

# DOKUMENTATION – Zusammenfassung

## Studie: Direktbanken / Brokerage 2023



„Mehr Transparenz – mehr Kundennähe“

Hamburg, 28. April 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

<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) Jochen Dietrich / Journalist, Experte ntv Wirtschaftsmagazine Marianne Voigt / Unternehmerin, Aufsichtsrätin
<b>Verantwortung</b>	Klimaschutzprojekte in Partnerschaft mit myclimate und MoorFutures

# 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>	Januar bis März 2023
<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>

# 1. Zahlen und Fakten zur Studie

Konditionenanalyse    Umfassende Bewertung aktueller Konditionen zu den Bankprodukten

- Zahlungsverkehr
- Brokerage
- Tagesgeld
- Festgeld
- Ratenkredit
- Baufinanzierung

Sicherheit im  
Internet

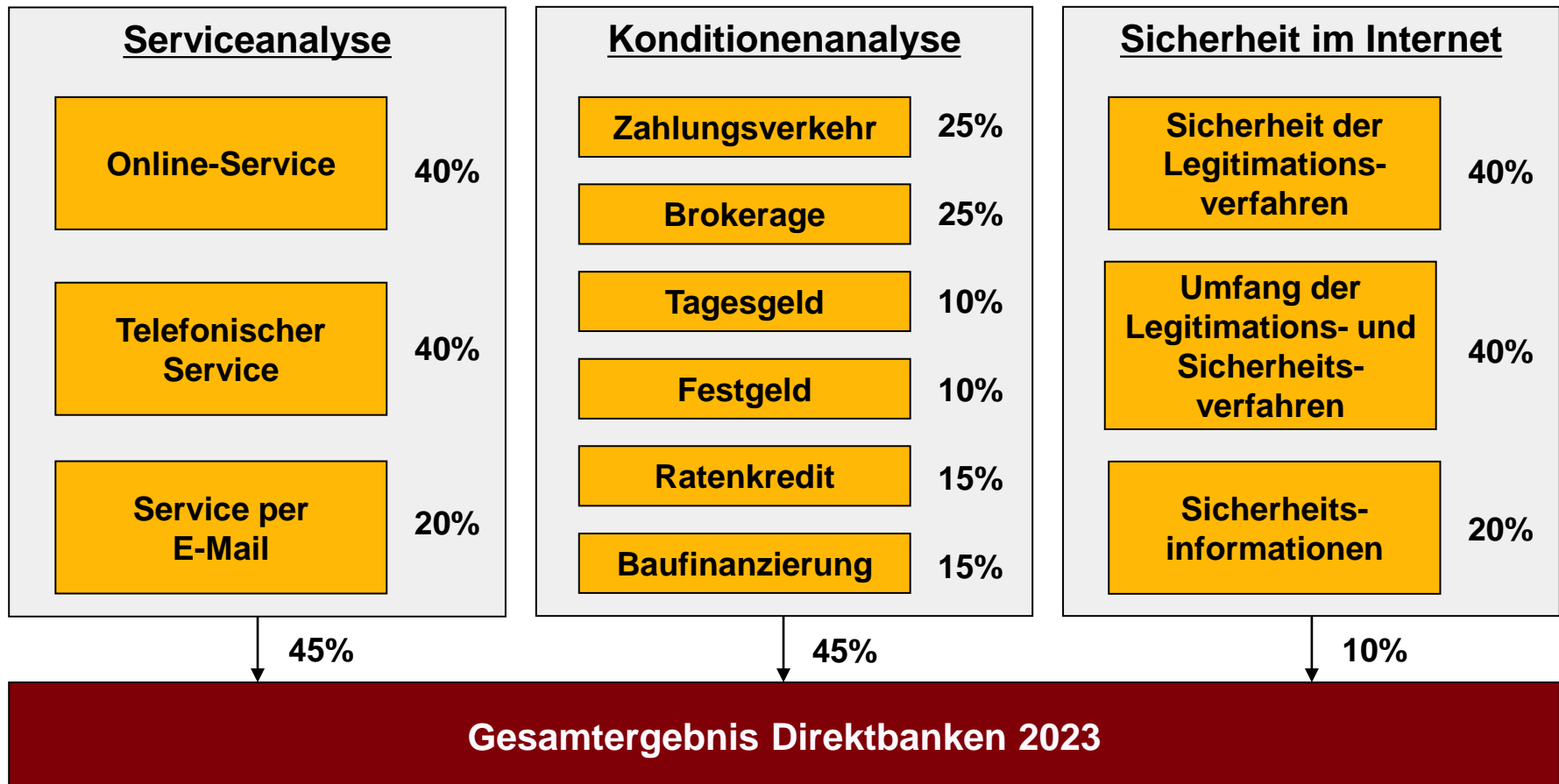
Bewertung des Umfangs und der Sicherheit der Legitimationsverfahren, die von den Unternehmen eingesetzt wurden; Gegenstand der Prüfung waren die unterschiedlichen TAN-Verfahren, zusätzliche Sicherheitsvorkehrungen (z.B. die Möglichkeit ein individuelles Auftragslimit einzurichten) und Sicherheitsgarantien der Banken. Die Verfügbarkeit von Sicherheitsinformationen floss ebenfalls in die Analyse ein.

