

DOKUMENTATION – Zusammenfassung

Studie: Robo-Advisor 2026



„Mehr Transparenz – mehr Kundennähe“
Im Auftrag des Nachrichtensenders ntv
Hamburg, 09. Oktober 2026

UNTERNEHMEN KONTAKT



Bianca Möller
Geschäftsführerin

Dorotheenstraße 48
22301 Hamburg
Fon: 040 27 88 91 48 12
b.moeller@disq.de
www.disq.de



Anna Otto
Projektleiterin Marktforschung

Dorotheenstraße 48
22301 Hamburg
Fon: 040 27 88 91 48 13
a.otto@disq.de
www.disq.de

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

Fotoquellen: Thomas Ecke, 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 Kundebefragungen 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 Judith Klose / Vice President Media & Marketing bei Civey Catja Stammen / Redaktionsleiterin ntv Wirtschaftsmagazine
Nachhaltigkeit	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



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



Catja Stammen
Redaktionsleiterin für die
Wirtschaftsmagazine des
Nachrichtensenders ntv

Inhaltsverzeichnis

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

DEUTSCHES INSTITUT
FÜR SERVICE-QUALITÄT

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

1. Zahlen und Fakten zur Studie

Auftraggeber

Nachrichtensender ntv

Studienumfang

12 Robo-Advisor, aufgeteilt in zwei unterschiedliche Samples:
7 Banken und 5 Fintechs

Studienzeitraum

Juni bis August 2026

Analysebereich

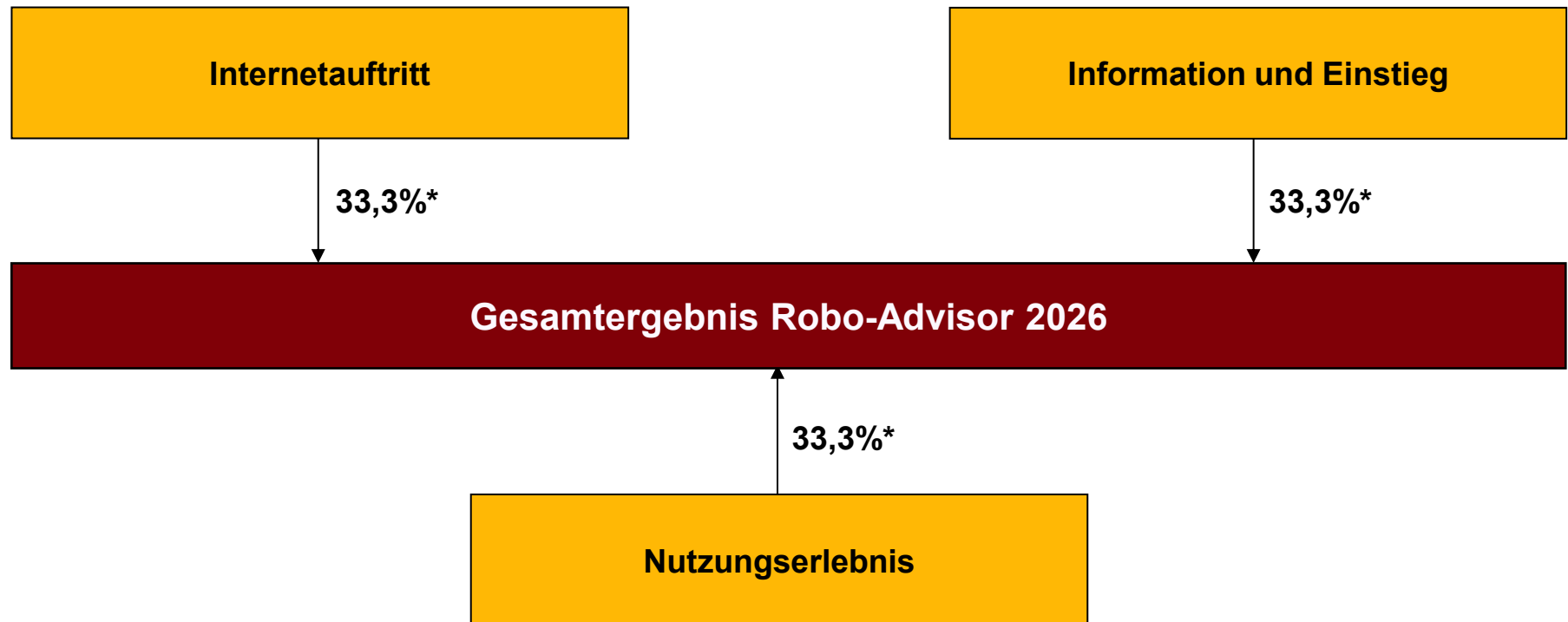
Customer Experience

Mystery-Tests, insgesamt 156 Servicekontakte (13 je Anbieter)

