



Gute Noten für Banken-Websites

17 von 60 Banken-Webseiten wurden von der Institut für Transparenz GmbH (ITA) mit sehr gut bewertet. Bei 43 Webseiten gibt es Verbesserungspotenzial. Banken sollten noch verständlicher mit ihren Kunden kommunizieren.

Ergebnis überzeugt nur auf ersten Blick

Das Ergebnis zeigt, dass Banken Transparenz ernst nehmen. Damit sollte sich die Branche aber noch nicht zufrieden geben. "Kunden erwarten heute mehr denn je eine einfache und verständliche Kommunikation mit Banken und Versicherungen", betont Dr. Mark Ortmann, Gründer des ITA. "Das fängt bei der Webseite an und hört bei den Bedingungen auf."

Wenn bei 72 Prozent aller Banken-Webseiten Verbesserungspotenzial besteht, ist das nicht mehr zeitgemäß", meint Ortmann und bringt es auf den Punkt: "Kunden von heute wollen auf einfachste Weise mit ihrem Vertragspartner kommunizieren und die Produkte verstehen. Wenn Internetseiten das nicht bieten, ärgern sich Kunden - genau deshalb startet ein FinTech nach dem anderen, um es besser zu machen als herkömmliche Banken." Banken könnten relativ leicht erhebliches Potenzial heben, wenn sie ihre Webseiten und darauf aufbauend ihre Kundendokumente überarbeiten würden.

Die Gewinner des Transparenzindex

17 Banken erhielten für ihren Webauftritt vom Institut für Transparenz die Bestnote „sehr gut“. Dabei haben 12 in allen getesteten Bereich mit „sehr gut“ abgeschnitten.: ADAC Finanzdienste, comdirect, Commerzbank, Consorsbank, DKB, Degussa Bank, DenziBank, Deutsche Skatbank, GLS Bank, GarantieBank, ING DiBa, MoneYou, SWK Bank, Sberbank Direct, TARGOBANK, Varengold Bank, Volkswagen Bank.

Verständlichkeit sollte heute selbstverständlich sein

Beim Teil-Kriterium der Textverständlichkeit haben 18 Anbieter (30 Prozent) mit sehr gut abgeschnitten. Im Zeitalter der Digitalisierung können 42 von 60 Banken ihre textliche Verständlichkeit noch verbessern. „Lange Sätze, umständliche Formulierungen, Passivkonstruktionen – all das kommt aus Zeiten vor der Digitalisierung und schreckt Kunden ab,“ ist Ortmann überzeugt. Auch die Benutzerfreundlichkeit könnte besser sein: Jede zweite Bank kann es besser machen. "Vielleicht ist das ja der Weckruf für die bisherigen Banken: Wenn diese es nicht hinkriegen, werden neue FinTech-Banken mit verständlichen Angeboten den Markt erobern", blickt Ortmann in die Zukunft.

Zum Untersuchungsdesign

Die 60 betrachteten Banken wurden im Hinblick auf drei Kriterien untersucht:

Textverständlichkeit, rechtliche und inhaltliche Vollständigkeit sowie Benutzerfreundlichkeit.

Die Textverständlichkeit floss zu 50 Prozent in die Gesamtbewertung ein. Die anderen beiden Faktoren machten jeweils 25 Prozent der Gesamtnote aus.

Bild: © olly/ fotolia.com

Versicherungs- und Finanznachrichten

expertenReport



<https://www.experten.de/id/4942279/gute-noten-fuer-banken-websites/>