Die Datenerhebung erfolgte bei der Konditionenanalyse und zur Sicherheit im Internet bei jedem Finanzinstitut im Zuge einer offiziellen Anfrage (Datenstand: 10. Februar 2023).

# 1. Zahlen und Fakten zur Studie

## Bewertungskriterien und Gewichtungen

### Analyse Direktbanken 2023

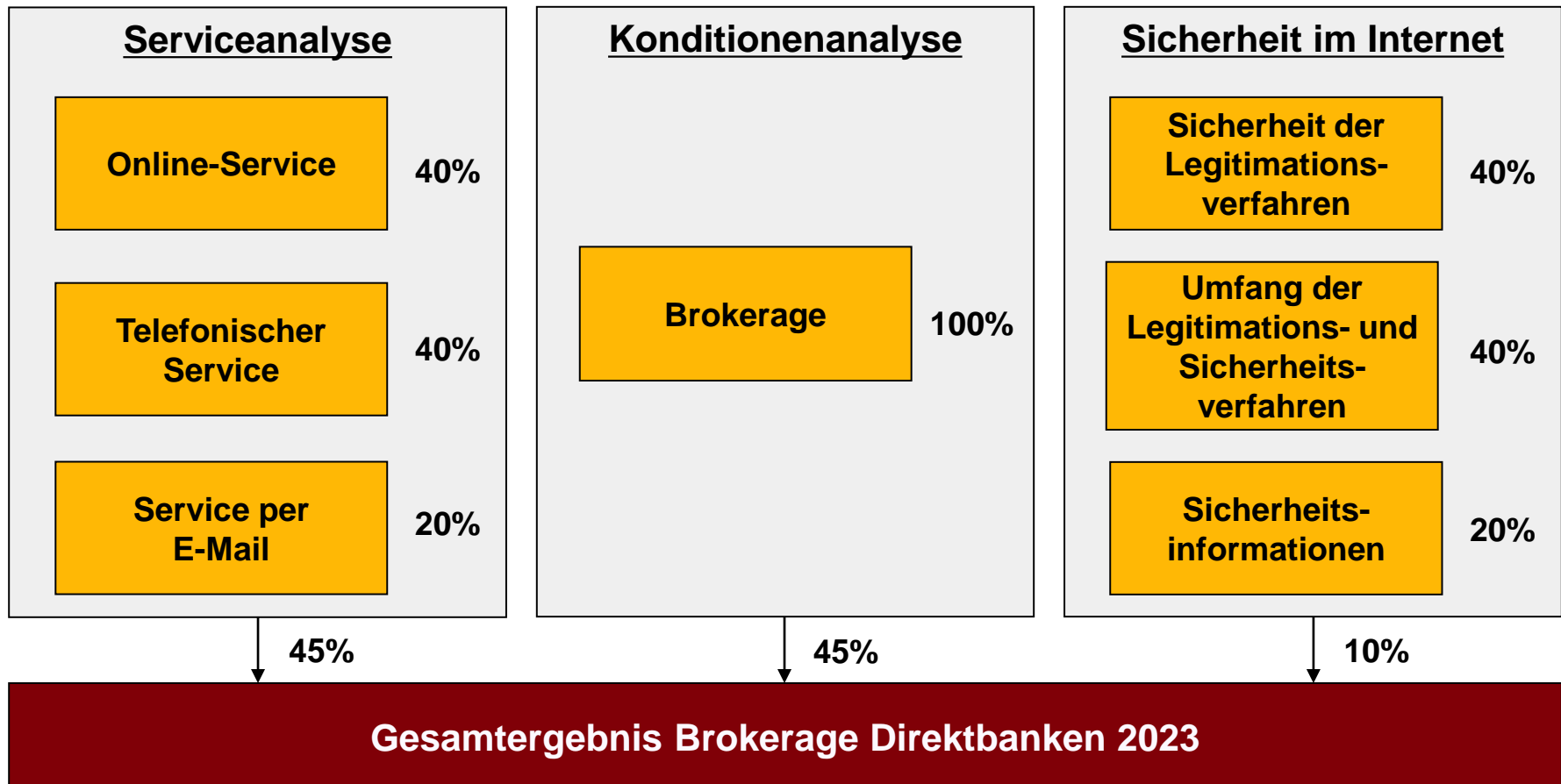




# 1. Zahlen und Fakten zur Studie

## Bewertungskriterien und Gewichtungen

### Analyse Brokerage Direktbanken 2023



# 3. Die besten Unternehmen

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

# 4. Gesamtergebnis Direktbanken

Gesamtergebnis Direktbanken			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	Comdirect	75,2	gut
2	1822direkt	72,0	gut
3	ING	71,4	gut
4	Norisbank	69,0	befriedigend
5	DKB Deutsche Kreditbank	67,0	befriedigend
6	Consorsbank	65,6	befriedigend
-	Volkswagen Financial Services**	-	-
	Branche (Mittelwert)	70,0	

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.

\*\* Dieses Institut beantwortete die offizielle Anfrage zum Bereich Brokerage nicht und blieb deshalb in der Konditionenanalyse sowie im Gesamtergebnis unberücksichtigt.

# 4. Gesamtergebnis Direktbanken

Gesamtergebnis Direktbanken			Service- analyse		Konditionen- analyse		Sicherheit im Internet	
100%			45%		45%		10%	
Rang	Unternehmen	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*
1	Comdirect	75,2	1	77,8	3	74,7	4	66,0
2	1822direkt	72,0	2	75,1	6	64,9	2	90,0
3	ING	71,4	3	67,2	4	70,9	1	92,0
4	Norisbank	69,0	4	65,9	2	74,9	6	56,0
5	DKB Deutsche Kreditbank	67,0	7	41,2	1	88,7	3	86,0
6	Consorsbank	65,6	5	63,6	5	68,0	5	64,0
-	Volkswagen Financial Services**	-	6	48,8	-	-	-	-
Branche (Mittelwert)		70,0	62,8		73,7		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

