



Kundenurteil: Fairness von digitalen Finanzexperten 2019

Wettbewerbsanalyse mit Detail-Auswertungen
für 32 digitale Finanzexperten

Eine Untersuchung in Kooperation mit



Studienflyer mit Bestellformular

Studiensteckbrief

Studienkonzept	FOCUS MONEY und ServiceValue GmbH
Erhebungsmethode	Online-Befragung
Erhebungszeitraum	Juli 2019
Stichprobe	1.217 Kunden mit 1.782 Kundenurteilen zu 32 digitalen Finanzexperten (FinTechs) (Bewertung von bis zu drei 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 • felix • fidorbank • fintego • ginmon • growney • justETF • kapilendo • kreditech • Lendico • LIQID • moneyfarm • moneyFilter • moneygarden • moneymeets • N26 • numbrs • quirion • rentablo • Savedo • Scalable • smava • treefin • Verivox • VEXCASH • VisualVest • WeltSparen • Whitebox • youvestor • ZINSPILOT
Gesamtumfang	204 Seiten Chart-Berichtsband (PDF)

Studiendesign

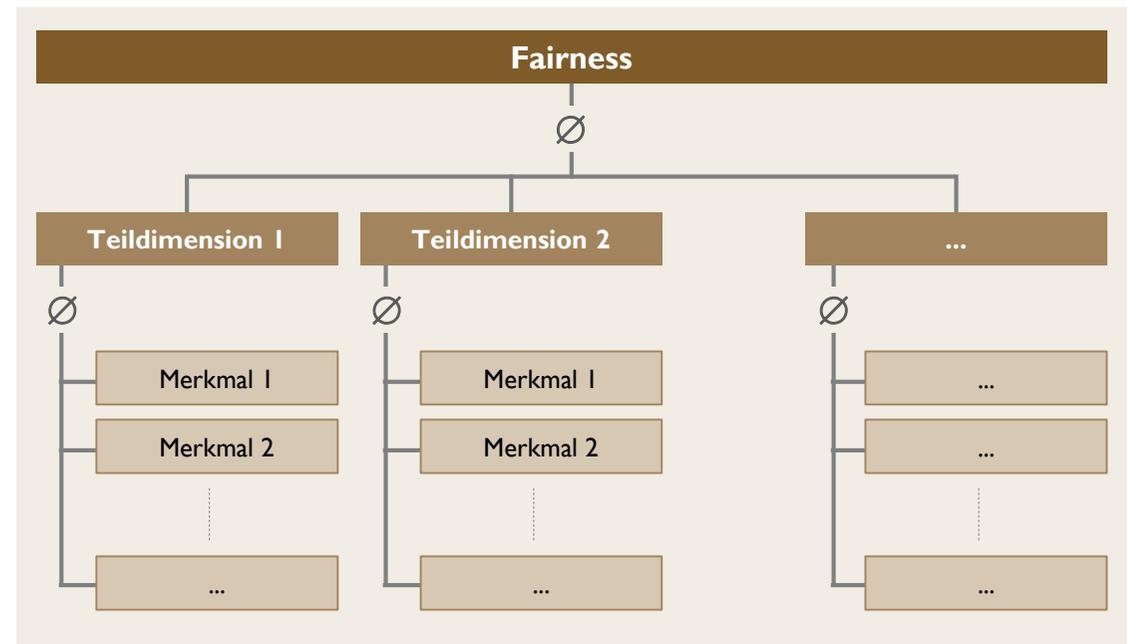
Gesamtaussagen	<ul style="list-style-type: none"> • Gesamtzufriedenheit • Kundenorientierung • Ruf und Image
Kundenbindung	<ul style="list-style-type: none"> • Emotionale Bindung • Treue • Loyalität • Weiterempfehlung
Faire Produktangebote	<ul style="list-style-type: none"> • Produktqualität • Vielfalt 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 Informationenfülle • 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

