlineInvest (GLS Bank)</b>	<a href="https://www.gls.de/privatkunden/investieren/digital-investieren/gls-onlineinvest/">www.gls.de/privatkunden/investieren/digital-investieren/gls-onlineinvest/</a>
<b>Growney</b>	<a href="https://www.growney.de">www.growney.de</a>
<b>Oskar</b>	<a href="https://www.oskar.de">www.oskar.de</a>
<b>Quirion (Quirin Privatbank)</b>	<a href="https://www.quirion.de">www.quirion.de</a>
<b>Robin (Maxblue/Deutsche Bank)</b>	<a href="https://www.deutsche-bank.de/pk/sparen-und-anlegen/geldanlage-online/robin.html">www.deutsche-bank.de/pk/sparen-und-anlegen/geldanlage-online/robin.html</a>
<b>Scalable Capital</b>	<a href="https://de.scalable.capital">de.scalable.capital</a>
<b>Solidvest (DJE Kapital)</b>	<a href="https://www.solidvest.de">www.solidvest.de</a>
<b>Visualvest (Union Investment Service Bank)</b>	<a href="https://www.visualvest.de">www.visualvest.de</a>
<b>Whitebox</b>	<a href="https://www.whitebox.eu/">www.whitebox.eu/</a>
<b>Zeedin (Hauk Aufhäuser Lampe)</b>	<a href="https://www.hal-privatbank.com/private-corporate-banking/zeedin-digitale-vermoegensverwaltung">www.hal-privatbank.com/private-corporate-banking/zeedin-digitale-vermoegensverwaltung</a>
<b>Testzeitraum</b>	<b>7. - 31. Juli 2024</b>

	<b>Seite</b>
<b>A. Test-Erlebnisse</b>	<b>29</b>
Positiv	29
Negativ	30
<b>B. Internetauftritt</b>	<b>31</b>
<b>C. Information und Einstieg</b>	<b>32</b>
<b>D. Nutzungserlebnis</b>	<b>33</b>
<b>E. Gebührenübersicht</b>	<b>34</b>
<b>F. Allgemeine Methodik</b>	<b>36</b>
<b>G. Nachhaltigkeit</b>	<b>37</b>

# F. Allgemeine Methodik

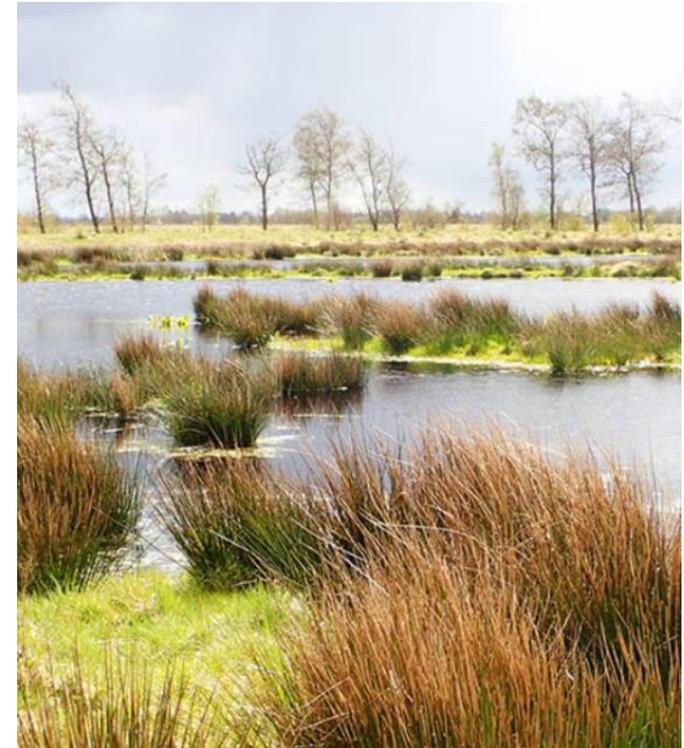
## Customer Experience-Analyse

- **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
- **Internetanalyse:** 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)

# G. Nachhaltigkeit

## Unser Beitrag zum globalen Klimaschutz

- Nachhaltigkeit als Teil der Unternehmenskultur
- Seit 2020 kontinuierliches Umwelt-Engagement durch Beteiligung an Klimaschutzprojekten
- Regelmäßige Prüfung und Umsetzung von Maßnahmen zur CO<sub>2</sub>-Reduzierung beim DISQ
- Jährliche Ermittlung des CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks des DISQ mit unabhängigem myclimate-Rechner
- Kompensation aller aktuell unvermeidbaren CO<sub>2</sub>-Emissionen in Klimaschutzprojekte, etwa zur Renaturierung des Königsmoores in Schleswig-Holstein (CO<sub>2</sub>-Zertifikate von MoorFutures)
- Mehr dazu online unter: [disq.de/klima](https://disq.de/klima)



Projekt: Wiedervernässung von Hochmoorgrünland im Königsmoor in Schleswig-Holstein

Fotoquelle: myclimate