\* 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.

\*\* Dieses Institut beantwortete die offizielle Anfrage zum Bereich Brokerage nicht und blieb deshalb in der Konditionenanalyse sowie im Gesamtergebnis unberücksichtigt.

# 4. Gesamtergebnis

## Brokerage Direktbanken

Gesamtergebnis Brokerage Direktbanken			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	ING	71,6	gut
2	Comdirect	70,4	gut
3	1822direkt	68,4	befriedigend
4	DKB Deutsche Kreditbank	68,2	befriedigend
5	Norisbank	68,1	befriedigend
6	Consorsbank	65,4	befriedigend
-	Volkswagen Financial Services**	-	-
	Branche (Mittelwert)	68,7	

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.

\*\* Dieses Institut beantwortete die offizielle Anfrage zum Bereich Brokerage nicht und blieb deshalb in der Konditionenanalyse sowie im Gesamtergebnis unberücksichtigt.

# 4. Gesamtergebnis Brokerage Direktbanken

Gesamtergebnis Brokerage Direktbanken			Serviceanalyse		Konditionenanalyse		Sicherheit im Internet	
100%			45%		45%		10%	
Rang	Unternehmen	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*
1	ING	71,6	3	67,2	3	71,3	1	92,0
2	Comdirect	70,4	1	77,8	5	63,9	4	66,0
3	1822direkt	68,4	2	75,1	6	56,8	2	90,0
4	DKB Deutsche Kreditbank	68,2	7	41,2	1	91,2	3	86,0
5	Norisbank	68,1	4	65,9	2	72,9	6	56,0
6	Consorsbank	65,4	5	63,6	4	67,6	5	64,0
-	Volkswagen Financial Services**	-	6	48,8	-	-	-	-
Branche (Mittelwert)		68,7	62,8		70,6		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

\* 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.

\*\* Dieses Institut beantwortete die offizielle Anfrage zum Bereich Brokerage nicht und blieb deshalb in der Konditionenanalyse sowie im Gesamtergebnis unberücksichtigt.