- 12 Analysen der Internetauftritte (1 je Anbieter)
- 36 Analysen der Kundenerlebnisse bei der Information über und beim Einstieg in das Produkt (3 je Anbieter)
- 108 Analysen der Kundenerlebnisse bei der Produktnutzung (9 je Anbieter)

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
Gesamtergebnis Robo-Advisor von Banken	Cominvest (Comdirect)	Bevestor (Deka Bank)	Visualvest (Union Investment Service Bank)
Gesamtergebnis Robo-Advisor von Fintechs	Growney	Ginmon	Evergreen
Internetauftritt	Cominvest (Comdirect)	GLS Invest Digital (GLS Bank)	Bevestor (Deka Bank), Growney
Information und Einstieg	Ginmon	Evergreen	Cominvest (Comdirect)
Nutzungserlebnis	Quirion (Quirin Privatbank)	Bevestor (Deka Bank)	Evergreen

4. Gesamtergebnis Robo-Advisor von Banken

Gesamtergebnis Robo-Advisor von Banken			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	Cominvest (Comdirect)	87,6	sehr gut
2	Bevestor (Deka Bank)	86,7	sehr gut
3	Visualvest (Union Investment Service Bank)	86,3	sehr gut
4	GLS Invest Digital (GLS Bank)	86,2	sehr gut
5	Solidvest (DJE Kapital)	85,3	sehr gut
6	Quirion (Quirin Privatbank)	84,8	sehr gut
7	Fintego (FNZ Bank)	80,1	sehr gut
	Branche (Mittelwert)	85,3	

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 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)	87,6	1	92,5	1	90,2	6	80,1
2	Bevestor (Deka Bank)	86,7	3	88,8	5	85,0	2	86,2
3	Visualvest (Union Investment Service Bank)	86,3	5	85,4	2	88,3	3	85,1
4	GLS Invest Digital (GLS Bank)	86,2	2	90,3	3	85,4	5	82,9
5	Solidvest (DJE Kapital)	85,3	4	87,6	4	85,0	4	83,4
6	Quirion (Quirin Privatbank)	84,8	6	84,9	6	80,6	1	89,0
7	Fintego (FNZ Bank)	80,1	7	80,7	7	80,2	7	79,4
	Branche (Mittelwert)	85,3		87,2		85,0		83,7

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.

4. Gesamtergebnis Robo-Advisor von Fintechs

Gesamtergebnis Robo-Advisor von Fintechs			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	Growney	87,5	sehr gut
2	Ginmon	86,5	sehr gut
3	Evergreen	86,4	sehr gut
4	Whitebox	82,6	sehr gut
5	Oskar	78,5	gut
Branche (Mittelwert)		84,3	

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 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	Growney	87,5	1	88,8	3	89,2	3	84,4
2	Ginmon	86,5	4	80,8	1	93,3	2	85,3
3	Evergreen	86,4	3	83,2	2	90,4	1	85,5
4	Whitebox	82,6	2	85,3	5	78,8	4	83,9
5	Oskar	78,5	5	73,0	4	89,0	5	73,5
Branche (Mittelwert)		84,3	82,2		88,1		82,5	

