



# Kundenurteil: Fairness von digitalen Finanzberatern 2017

Wettbewerbsanalyse mit Detail-Auswertungen  
für 27 digitale Finanzberater

Eine Untersuchung in Kooperation mit



Studienflyer mit Bestellformular



## Studiensteckbrief

<b>Studienkonzept</b>	FOCUS MONEY und ServiceValue GmbH
<b>Erhebungsmethode</b>	Online-Befragung
<b>Erhebungszeitraum</b>	Mai / Juni 2017
<b>Stichprobe</b>	1.198 Kunden mit 1.640 Kundenurteilen zu 27 digitalen Finanzberatern (FinTechs) (Bewertung von bis zu 3 FinTechs, bei denen die Befragten in den letzten 12 Monaten Kunden waren)
<b>Auswertung</b>	<p>Umfassende Darstellung der Gesamtergebnisse</p> <p>Detailergebnisse für <u>27 FinTechs</u>:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• auxmoney</li> <li>• Cashboard</li> <li>• centralway numbrs</li> <li>• easyfolio</li> <li>• felix</li> <li>• fidorbank</li> <li>• fintego</li> <li>• Ginmon</li> <li>• justETF</li> <li>• kreditech</li> <li>• lendico</li> <li>• Liqid</li> <li>• moneyfilter</li> <li>• Moneygarden</li> <li>• moneymeets</li> <li>• N26 (vormals Number26)</li> <li>• rentablo</li> <li>• Savedo</li> <li>• Scalable Capital</li> <li>• smava</li> <li>• treefin</li> <li>• Vaamo</li> <li>• vexcash</li> <li>• VisualVest</li> <li>• Weltsparen</li> <li>• Youvestor</li> <li>• Zinspilot</li> </ul>
<b>Gesamtumfang</b>	184 Seiten Chart-Berichtsband (PDF)

## Studiendesign

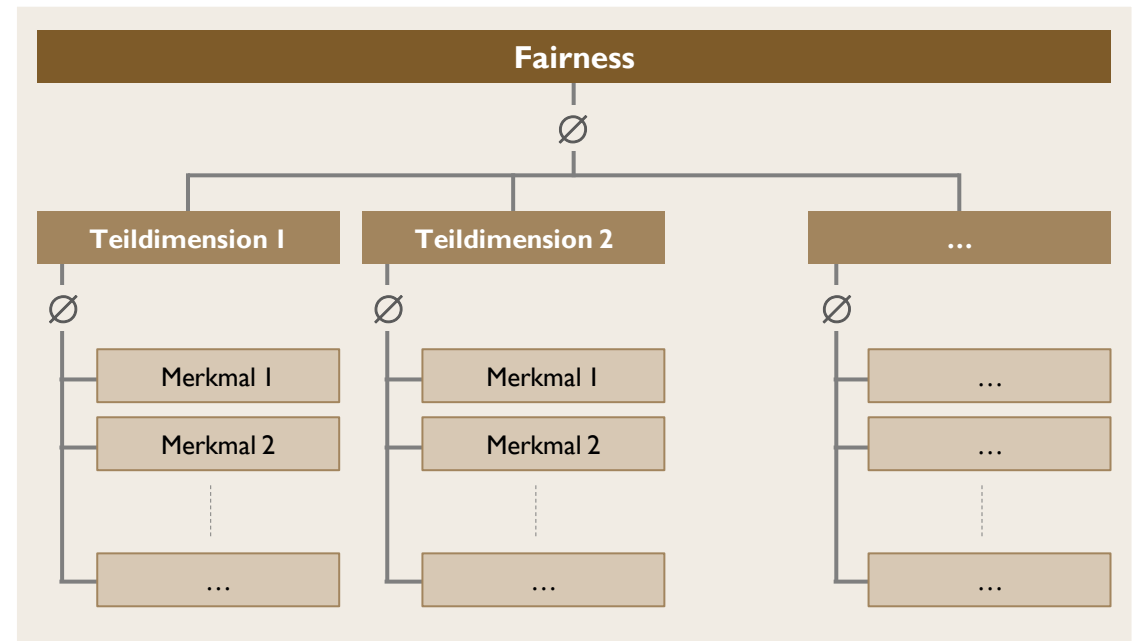
<b>Gesamtaussagen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gesamtzufriedenheit</li> <li>• Kundenorientierung</li> <li>• Ruf und Image</li> </ul>
<b>Kundenbindung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Emotionale Bindung</li> <li>• Treue</li> <li>• Loyalität</li> <li>• Weiterempfehlungsbereitschaft</li> </ul>
<b>Faire Produktangebote</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Produktqualität</li> <li>• Vielfalt an Angeboten</li> <li>• Transparenz der Produkte</li> <li>• Gefühlte Sicherheit durch Produkte</li> <li>• Preis-Leistungs-Verhältnis</li> </ul>
<b>Faire Kundenberatung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Persönliche Erreichbarkeit</li> <li>• Beratungsqualität</li> <li>• Freundlichkeit/Hilfsbereitschaft der Mitarbeiter</li> <li>• Ehrlichkeit der Mitarbeiter</li> </ul>
<b>Faire Kundenkommunikation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verlässlichkeit von Aussagen</li> <li>• Passgenauigkeit der Informationenfülle</li> <li>• Mobiler Zugriff auf Informationen</li> <li>• Verständlichkeit von Dialog und Kommunikation</li> <li>• Schnelle Vermittlung relevanter Informationen</li> </ul>