# 7. Methodik

## Hintergrund der Studie

Für Kundinnen und Kunden, die keinen Wert auf Filialbetreuung und persönliche Beratung legen, eignen sich als optimale Lösung Direktbanken. Hier wird der Fokus auf digitale Kommunikation gesetzt und es können kostenlose Konten mit günstigen Transaktionsgebühren geboten werden. Ein Filialnetz besteht nicht. In aktuellen Zeiten der Digitalisierung gewinnen Direktbanken stetig an Bedeutung in der deutschen Bevölkerung.\* Mit den wachsenden Unsicherheiten der deutschen Bevölkerung bezüglich Altersvorsorge und Inflation gewinnen Aktiendepots immer mehr an Bedeutung.\*\* Daher soll dem Thema Brokerage in dieser Studie eine bedeutende Rolle beigemessen werden und der Bereich Brokerage bei Direktbanken ergänzend in einer separaten Auswertung analysiert werden.

Doch welchen Service können Kundinnen und Kunden bei den einzelnen Direktbanken erwarten? Welche Konditionen bieten die jeweiligen Direktbanken? Wie sicher ist das Online-Banking? Welche Verfahren werden in welchem Umfang bei der Abwicklung der Bankgeschäfte über das Internet eingesetzt?

Im Rahmen einer umfassenden Untersuchung hat das Deutsche Institut für Service-Qualität zu diesem Zweck Direktbanken überprüft. Dabei sollte herausgefunden werden, welche Direktbank den besten Service, die attraktivsten Konditionen und die höchste Sicherheit im Internet bietet.

\* Vgl. IfD Allensbach (2022): Bevölkerung in Deutschland nach Einstellung zu bzw. Kundschaft bei Direktbanken von 2018 bis 2022 (Personen in Millionen) Statista. Online unter: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/170960/umfrage/kunde-einer-direktbank-einstellung/> (Abrufdatum: 27.03.2023)

\*\* Stern (2023): Keine Angst vor Altersarmut – so sparen Sie mit Aktien und Fonds. Online unter: <https://www.stern.de/wirtschaft/geld/sparen-mit-etf--so-gelingt-die-altersvorsorge-durch-aktien-und-co--8402202.html> (Abrufdatum: 17.03.2023).

# 7. Methodik

## Untersuchungsumfang

Im Rahmen dieser Studie wurden bedeutende Direktbanken des deutschen Finanzraums 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 zwei der folgenden Produktbereiche angeboten werden: 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 2021 wurde hierzu herangezogen.\*

Die Untersuchungsauswahl umfasste die folgenden sieben Unternehmen:

- 1822direkt
- Comdirect
- Consorsbank
- DKB Deutsche Kreditbank
- ING
- Norisbank
- Volkswagen Financial Services

\* Vgl. online unter <https://disq.de/2021/20210428-Direktbanken.html> (Abrufdatum: 28.03.2023)



# 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 sowie Sicherheit des Online-Bankings. Alle Anfragen wurden auf Interessentenbasis gestellt und hatten unter anderem folgende Themen zum Inhalt:

- Ablauf Kontoeröffnung
- Kontowechselhilfe
- Depotübertragung
- Einrichtung eines Dispos
- Auslandsüberweisung
- Sicherer Umgang mit Online-Banking
- TAN-Verfahren
- Mehrere Girokonten führen
- Sicherheitsverfahren beim Online-Handel

# 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%	
Übersicht über das Produktspektrum	4,0%	
Preisverzeichnis	4,0%	
Demokonto	4,0%	
Angebot Mobile Banking	4,0%	
Finanz-Community	3,0%	
Finanzinformationen/Tools (Research/News)	3,0%	
Informationen zur Einlagensicherung	3,0%	
Musterdepot/Watchlist	2,0%	
Fondssuche	2,0%	
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 Internet</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	interessent@1822direkt.de
<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>Volkswagen Financial Services</b>	www.vwfs.de	0531 21202 / 0531 212859500 / 0531 212859502	info@volkswagenbank.de / Kontaktformular
<b>Testzeitraum</b>	<b>25. Januar - 6. März 2023</b>	<b>24. Januar - 1. März 2023</b>	<b>26. Januar - 6. März 2023</b>