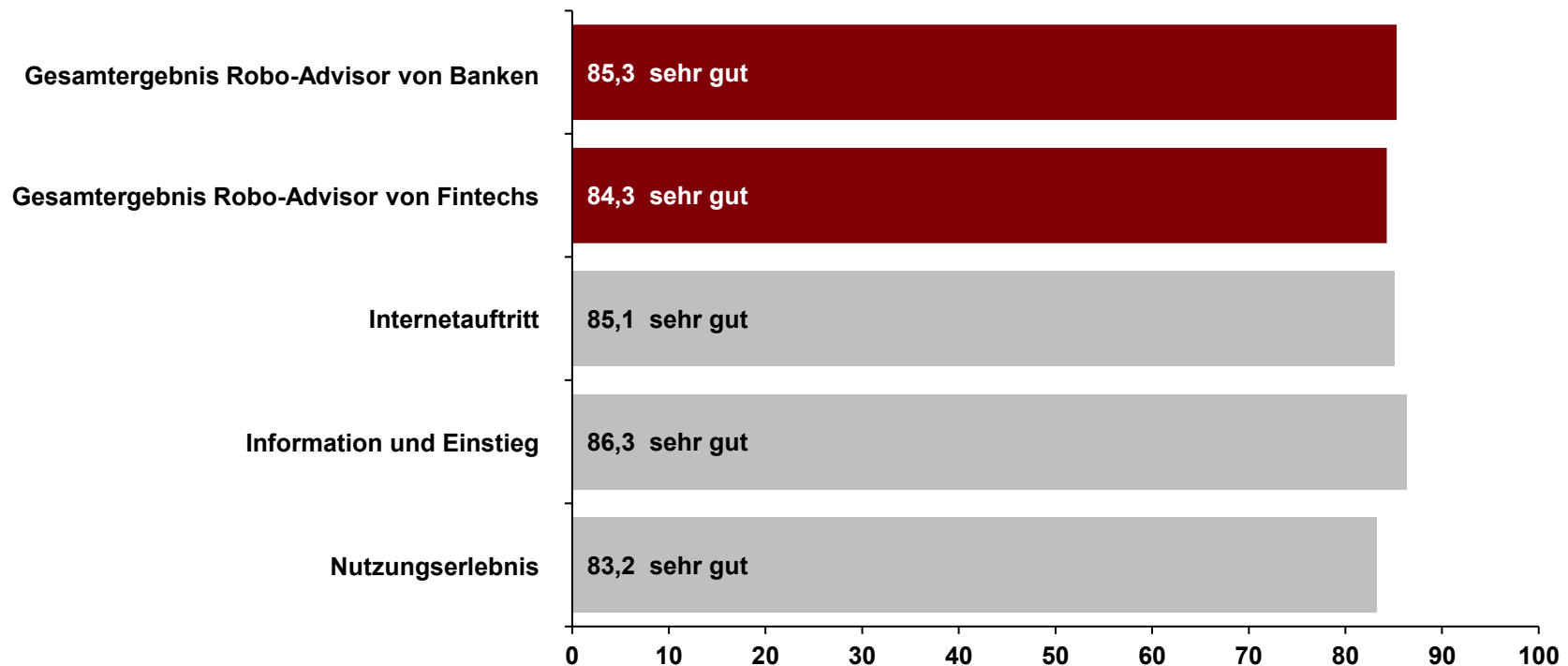
100,0 - 80,0 Punkte = sehr gut; 79,9 - 70,0 Punkte = gut; 69,9 - 60,0 Punkte = befriedigend; 59,9 - 40,0 Punkte = ausreichend; 39,9 - 0,0 Punkte = mangelhaft

* 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

Robo-Advisor sind digitale Plattformen zur automatisierten Geldanlage. Sie kombinieren moderne Technologien mit finanzwirtschaftlichen Strategien, um Anlegerinnen und Anlegern eine einfache, kostengünstige und effiziente Vermögensverwaltung anzubieten. Grundlage der Systeme sind Algorithmen, die auf Basis individueller Angaben – beispielsweise Risikobereitschaft, Anlageziel und Anlagehorizont – passende Investmentportfolios erstellen und verwalten. Ein wesentlicher Vorteil von Robo-Advisor liegt in den niedrigen Gebühren im Vergleich zur klassischen Vermögensberatung. Zudem ermöglichen sie einen einfachen Einstieg in die Kapitalanlage, auch mit kleineren Beträgen. Dennoch bestehen auch Herausforderungen. Da Entscheidungen überwiegend Algorithmus basiert getroffen werden, fehlt häufig die persönliche Beratung in komplexen Finanzsituationen.