## Berechnungsmodell des Fairness-Rankings

Der Überbegriff „Fairness“ ist ein subjektives Konstrukt. Um dieses messbar zu machen, werden zunächst verschiedene Teildimensionen der Fairness bestimmt. Jede Teildimension selbst besteht aus mehreren konkreten Service- und Leistungsmerkmalen, die durch die Kunden bewertet werden.

Das Gesamtergebnis berechnet sich als ungewichteter Mittelwert aller Teildimensionen. Die Teildimensionen ergeben sich als ungewichteter Mittelwert aus den jeweiligen Service- und Leistungsmerkmalen (Bewertungskriterien).

Für die Auszeichnung auf Gesamtebene sowie auf den Teildimensionen gilt: Ein „gut“ erhalten alle Unternehmen, die einen überdurchschnittlichen Wert erzielt haben. Unternehmen, die wiederum über dem Durchschnitt der mit „gut“ bewerteten Unternehmen liegen, erhalten ein „sehr gut“.



## Teildimensionen der Fairness von FinTechs

### Fairness

#### Faire Produktangebote

- Produktqualität
- Vielfalt an Angeboten
- Transparenz der Produkte
- Gefühlte Sicherheit durch Produkte
- Preis-Leistungs-Verhältnis

#### Faire Kundenberatung

- Persönliche Erreichbarkeit
- Beratungsqualität
- Freundlichkeit/Hilfsbereitschaft der Mitarbeiter
- Ehrlichkeit der Mitarbeiter

#### Faire Kundenkommunikation

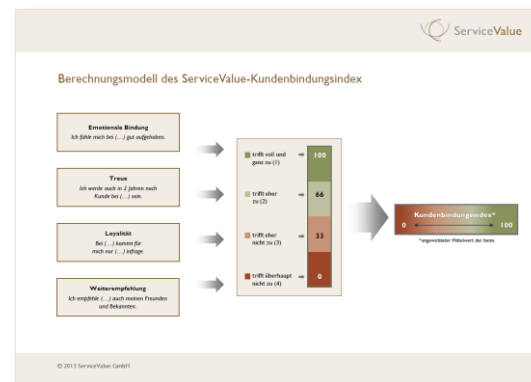
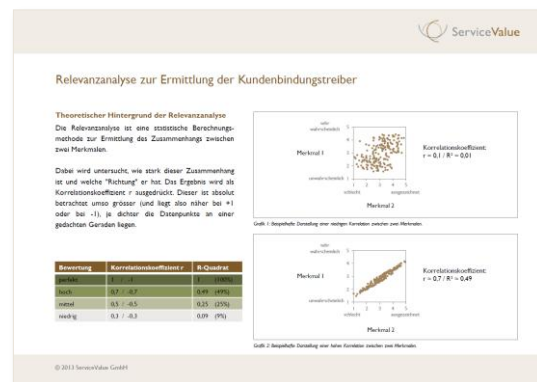
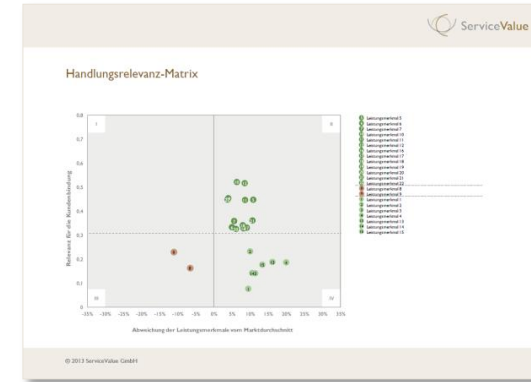
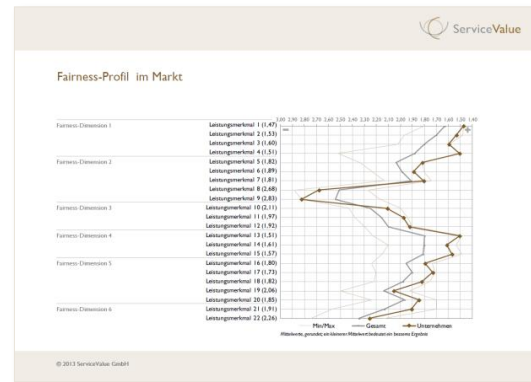
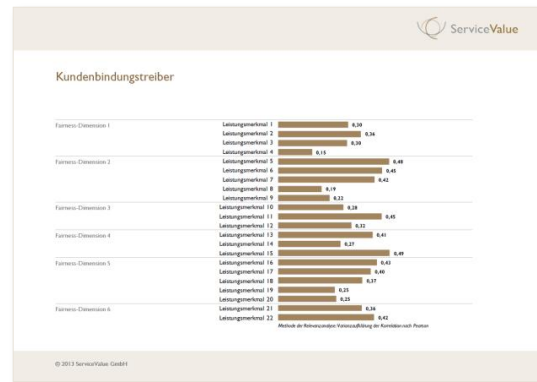
- Verlässlichkeit von Aussagen
- Passgenauigkeit der Informationsfülle
- Mobiler Zugriff auf Informationen
- Verständlichkeit von Dialog und Kommunikation
- Schnelle Vermittlung relevanter Informationen