# 7. Methodik

## Konditionenanalyse – Vorgehensweise

Im Rahmen einer umfassenden Konditionenanalyse (Stand: 10. Februar 2023) wurden die Produktbereiche Zahlungsverkehr, Brokerage, Tagesgeld, Festgeld, 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 dienten, wurden nicht bewertet. Die Erhebung der jeweiligen Konditionen sowie dem Analysebereich Sicherheit im Internet 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: 400.000 Euro; Beleihungsauslauf: 80,0 Prozent
- Gewünschte Darlehenssumme: 320.000 Euro; Auszahlung: 100,0 Prozent
- Tilgungssatz\*: 2,0 Prozent; Zinsbindung: 10 Jahre

\* Vgl. online unter: [https://www.focus.de/immobilien/experten/gastartikel-von-carsten-zimmermann-baufinanzierung-die-rueckkehr-zur-ein-prozent-tilgung\\_id\\_107919556.html](https://www.focus.de/immobilien/experten/gastartikel-von-carsten-zimmermann-baufinanzierung-die-rueckkehr-zur-ein-prozent-tilgung_id_107919556.html) (Abrufdatum 27.03.2023).

# 7. Methodik

## Konditionenanalyse – Untersuchungskriterien

Konditionenanalyse		100,0%
<b>Zahlungsverkehr</b>		<b>25,0%</b>
Monatliche Grundgebühr	5,0%	
Sollzins bei 1.000 Euro Überziehung (genehmigter Dispo)	5,0%	
Sollzins bei 1.000 Euro Überziehung (nicht genehmigte Überziehung)	5,0%	
Angebot Kreditkarte Standard	5,0%	
Kostenloses Kindergirokonto	2,5%	
Kostenloses Studentengirokonto	2,5%	
<b>Brokerage</b>		<b>25,0%</b>
Kosten einer Online-Aktienorder (Xetra): Ordervolumen: 1.000 Euro	2,5%	
Kosten einer Online-Aktienorder (Xetra): Ordervolumen: 5.000 Euro	2,5%	
Kosten einer Online-Aktienorder (Xetra): Ordervolumen: 10.000 Euro	2,5%	
Kosten einer Mobile-Aktienorder (Xetra): Ordervolumen: 1.000 Euro	2,5%	
Kosten einer Mobile-Aktienorder (Xetra): Ordervolumen: 5.000 Euro	2,5%	
Kosten einer Mobile-Aktienorder (Xetra): Ordervolumen: 10.000 Euro	2,5%	
Depotgebühren pro Jahr (Bestand 5.000 Euro, 4 Orders pro Jahr)	1,0%	
Depotgebühren pro Jahr (Bestand 30.000 Euro, 4 Orders pro Jahr)	1,0%	
Möglichkeit des Optionsscheinhandels	1,0%	
Möglichkeit von Fondssparplänen	0,8%*	
Mindestbetrag je Sparrate bei Fondssparplänen	0,8%*	
Anzahl der gebotenen Fondssparpläne	0,3%*	
Möglichkeit von Zertifikate-Sparplänen	0,8%*	

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

# 7. Methodik

## Konditionenanalyse – Untersuchungskriterien

Konditionenanalyse (Fortsetzung)		
<b>Brokerage (Fortsetzung)</b>		
Mindestbetrag je Sparrate bei Zertifikate-Sparplänen	0,8%*	
Anzahl der gebotenen Zertifikate-Sparpläne	0,3%*	
Möglichkeit von ETF-Sparplänen	0,8%*	
Mindestbetrag je Sparrate bei ETF-Sparplänen	0,8%*	
Anzahl der gebotenen ETF-Sparpläne	0,3%*	
Möglichkeit von Aktiensparplänen	0,8%*	
Mindestbetrag je Sparrate bei Aktiensparplänen	0,8%*	
Anzahl der gebotenen Aktiensparpläne	0,3%*	
<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>Festgeld</b>		<b>10,0%</b>
Anlagebetrag: 10.000 Euro, über mindestens 12 Monate	3,3%*	
Anlagebetrag: 30.000 Euro, über mindestens 24 Monate	3,3%*	
Anlagebetrag: 50.000 Euro, über mindestens 36 Monate	3,3%*	

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

\*\* Tagesgeldkonten mit Bindung an ein Girokonto des Instituts wurden ebenfalls berücksichtigt.