Im Rahmen dieser Studie wurden Robo-Advisor als digitale Finanzdienstleistungen untersucht, die eine moderne und nutzerfreundliche Form der Geldanlage ermöglichen. Nutzerinnen und Nutzer erwarten dabei eine sichere, transparente und individuell angepasste Beratung – auch ohne den direkten persönlichen Kontakt zu einer Finanzberaterin oder einem Finanzberater.

Ziel der Studie des Deutschen Instituts für Service-Qualität im Auftrag von ntv war es, die Anbieter mit den nutzerfreundlichsten und effizientesten Robo-Advisor auszuzeichnen und Verbraucherinnen und Verbrauchern damit eine verlässliche Orientierung bei ihrer Wahlentscheidung zu bieten.

6. Methodik

Untersuchungsumfang

Es wurden zwei verschiedene Samples gebildet: Zum einen die Banken, welche einen Robo-Advisor im Portfolio haben und zum anderen die FinTech-Unternehmen, die sich auf automatisierte Finanzberatung und Vermögensverwaltung – Robo-Advisor – spezialisieren. Beide Samples wurden auf Basis des Übersuggest- Rankings (und/oder der Anzahl Nennungen in branchenrelevanten Quellen* (mind. 2) zusammengestellt.

Die Auswahl der wichtigsten Anbieter umfasste folgende 12 Robo-Advisor:

Banken:

- Bevestor (Deka Bank)
- Cominvest (Comdirect)
- Fintego (FNZ Bank)
- GLS Invest Digital (GLS Bank)
- Quirion (Quirin Privatbank)
- Solidvest (DJE Kapital)
- Visualvest (Union Investment Service Bank)

Fintechs:

- Evergreen
- Ginmon
- Growney
- Oskar
- Whitebox

* Vgl. extra ETF: Robo-Advisor-Vergleich. Online unter: <https://extraetf.com/de/robo-advisor> (Abrufdatum 24.08.2026)

6. Methodik

Customer Experience – Vorgehensweise

Um den kundenfreundlichsten Anbieter zu ermitteln, wurden die angebotenen Robo-Advisor vom 2. Juni bis zum 23. Juli 2026 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 6. bis 13. Juli 2026 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%	
Spezielle Informationen und Funktionen		50,0%
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%	
Allgemeine Informationen		30,0%
AGB/Rechtliches	3,5%	
FAQ/Hilfereich	3,0%	
Datenschutzerklärung	2,0%	
Cookie-Einstellungsoption	2,0%	
Glossar	1,0%	
Volltext-Suchfunktion	2,5%	
Sitemap/Seitenbeschreibung	1,0%	
Newsletter	1,5%	
Multimediale Elemente (Video, Grafiken, etc.)	1,5%	
Mobiloptimierte Website	2,0%	
Anzahl Klicks bis zu den AGB/zum Rechtlichen	5,0%	
Anzahl Klicks bis zu den FAQ/zum Hilfereich	5,0%	

6. Methodik

Untersuchungskriterien



Internetauftritt (Fortsetzung)		
Kontaktinformationen		20,0%
Telefonnummer (außerhalb des Impressums/der AGB)	1,5%	
Hinweis auf telefonische Erreichbarkeit	1,5%	
Call-Back-Service	1,5%	
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	2,5%	
Social-Media-Auftritt (Facebook, Instagram, Forum etc.)	1,0%	
Direct-Messaging (Chat, WhatsApp)	1,0%	
KI-gestützter Chatbot	1,0%	
Anzahl Klicks bis zur Telefonnummer	2,5%	
Anzahl Klicks bis zur E-Mail-Adresse/zum Kontaktformular	2,5%	

6. Methodik

Untersuchungskriterien



Information und Einstieg	100,0%	
Geschwindigkeit		10,0%
Website schnell (Technische Funktionalität)	5,0%	
Produktinformationen leicht zugänglich	5,0%	
Einfachheit		50,0%
Website intuitiv	5,0%	
Verständliche Produktdarstellung	5,0%	
Gute Sicherheitsaufklärung	5,0%	
Transparente Einbindung Partnerangebote/-unternehmen	5,0%	
Informationen umfangreich	5,0%	
Transparente Kostendarstellung	5,0%	
Verständliche Kostendarstellung	5,0%	
Umfangreiche Kostendarstellung	5,0%	
Gesamteindruck: strukturiert	5,0%	
Gesamteindruck: einfach	5,0%	
Komfort		40,0%
Website optisch ansprechend	5,0%	
Website übersichtlich gestaltet	5,0%	
Website kundenfreundlich gestaltet	5,0%	
Kosten angemessen	5,0%	
Gesamteindruck: seriös	5,0%	
Gesamteindruck: vertrauenerweckend	5,0%	
Gesamteindruck: besonders	5,0%	
Gesamteindruck: sympathisch	5,0%	

