

## Pressemitteilung

### Sparkasse KölnBonn und Deutsche Postbank gewinnen das ibi Website Rating 2016

Regensburg, 18. Februar 2016

*Am 17. Februar 2016 fand in Frankfurt am Main die diesjährige Verleihung der **ibi Website Rating Awards** für die beste Banken-Website statt. Evaluiert wurden Internet-Auftritte von 50 Banken und Sparkassen hinsichtlich ihrer Unterstützung der Kundengruppen Beratungskunde und Selbstentscheider. Die besten Umsetzungen zeigen in diesem Jahr erneut die Sparkassen KölnBonn in der Kategorie „Beratungskunde“ sowie die Deutsche Postbank in der Kategorie „Selbstentscheider“. Für das aktuelle Schwerpunktthema „Konsumentenkredit“ wurde die Stichprobe um 15 Spezialanbieter erweitert. Hinsichtlich der Unterstützung des Konsumentenkreditprozesses belegen die Sparkasse Köln Bonn für den Beratungskunden und die SKG Bank für den Selbstentscheider jeweils der ersten Platz.*

Innovative Technologien und digitale Welten beeinflussen Anforderungen und Verhalten des Kunden bei seiner Interaktion mit Finanzdienstleistern. Anspruchsvolle Kunden fordern gleichermaßen Individualität als auch passende Rahmenbedingungen für die Interaktion mit der Bank. Veränderungen bedingen sich insbesondere durch die Nutzung neuer Frontend-Geräte, das Verhalten in Prozessen und durch die Möglichkeiten zur Generierung zusätzlicher Informationen und Auswertungsmöglichkeiten. Die Auswirkungen dieser Veränderungen auf die Ausgestaltung von Banken-Webseiten wird von der Forschungs- und Beratungsgesellschaft ibi research an der Universität Regensburg kontinuierlich erhoben. Etablierte bestehende sowie zusätzlich neu entwickelte Kriterien formen das ibi Website Rating.

Unterschieden wird dabei in die Kategorien Beratungsqualität und Usability. Die Beratungsqualität bildet ab, wie es gelingt, Kunden in seinen Kaufentscheidungsprozessen zu unterstützen und zu steuern. Mit einer gekonnt ausgestalteten Usability wird dem Kunden das mühelose Auffinden und Erfassen von Informationen ermöglicht sowie ein reibungsloser Prozessdurchlauf sichergestellt. Das ibi Website Rating bildet dabei im Schwerpunkt die vertriebliche Ausgestaltung der Webseiten von Banken und Sparkassen ab.

Die Bewertung der Kreditinstitute erfolgt anhand eines erprobten, stetig aktualisierten und weiterentwickelten Kriterienkatalogs mit mehr als 700 Detailkriterien. Anhand dieser lässt sich die Umsetzung der geforderten Kriterien an den Internetvertrieb von Banken und Sparkassen messen. Für den Kundentypen „Beratungskunde“ positionieren sich die Sparkasse KölnBonn, die Sparkasse Hannover und die Kreissparkasse Ludwigsburg auf den vorderen Plätzen. In der Kategorie „Selbstentscheider“ sichern sich die Deutsche Postbank AG, die norisbank GmbH sowie die comdirect bank AG die Positionen auf dem Siegerpodest.

Für das Schwerpunktthema Konsumentenkredit zeigen ebenfalls die Sparkasse KölnBonn, die Sparkasse Hannover und die Kreissparkasse Ludwigsburg die besten Umsetzungen für den Beratungskunden. Der Selbstentscheider wird für das Produkt Konsumentenkredit am besten von der SKG Bank, der Barclaycard - Barclay Bank PLC sowie der norisbank GmbH unterstützt.

**Die Top 10 des ibi Website Rating 2016 für die Kundentypen „Beratungskunde“ und „Selbstentscheider“:**

Rang	Beratungskunde	Selbstentscheider
1	Sparkasse KölnBonn	Deutsche Postbank AG
2	Sparkasse Hannover	norisbank GmbH
3	Kreissparkasse Ludwigsburg	comdirect bank AG
4	Stadtsparkasse München	Kreissparkasse Ludwigsburg
5	Sparkasse Aachen	Sparda-Bank Baden-Württemberg eG
6	Sparda-Bank Baden-Württemberg eG	Deutsche Bank AG
7	Deutsche Bank AG	Sparkasse Hannover
8	Sparkasse Düren	Commerzbank AG
9	Volksbank Karlsruhe eG	Volkswagen Bank GmbH
10	Volksbank Mittelhessen eG	1822direkt

Über „ibi Website Rating“: [www.ibi.de/iwr](http://www.ibi.de/iwr)

Das ibi Website Rating 2016 bildet die vertriebliche Ausgestaltung der Webseiten von Banken und Sparkassen ab. Im Zuge dessen wird deren Qualität in den Kategorien Beratungsqualität und Usability betrachtet. Erweiternd erfolgt eine differenzierte Beurteilung der Ergebnisse nach Instituten, deren Kunden eine persönliche Beratung präferieren (Beratungskunden), versus solchen Instituten, die selbstberatungsaffine Kunden (Selbstentscheider) unterstützen. Die Studie bietet eine Fülle von Anregungen, konkreten Tipps und eine klare Orientierung für die Ausgestaltung des eigenen Internet-Auftritts. Anhand zahlreicher Praxisbeispiele werden aktuelle Umsetzungen der verschiedenen Kriterien auf den Websites der Kreditinstitute mittels Screenshots visualisiert sowie ausführlich bewertet und erläutert.

Über ibi research: [www.ibi.de](http://www.ibi.de)

Seit 1993 bildet die ibi research GmbH eine Brücke zwischen Wissenschaft und Praxis. Das Team forscht zu Fragestellungen rund um das Thema „Finanzdienstleistungen in der Informationsgesellschaft“. ibi research ist personell eng mit der Universität Regensburg verbunden, wird aber als selbstständige Gesellschaft geführt.

**ibi research freut sich über den honorarfreien Abdruck dieser Pressemitteilung.**

**Bei Interesse an weiteren Informationen, Artikeln etc. wenden Sie sich bitte an:**

ibi research an der Universität Regensburg  
 Andrea Rosenlehner  
 Galgenbergstraße 25  
 D-93053 Regensburg

Telefon: 0941 943-1921

Telefax: 0941 943-1888

E-Mail: [andrea.rosenlehner@ibi.de](mailto:andrea.rosenlehner@ibi.de)

Internet: [www.ibi.de/iwr](http://www.ibi.de/iwr)