



Kundenurteil: Fairness von digitalen Finanzberatern 2018

Wettbewerbsanalyse mit Detail-Auswertungen
für 32 digitale Finanzberater

Eine Untersuchung in Kooperation mit



Studienflyer mit Bestellformular



Studiensteckbrief

Studienkonzept	FOCUS MONEY und ServiceValue GmbH
Erhebungsmethode	Online-Befragung
Erhebungszeitraum	Juni / Juli 2018
Stichprobe	768 Kunden mit 1.066 Kundenurteilen zu 32 digitalen Finanzberatern (FinTechs) (Bewertung von bis zu 3 FinTechs, bei denen die Befragten in den letzten 12 Monaten Kunden waren)
Auswertung	<p>Umfassende Darstellung der Gesamtergebnisse</p> <p>Detailergebnisse für 32 FinTechs:</p> <ul style="list-style-type: none"> • auxmoney • Check24 • easyfolio • feelix • fidorbank • fintego • ginmon • growney • justETF • kapilendo • kreditech • Lendico • LIQID • moneyFilter • moneygarden • moneymeets • N26 (vormals Number26) • numbrs • quirion • rentablo • Savedo • Scalable • smava • treefin • vaamo • Verivox • VEXCASH • VisualVest • WeltSparen • Whitebox • youvestor • ZINSPILLOT
Gesamtumfang	204 Seiten Chart-Berichtsband (PDF)

Studiendesign

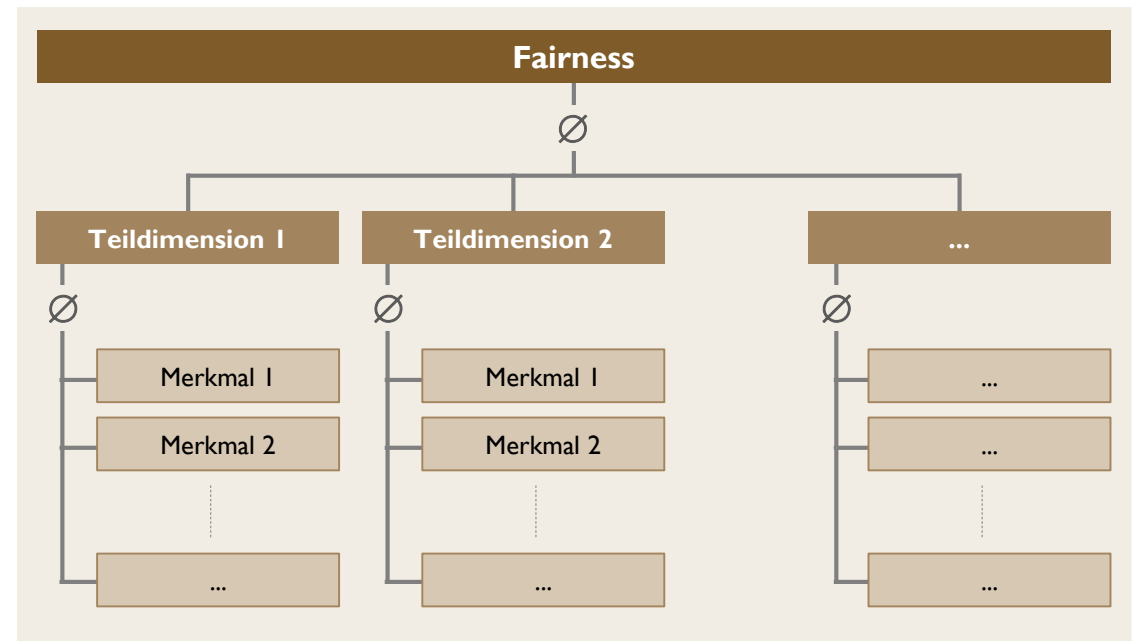
Gesamtaussagen	<ul style="list-style-type: none"> • Gesamtzufriedenheit • Kundenorientierung • Ruf und Image
Kundenbindung	<ul style="list-style-type: none"> • Emotionale Bindung • Treue • Loyalität • Weiterempfehlung
Faire Produktangebote	<ul style="list-style-type: none"> • Produktqualität • Vielfalt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