## FOCUS-MONEY Kundenurteil: Fairer FinTech (Digitaler Finanzberater)

FAIRNESS		Faire Produktangebote		Faire Kundenberatung		Faire Kundenkommunikation	
sehr gut	feelix	sehr gut	fidorbank	sehr gut	Cashboard	sehr gut	feelix
sehr gut	fidorbank	sehr gut	smava	sehr gut	easyfolio	sehr gut	fidorbank
sehr gut	Liqid	sehr gut	Vaamo	sehr gut	feelix	sehr gut	N26 (vormals Number26)
sehr gut	smava	sehr gut	Youvestor	sehr gut	Scalable Capital	sehr gut	smava
sehr gut	Vaamo	sehr gut	Zinspilot	sehr gut	smava	sehr gut	Weltsparen
sehr gut	Youvestor	gut	auxmoney	sehr gut	Youvestor	sehr gut	Zinspilot
sehr gut	Zinspilot	gut	Cashboard	gut	fidorbank	gut	auxmoney
gut	auxmoney	gut	easyfolio	gut	justETF	gut	Cashboard
gut	Cashboard	gut	feelix	gut	lendico	gut	easyfolio
gut	easyfolio	gut	justETF	gut	Liqid	gut	lendico
gut	justETF	gut	Liqid	gut	moneyfilter	gut	Liqid
gut	rentablo	gut	moneyfilter	gut	rentablo	gut	rentablo
gut	Savedo	gut	N26 (vormals Number26)	gut	treefin	gut	Savedo
gut	Scalable Capital	gut	rentablo	gut	Vaamo	gut	treefin
gut	treefin	gut	Savedo	gut	Zinspilot	gut	Vaamo
gut	Weltsparen	gut	treefin		auxmoney		centralway numbrs
	centralway numbrs	gut	Weltsparen		centralway numbrs		fintego
	fintego		centralway numbrs		fintego		Ginmon
	Ginmon		fintego		Ginmon		justETF
	kreditech		Ginmon		kreditech		kreditech
	lendico		kreditech		moneygarden		moneyfilter
	moneyfilter		lendico		moneymeets		moneygarden
	moneygarden		moneygarden		N26 (vormals Number26)		moneymeets
	moneymeets		moneymeets		Savedo		Scalable Capital
	N26 (vormals Number26)		Scalable Capital		vexcash		vexcash
	vexcash		vexcash		VisualVest		VisualVest
	VisualVest		VisualVest		Weltsparen		Youvestor

Die Sortierung der Anbieter innerhalb der Kategorien erfolgt in alphabetischer Reihenfolge.

# Informationen werden anschaulich aufbereitet ...



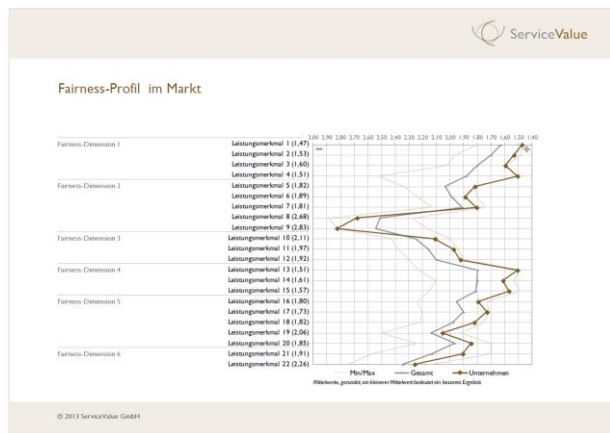
Anonymisierte Musterfolien

... und liefern Antworten auf Ihre Fragen. Im Folgenden finden Sie einige Beispiele.