# 7. Methodik

## Konditionenanalyse – Untersuchungskriterien

<b>Konditionenanalyse (Fortsetzung)</b>	<b>100,0%</b>	
<b>Ratenkredit</b>		<b>15,0%</b>
Bonitäts-/Gehaltsunabhängiger Zinssatz	4,9%*	
Effektivverzinsung von Kreditbetrag 5.000 Euro (Laufzeit: 12 Monate)	2,6%*	
Effektivverzinsung von Kreditbetrag 10.000 Euro (Laufzeit: 36 Monate)	2,6%*	
Effektivverzinsung von Kreditbetrag 20.000 Euro (Laufzeit: 48 Monate)	2,6%*	
Vorfälligkeitsentschädigung bei Sondertilgungen	1,1%*	
Vorfälligkeitsentschädigung bei Vollrückzahlung	1,1%*	
<b>Baufinanzierung</b>		<b>15,0%</b>
Effektivzinssatz p.a.	7,5%*	
Sollzinssatz p.a.	2,3%*	
Höhe des Bereitstellungszinses pro Monat	2,3%*	
Bereitstellungszinsfreie Zeit	0,4%*	
Kostenfreie Tilgungsänderung möglich	0,8%*	
Kostenfreie Sondertilgungen möglich	1,5%*	
Grundsätzliche minimale Kreditsumme	0,4%*	

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

# 7. Methodik

## Sicherheit im Internet – Untersuchungskriterien

<b>Sicherheit im Internet</b>		<b>100,0%</b>
<b>Sicherheit der Legitimationsverfahren*</b>		<b>40,0%</b>
<b>Umfang an Legitimations- und Sicherheitsverfahren</b>		<b>40,0%</b>
Legitimation per ChipTAN oder eTAN	8,0%	
Legitimation per AppTAN oder PushTAN	6,0%	
Legitimation per PhotoTAN	2,0%	
Legitimation per QR-TAN	2,0%	
Legitimation per SMS-TAN oder mTAN	2,0%	
Sonstige Sicherheitssysteme/Legitimationsverfahren	4,0%	
Individuelles Überweisungslimit	8,0%	
Sicherheitsgarantien	8,0%	
<b>Sicherheitsinformationen</b>		<b>15,0%</b>
Detaillierte Beschreibung Sicherheitsverfahren	6,7%**	
Sicherheitstipps	6,7%**	
Direkte Kontaktmöglichkeit (z. B. Sicherheitshotline)	6,7%**	

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

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

	<b>Seite</b>
<b>A. Test-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
Festgeld	56

	<b>Seite</b>
<b>E. Konditionenanalyse (Fortsetzung)</b>	
Ratenkredit	57
Baufinanzierung	58
<b>F. Sicherheit im Internet</b>	<b>59</b>
Sicherheitsverfahren	59
<b>G. Allgemeine Methodik (Servicetests)</b>	<b>61</b>
<b>H. Nachhaltigkeit</b>	<b>63</b>