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

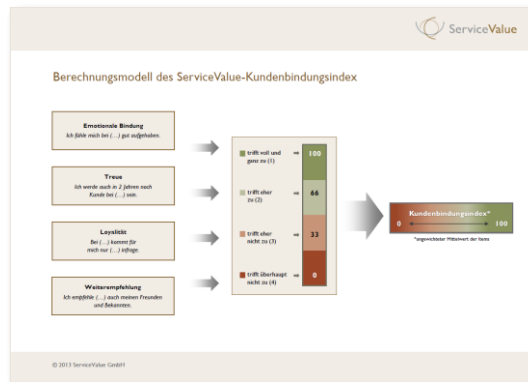
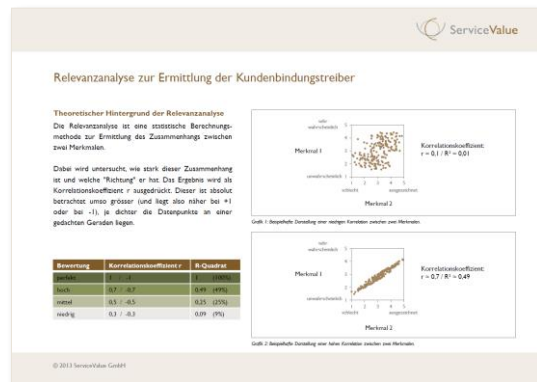
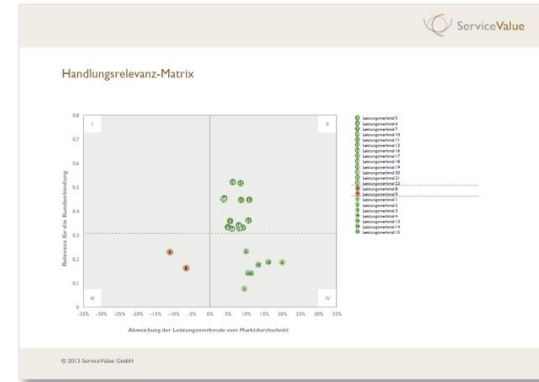
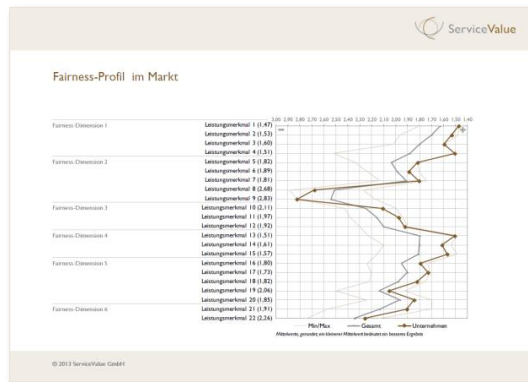
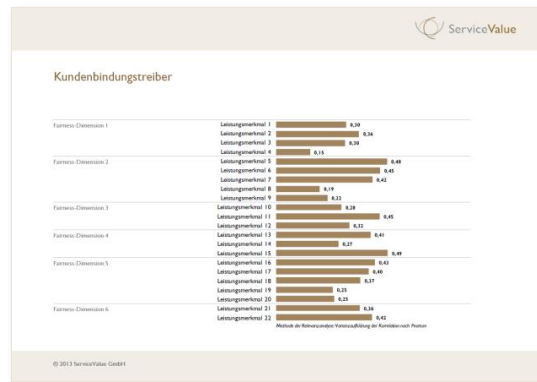
- Verlässlichkeit von Aussagen
- Passgenauigkeit der Informationsfülle
- Mobiler Zugriff auf Informationen
- Verständlichkeit von Dialog und Kommunikation
- Schnelle Vermittlung relevanter Informationen

FOCUS-MONEY Kundenurteil: Fairer FinTech (Digitaler Finanzberater)