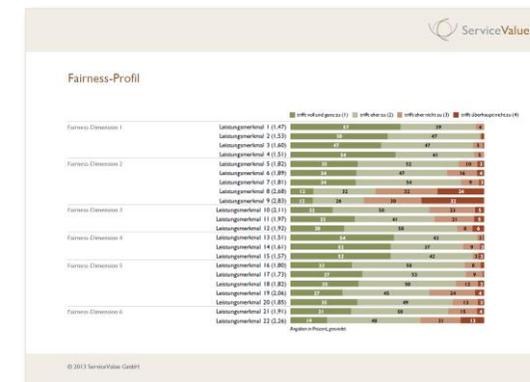
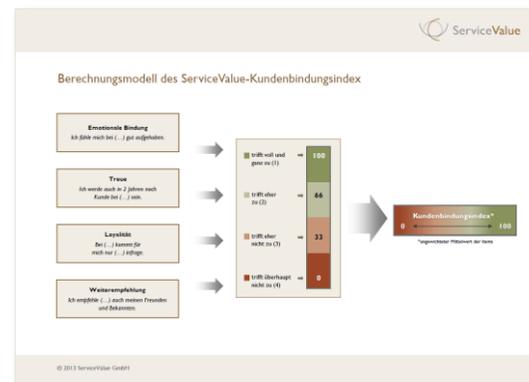
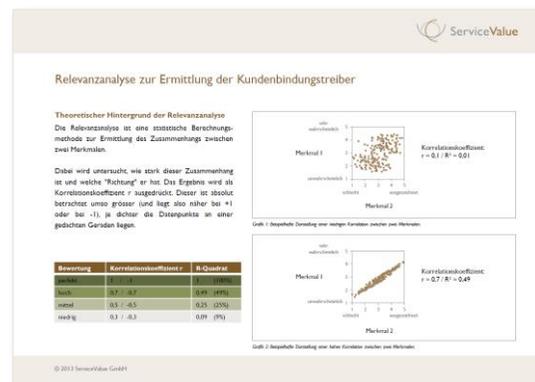
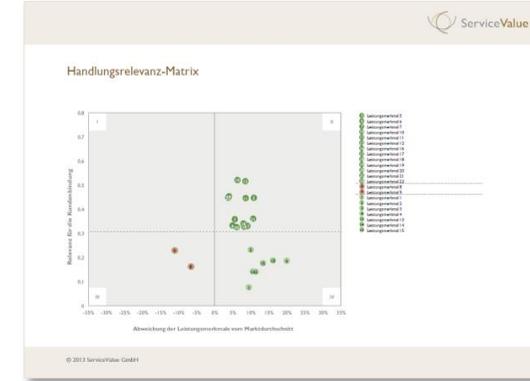
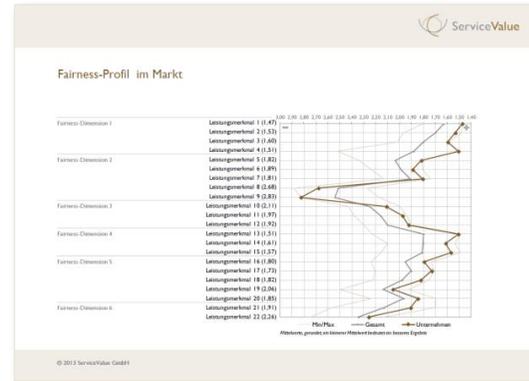
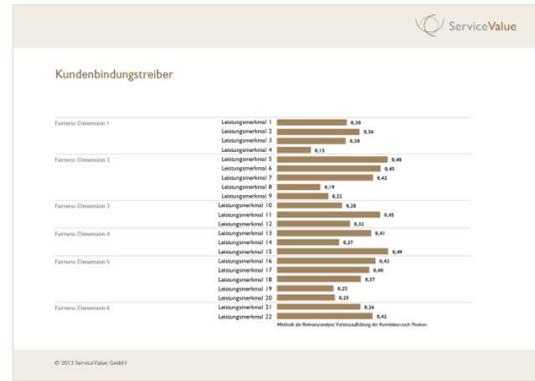
- Verlässlichkeit von Aussagen
- Passgenauigkeit der Informationsfülle
- Mobiler Zugriff auf Informationen
- Verständlichkeit von Dialog und Kommunikation
- Schnelle Vermittlung relevanter Informationen

FOCUS-MONEY Kundenurteil: Fairer FinTech (Digitaler Finanzexperte)

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

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

Informationen werden anschaulich aufbereitet ...



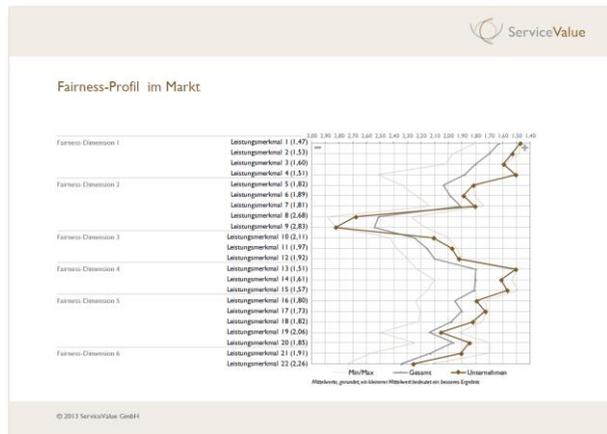
Anonymisierte Musterfolien

... 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

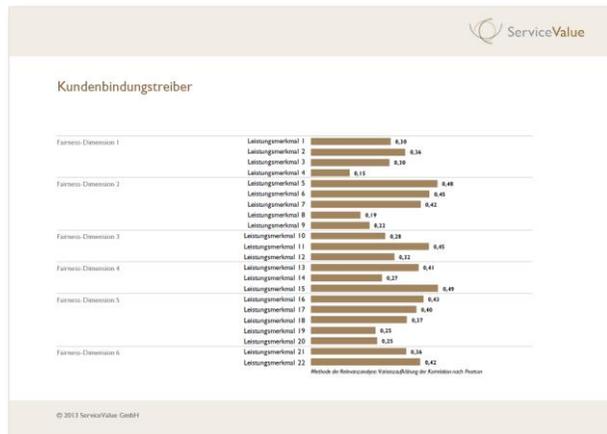


- Bei welchen Service- und Leistungsattributen ist ein Anbieter besser / schlechter als der Gesamtmarkt?
- ⇒ Serviceprofil im Marktvergleich für jeden Anbieter

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 Finanzexperten 2019“ (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 Finanzexperten 2019“ (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