## Ihre Fragen – unsere Antworten (I)



- Welche Stärken und Schwächen weisen die einzelnen Anbieter auf?
  - Auf welche Handlungsfelder sollten die einzelnen Anbieter hohe Aufmerksamkeit in der Optimierung richten?
- ⇒ Klare Handlungsorientierung durch Handlungsrelevanz-Matrix für jeden Anbieter



- Bei welchen Service- und Leistungsattributen ist ein Anbieter besser / schlechter als der Gesamtmarkt?
- ⇒ Serviceprofil im Marktvergleich für jeden Anbieter



## Ihre Fragen – unsere Antworten (II)



- **Welcher Wettbewerber schneidet bei welchem Leistungsmerkmal besser oder schlechter ab?**
- ⇒ **Darstellung aller Leistungsmerkmale mit Ranking der Anbieter**



- **Welche Leistungen haben die höchste Bedeutung für die Kundenbindung?**
- ⇒ **Kundenbindung als Key Performance Indicator der Dimensionen Emotionale Bindung, Treue, Loyalität und Weiterempfehlung**
- ⇒ **Relevanzanalytische Berechnung und Darstellung für jeden Anbieter**

## Studienbestellung per E-Mail an [Bestellung@ServiceValue.de](mailto:Bestellung@ServiceValue.de) oder per FAX an +49 (0)221. 67 78 67 – 19

### Bestellung

- Benchmarkstudie** „Fairness von digitalen Finanzberatern 2017“ (Einzelexemplar, 184 Seiten, PDF)  
zum Preis von 4.900,- € netto
- Ergebnispräsentation vor Ort** inkl. Überlassung der Präsentations-Datei (PPT)  
zum Preis von 2.900,-€ netto, zzgl. anfallender Reisekosten
- Vorteilsangebot**  
Benchmarkstudie „Fairness von digitalen Finanzberatern 2017“ (Einzelexemplar, 184 Seiten, PDF)  
und Ergebnispräsentation vor Ort zum Preis von 6.800,- € netto, zzgl. anfallender Reisekosten

### Kontaktdaten (Versand- sowie Rechnungsadresse)

Unternehmen

Name, Vorname

Abteilung / Position

E-Mail (wichtig für den Versand der Dateien)

Telefon

Telefax

Adresse (Str. / PLZ / Ort)

Rechnungsanschrift (wenn abweichend von Adresse)

Ihre Auftragsnummer, Kostenstelle (zur Rechnungs-Ergänzung)

Ort, Datum

Unterschrift

Stempel

# Impressum

Herausgeber

**ServiceValue GmbH**

Dürener Str. 34 I

50935 Köln

Tel +49.(0)221.67 78 67 - 0

Fax +49.(0)221.67 78 67 - 99

[www.ServiceValue.de](http://www.ServiceValue.de)

[Info@ServiceValue.de](mailto:Info@ServiceValue.de)

Disclaimer: Die ServiceValue GmbH macht darauf aufmerksam, dass die Ergebnisse der Studie mit höchster Sorgfalt auf der Basis von Kundenäußerungen ermittelt wurden. Dennoch sind die Ergebnisse keine unumstößliche Tatsache oder sollten als alleinige Empfehlung verstanden werden, einzelne Geschäftsaktivitäten zu initiieren oder aufzugeben.

Diese Studie ist einschließlich aller Bestandteile urheberrechtlich geschützt. Eine Weitergabe an Dritte, z.B. eine Tochtergesellschaft, oder mit dem Studienbezieher in wirtschaftlicher Beziehung stehende Dritte, ist nicht gestattet. Verwertungen, die nicht ausdrücklich gemäß den Bestimmungen des Urheberrechts zugelassen sind, bedürfen der vorherigen schriftlichen Zustimmung der Herausgeber. Insbesondere gilt dies für Bearbeitungen, Vervielfältigungen, Übersetzungen, die elektronische Speicherung und Verarbeitung sowie die Verwendung im Rahmen von Unternehmensanalysen und -bewertungen (Ratings/Zertifizierungen) oder Beratungsleistungen durch Dritte, die nicht der ServiceValue GmbH oder mit ihr verbundenen Unternehmen angehören.

Titelbild: © dobrinya, © peshkova– fotolia.com

“Our business is value development  
by service excellence.”

ServiceValue GmbH

Dürener Straße 34I

50935 Köln

Tel +49.(0)221.67 78 67 - 0

Fax +49.(0)221.67 78 67 – 99

Info@ServiceValue.de

www.ServiceValue.de