FAIRNESS		Faire Produktangebote		Faire Kundenberatung		Faire Kundenkommunikation	
sehr gut	auxmoney	sehr gut	Check24	sehr gut	easyfolio	sehr gut	auxmoney
sehr gut	Check24	sehr gut	fidorbank	sehr gut	kapilendo	sehr gut	Check24
sehr gut	fidorbank	sehr gut	justETF	sehr gut	Lendico	sehr gut	fidorbank
sehr gut	Lendico	sehr gut	rentablo	sehr gut	moneyFilter	sehr gut	Lendico
sehr gut	smava	sehr gut	Verivox	sehr gut	smava	sehr gut	rentablo
sehr gut	Verivox	sehr gut	WeltSparen	sehr gut	vaamo	sehr gut	smava
sehr gut	WeltSparen	sehr gut	ZINSPILOT	sehr gut	Verivox	sehr gut	Verivox
sehr gut	ZINSPILOT	sehr gut		sehr gut	Whitebox	sehr gut	WeltSparen
gut	easyfolio	gut	auxmoney	sehr gut	youvestor	sehr gut	ZINSPILOT
gut	feelix	gut	feelix	gut	auxmoney	gut	easyfolio
gut	justETF	gut	Lendico	gut	Check24	gut	feelix
gut	moneyFilter	gut	N26 (vormals Number26)	gut	feelix	gut	N26 (vormals Number26)
gut	N26 (vormals Number26)	gut	Savedo	gut	fidorbank	gut	Savedo
gut	rentablo	gut	Scalable	gut	growney	gut	vaamo
gut	Savedo	gut	smava	gut	Scalable		fintego
gut	Scalable	gut	vaamo	gut	treefin		ginmon
gut	vaamo	gut	Whitebox	gut	ZINSPILOT		growney
gut	Whitebox	gut	youvestor	gut			justETF
gut	youvestor				fintego		kapilendo
	fintego				ginmon		kreditech
	ginmon				justETF		LIQID
	growney				kreditech		moneyFilter
	kapilendo				LIQID		moneygarden
	kreditech				moneygarden		moneygarden
	LIQID				moneymeets		moneymeets
	moneygarden				N26 (vormals Number26)		numbrs
	moneymeets				numbrs		quirion
	numbrs				quirion		Scalable
	quirion				rentablo		treefin
	treefin				Savedo		VEXCASH
	VEXCASH				VEXCASH		VisualVest
	VisualVest				VisualVest		Whitebox
					WeltSparen		youvestor

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

Informationen werden anschaulich aufbereitet ...



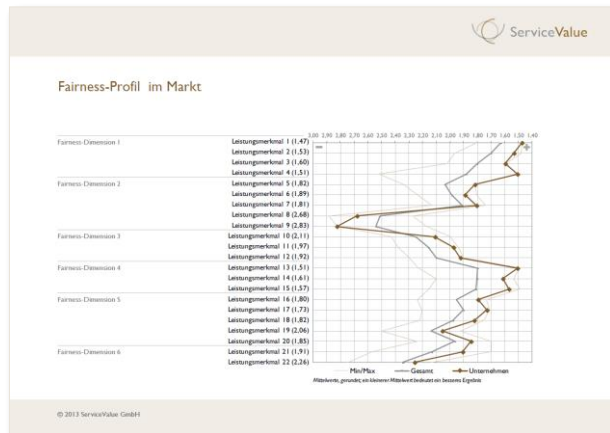
Anonymisierte Musterfolien

... 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

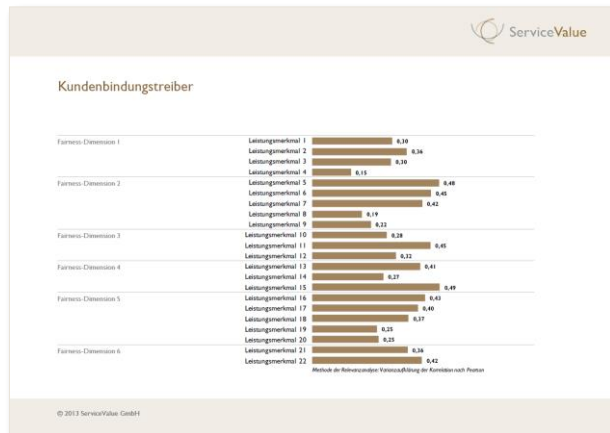


- Bei welchen Service- und Leistungsattributen ist ein Anbieter besser / schlechter als der Gesamtmarkt?
- ⇒ Serviceprofil im Marktvergleich für jeden Anbieter

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 oder per FAX an +49 (0)221. 67 78 67 – 19

Bestellung

- Benchmarkstudie** „Fairness von digitalen Finanzberatern 2018“ (Einzelexemplar, 204 Seiten, PDF)
zum Preis von 4.900,- € netto
- Ergebnispräsentation und Analysegespräch vor Ort** inkl. Überlassung der Präsentations-Datei (PPT)
zum Preis von 2.900,-€ netto, zzgl. anfallender Reisekosten
- Vorteilsangebot**
Benchmarkstudie „Fairness von digitalen Finanzberatern 2018“ (Einzelexemplar, 204 Seiten, PDF)
und Ergebnispräsentation sowie Analysegespräch 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

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 341

50935 Köln

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

Fax +49.(0)221.67 78 67 – 99

Info@ServiceValue.de

www.ServiceValue.de