6. Methodik

Untersuchungskriterien



Nutzungserlebnis	100,0%	
Geschwindigkeit		5,0%
Nutzungsprozess schnell	5,0%	
Einfachheit		40,0%
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%	
Komfort		55,0%
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
Bevestor (Deka Bank)	www.bvestor.de/
Cominvest (Comdirect)	www.comdirect.de/geldanlage/cominvest.html
Evergreen	www.evergreen.de/
Fintego (FNZ Bank)	www.fintego.de/
Ginmon	www.ginmon.de/
GLS Invest Digital (GLS Bank)	www.gls.de/sparen-investieren/investieren/digital-investieren/gls-invest-digital/
Growney	www.growney.de
Oskar	www.oskar.de
Quirion (Quirin Privatbank)	www.quirion.de
Solidvest (DJE Kapital)	www.solidvest.de
Visualvest (Union Investment Service Bank)	www.visualvest.de
Whitebox	www.whitebox.eu/
Testzeitraum	2. Juni - 23. Juli 2026

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

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

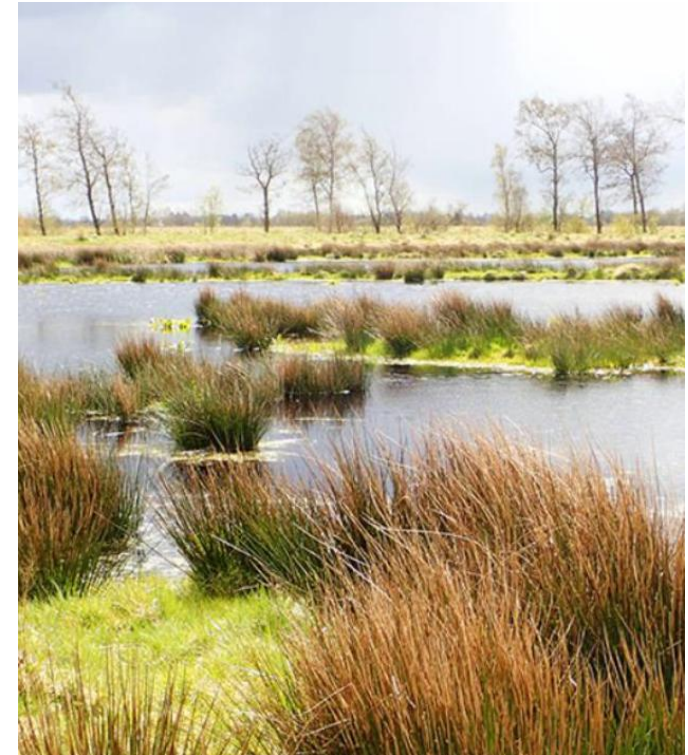


DEUTSCHES INSTITUT
FÜR SERVICE-QUALITÄT

- Nachhaltigkeit als Teil der Unternehmenskultur
- Seit 2020 kontinuierliches Umwelt-Engagement durch Beteiligung an Klimaschutzprojekten
- Regelmäßige Prüfung und Umsetzung von Maßnahmen zur CO₂-Reduzierung beim DISQ
- Jährliche Ermittlung des CO₂-Fußabdrucks des DISQ mit unabhängigem myclimate-Rechner
- Kompensation aller aktuell unvermeidbaren CO₂-Emissionen in Klimaschutzprojekte, etwa zuletzt zur Renaturierung des Grotmoors in Schleswig-Holstein (CO₂-Zertifikate von MoorFutures)
- Mehr dazu online unter: disq.de/klima



Moor
Futures



Projekt: Renaturierung von Moorflächen in Schleswig-Holstein (Symbolbild)

Fotoquelle: myclimate