



research

an der Universität Regensburg

Pressemitteilung

ibi Website Rating 2018: Deutsche Bank zeigt beste Seite für den Beratungskunden, TARGOBANK gewinnt den Vergleich für den Selbstentscheider

Regensburg, 22. März 2018

*Im Rahmen der diesjährigen CIBI, der Conference in Innovation in the Banking Industry, fand die Verleihung der **ibi Website Rating Awards 2018** für die besten Banken-Websites statt.*

Evaluiert wurden dafür die Internet-Auftritte der 20 nach Bilanzsumme größten deutschen Banken und Sparkassen mit entsprechender Produktpalette hinsichtlich ihrer Unterstützung der Kundengruppen Beratungskunde und Selbstentscheider. Die besten Umsetzungen zeigen in diesem Jahr die Deutsche Bank in der Kategorie „Beratungskunde“ sowie die TARGOBANK in der Kategorie „Selbstentscheider“. Vor mehr als 130 Gästen wurde dies honoriert, umrahmt von Berichten zum Status quo der Erhebung und von den beiden Sieger-Instituten.

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 durch die Nutzung neuer Frontend-Geräte, das Verhalten in Prozessen und durch die Möglichkeiten zur Generierung zusätzlicher Informationen und Auswertungsmöglichkeiten. Weiterhin hat in diesem Kontext auch die Webpräsenz als virtuelles Schaufenster des Unternehmens seinen festen Platz im Kanon der möglichen Medien.

In der aktuellen Durchführung des Website Ratings werden ausgewählte Banken und Sparkassen in den beiden Hauptkategorien Beratungsqualität und Usability evaluiert. Die Stichprobe konzentriert sich mit der Verbreitung von Rahmenauftritten, Musterlösungen und methodischen Baukästen auf die 20 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.

Die Beurteilung der Webseiten erfolgt differenziert nach Ausgestaltung für den beratungsaffinen Kunden und für den Selbstberatungs-Kunden. Betrachtet wird für beide Kundentypen jeweils die Ausgestaltung der Beratungsqualität in den Produktkategorien Konten und Karten, Konsumentenkredit, Baufinanzierung, standardisierte Spar- und Anlageprodukte, Wertpapiere und Börse sowie Versichern und Vorsorgen. Zusammen mit den Aspekten der Usability werden mehr als 700 Einzelkriterien geprüft.

Im Ergebnis positionieren sich für den Kundentypen „Beratungskunde“ die Deutsche Bank, die Sparkasse KölnBonn und die Sparda-Bank Baden-Württemberg auf den vorderen Plätzen. Die Deutsche Bank zeigt dabei ein hohes Niveau in der Erfüllung der Kriterien zur Beratungsqualität. Die Unterstützung von Anregung, Evaluation und Abschluss des Kaufprozesses ist gleichermaßen sehr gut gelungen.

In der Kategorie „Selbstentscheider“ sichern sich die TARGOBANK, die comdirect bank sowie nochmals die Deutsche Bank die Positionen auf dem Siegerpodest. Die TARGOBANK kann in der Kategorie Beratungsqualität insbesondere in der Phase der Anregung ein herausragendes Ergebnis erzielen. Auch in der Unterstützung des Kaufprozesses für den Selbstentscheider ergibt sich ein deutlicher Vorsprung vor der Konkurrenz.

Die Top 3 des ibi Website Rating 2018 für die Kundentypen „Beratungskunde“ und „Selbstentscheider“:

Rang	Beratungskunde	Selbstentscheider
1	Deutsche Bank AG	TARGOBANK AG & Co. KGaA
2	Sparkasse KölnBonn	comdirect bank AG
3	Sparda-Bank Baden-Württemberg eG	Deutsche Bank AG

Die Gewinner des ibi Website Rating 2018 für die Kundentypen „Beratungskunde“ und „Selbstentscheider“



Von links: Dr. Anja Peters, ibi research; Vincent Werdung, Deutsche Bank; Katharina Wolters, TARGOBANK; Ulrich Zeller, Deutsche Bank; Prof. Dr. Hans-Gert Penzel, ibi research



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

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