# G. Allgemeine Methodik

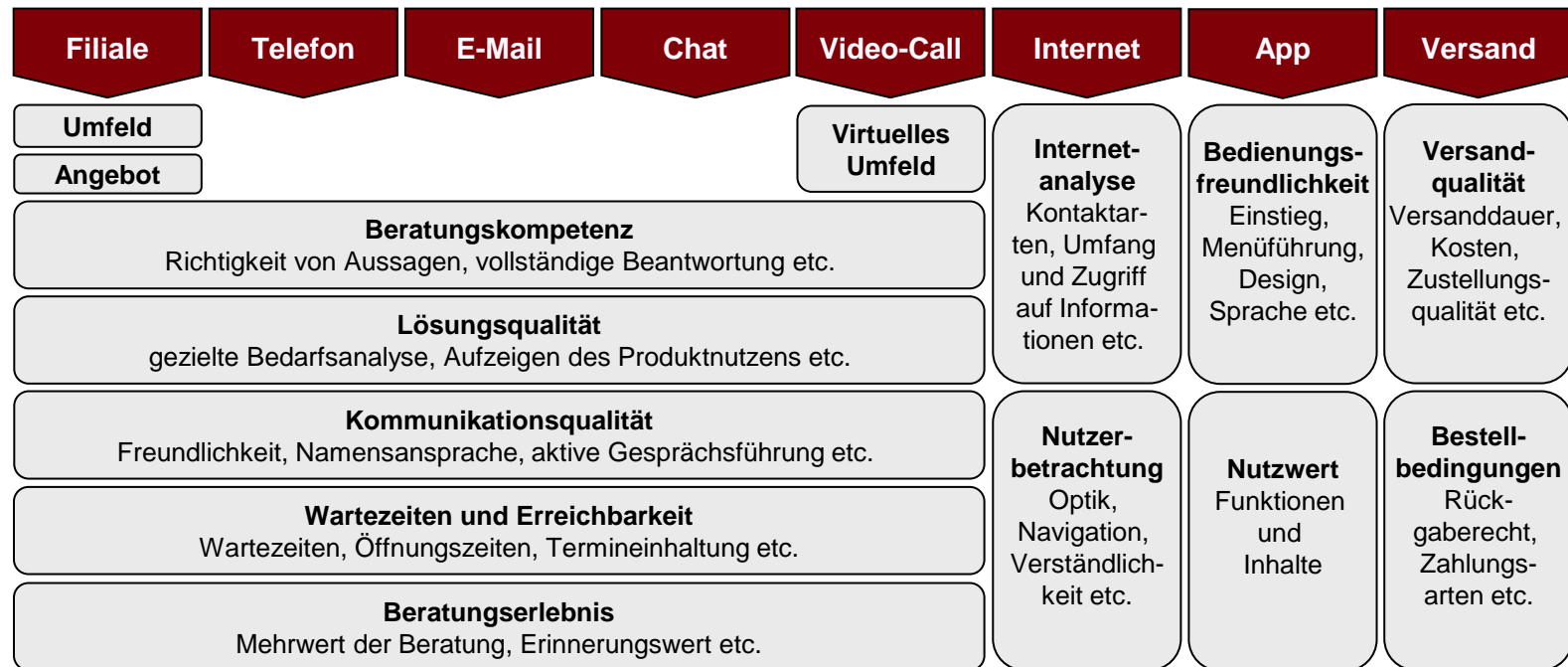
## Servicetests

- **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 Kundinnen und Kunden relevanten Kontaktkanäle (Filiale vor Ort, Telefon, E-Mail und Kontaktformular, Online-Chat, App, 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

# 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 Qualitätсурteilsschema von „sehr gut“ bis „mangelhaft“

# H. Nachhaltigkeit

## Klimaschutz mit myclimate und MoorFutures

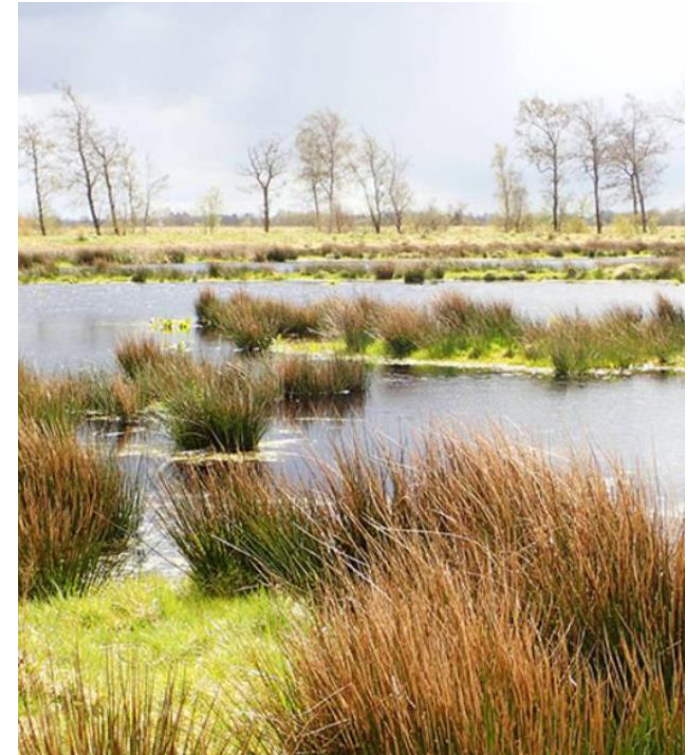


myclimate.org/07-23-221508



# Moor Futures

- Jährliche Berechnung des CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks des DISQ durch Umweltexperten von myclimate
- Regelmäßige Prüfung und Umsetzung weiterer CO<sub>2</sub>-Reduktionsmaßnahmen
- Kompensation aller aktuell unvermeidbaren CO<sub>2</sub>-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](https://disq.de/klima)



Projekt: Wiedervernässung von Hochmoorgrünland im Königsmoor in Schleswig-Holstein

Fotoquelle: myclimate