



research

an der Universität Regensburg

## Pressemitteilung

### **ibi Website Rating 2020: Deutsche Bank bietet gleichermaßen ein ideales Erlebnis für beratungs-affine und online-affine Kunden**

Regensburg, 6. April 2020

*Im zweijährigen Rhythmus analysiert ibi research die Ausgestaltung der Beratungsqualität auf den Webseiten von Banken und Sparkassen. Im Gesamtklassement setzt sich die Deutsche Bank als Gesamtsieger durch, gefolgt von der Kreissparkasse Köln und der Postbank. Die Deutsche Bank zeigt dabei, dass sie gleichermaßen eine optimale Ausgestaltung der Website für den beratungsaffinen Kunden und für einen online-affinen Kunden umsetzen kann.*

Innovative Technologien, neue Frontend-Geräte und digitale Welten beeinflussen die Anforderungen und Verhalten des Kunden bei seiner Interaktion mit Bankinstituten erheblich. Doch auch mit Fortschreiten der Digitalisierung in der Finanzdienstleistungsbranche wird es Kunden geben, die den persönlichen Kontakt zu einem Bankberater weiterhin schätzen – insbesondere bei komplexen Beratungsthemen. Gleichermäßen erwartet der Kunden an ausgewählter Stelle einfache, schnelle und effiziente Möglichkeiten zur Erledigung üblicher Bankgeschäfte, unabhängig vom genutzten Gerät oder der Tageszeit. Ein ganzheitlicher und reibungsloser Abwicklungsprozess intensiviert dabei die Kundenbeziehung zum Bankinstiut. So müssen die Banken dem jeweiligen Kundentypen entsprechen und die Möglichkeit eines optimalen Zusammenspiels bieten.

Das ibi Website Rating trägt diesen vielfältigen Anforderungen Rechnung. Mehr als 600 Einzelkriterien werden definiert, um die Unterstützung eines Neukunden in seinem Kaufentscheidungsprozess abzubilden. Unterschieden wird dabei nach zwei Kundentypen: Für den stilisierten Beratungskunde werden Anforderungen definiert, die dieser an den Besuch der Webpräsenz und insbesondere an dessen Informationsgehalt stellt. Auch die Überleitung in eine persönliche Beratung sind für diesen Nutzer von großer Bedeutung. Der stilisierte Kundentyp des Selbstentscheiders hingegen umfasst die Erwartungen des online-affinen Nutzers, der bestmöglich digital beraten und auch möglichst fallabschließend die Bankleistung erwerben möchte.

Ausgewählt werden dafür die nach Bilanzsumme größten deutschen Kreditinstitute. Für die Institutsgruppe der Sparkassen und die der genossenschaftlichen Banken stehen dabei ausgewählte Einzelinstitute stellvertretend für die Gesamtheit der jeweiligen Häuser. Merkmale für die Aufnahme in die Stichprobe sind dabei das Vorhandensein der zu evaluierenden Produktkategorien sowie eine adäquate Abdeckung aller relevanten Institutsgruppen des deutschen Bankenmarkts. Insgesamt umfasst die Stichprobe 20 Banken und Sparkassen.

Neben den üblichen Services werden insbesondere die Produktkategorien Konten und Karten, Konsumentenkredit, Baufinanzierung, standardisierte Spar- und Anlageprodukte sowie Versichern und Vorsorgen analysiert. Hier zeigen sich durchaus Unterschiede in der Umsetzung der möglichen Online-Prozesse, aber natürlich auch die jeweils strategischen Ansätze der Häuser, die z. B. den persönlichen Erstkontakt präferieren oder aber als Direktbank auf den elektronischen Wegen verbleiben.



research

an der Universität Regensburg

Um so spannender ist im Ergebnisse, dass sich über alle geprüften Kriterien hinweg die Deutsche Bank als Gesamtsieger des ibi Website Rating 2020 durchsetzen kann. Sie kann sowohl in der Auswertung für den Beratungskunden als auch in der für den Selbstentscheider jeweils den ersten Platz und damit auch den Gesamtsieg für sich beanspruchen. Das Ergebnis zeigt, dass eine optimale Ausgestaltung der Website für beide Kundentypen gleichermaßen möglich ist.

Die Spannweite in den Gesamtergebnissen zwischen den besten Instituten mit mehr als 70 % Zielerreichungsgrad und den schlechtesten Instituten mit etwa 40 % umgesetzter Kriterien zeigt zudem, dass die Anforderungen durchaus erfüllt werden können. Allerdings zeigen sich auch bei den besten Instituten noch Optimierungspotenziale.

Die nachfolgende Abbildung zeigt das Siegerpodest des ibi Website Rating 2020. Wir gratulieren den Gewinnern und Platzierten!

#### **Die Sieger des aktuellen ibi Website Ratings: Gesamtergebnis für beide Kundentypen**

<b>Rang</b>	<b>Gesamtergebnis ibi Website Rating 2020</b>
1	Deutsche Bank AG
2	Kreissparkasse Köln
3	Postbank AG



research

an der Universität Regensburg

## Über ibi research

Seit 1993 bildet ibi research an der Universität Regensburg GmbH eine Brücke zwischen Universität und Praxis. Das Institut betreibt anwendungsorientierte Forschung und Beratung, arbeitet also mit den Methoden der Wissenschaft an den Themen der Praxis, mit klarem Schwerpunkt auf Innovationen und deren Umsetzung.

ibi research konzentriert sich dabei auf die Themenfelder Digitalisierung der Finanzdienstleistungen und des Handels. Das Forschungsspektrum reicht von der Marktanalyse und Geschäftsmodell-Entwicklung über Prozessgestaltung und Data Analytics bis hin zu Fragen der Governance und Compliance. Zugleich bietet ibi research umfassende Beratungsleistungen zur Umsetzung der Forschungs- und Projektergebnisse an.

Weitere Informationen: [www.ibi.de](http://www.ibi.de)

**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

93053 Regensburg

Telefon: 0941 943-1901

Telefax: 0941 943-1888

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