

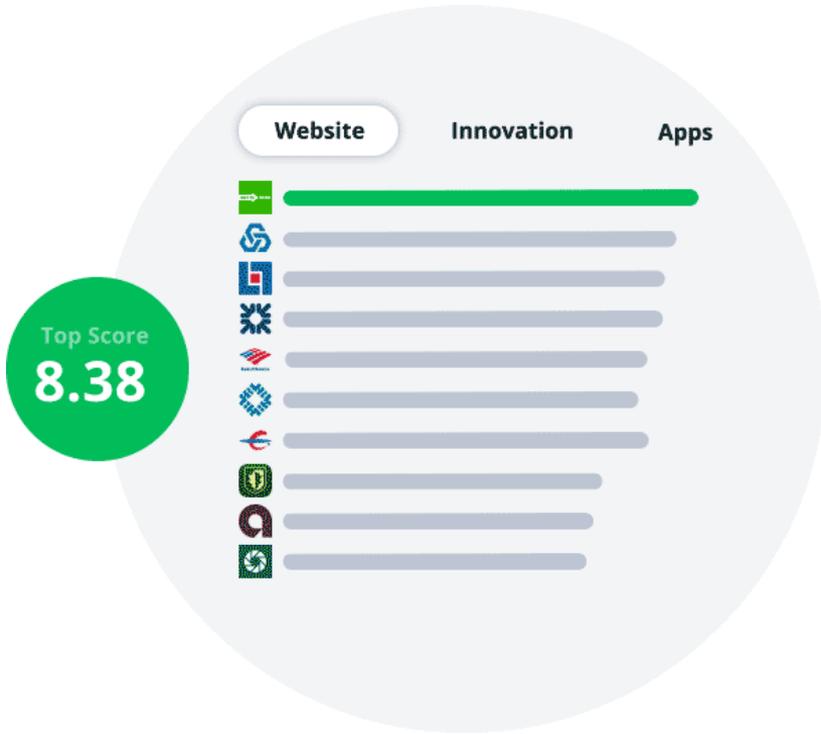


# Designing Engaging Digital Experiences

Finnoscore Best Practice Study  
Edition: Private Banking  
09/2022

**EMIO**STUDIO

**Finnoconsult**



- 1 Vorwort & Executive Summary
- 2 Methodik der Studie
- 3 Insights zu den Ergebnissen
- 4 Über Finnococonsult

# Vorwort & Executive Summary



Chris Berger  
Co-Founder & CEO

**Finnococonsult**

[LinkedIn](#)

2012-2015  
Erste Bank Group: CEO George Labs  
2016-2019  
Bank Cler: Program Manager @ Cler Zak  
2018-2020  
Sparda: Strategic Advisor @ Sparda CEO  
Mentor in FinTech Forum D.A.CH.

## Warum machen wir diese Studie?

Bereits seit 2015 führen wir jährlich die Finnoscore-Studie für Retailbanken mit einem Sample von derzeit 250 Instituten aus Europa und Nordamerika durch. Viele der analysierten Institute durften wir zwischenzeitlich auch dabei unterstützen, ihr digitales Kundenerlebnis gesamthaft oder punktuell zu optimieren.

Da auch im Private Banking nicht erst seit der Pandemie der Bedarf an digitalen Services mit einer ansprechenden User Experience wächst, haben wir die Studie nun erstmals im Private Banking-Bereich mit 30 Anbietern unterschiedlichster Nationen durchgeführt. In den kommenden Monaten werden wir unsere Analyse auf mindestens 60 Institute mit Fokus auf den D.A.CH.-Raum ausbauen und künftig jährlich eine Studie zum digitalen Reifegrad dieser Anbieter veröffentlichen. Mit dem Ziel, dass Sie schnell von den Best Practices lernen können, analysieren mehrere unserer Expert:innen in einem Desktop-Verfahren jedes Institut anhand von 230 Kriterien in 12 Dimensionen – und rein aus Kundensicht. Durch den Vergleich der Ergebnisse stellt der Finnoscore dar, was die Top Performer in den einzelnen der 12 Expertise-Bereiche besser machen als die anderen Institute.

Im Private Banking ist bei vielen der analysierten Institute in puncto digitaler Performance noch immer ein starker Abstand zu vergleichbaren Retailbanken erkennbar. Es scheint, als würden viele Privatbanken das diskretionäre Prinzip der Vermögensverwaltung so (miss-)interpretieren, dass sie auch im Onlinebereich nur wenig über sich und die digitalen Angebote informieren sollten. Dies steht aber den Bedürfnissen von digital affinen Kunden – egal welcher Altersschicht – entgegen. Sie erwarten, sich auch in diesem Bereich online informieren zu können, bevor eine Entscheidung für einen Vermögensverwalter getroffen wird. Es stellt sich daher die Frage, ob viele Private Banking-Anbieter durch das falsch interpretierte Verständnis von Diskretion nicht den Anschluss bei der Gewinnung potenzieller Neukunden verpassen? Zumindest einige Anbieter haben zur Gewinnung neuer Kundenschichten gut umgesetzte Angebote für Mass-Affluent Kunden entwickelt, welche oftmals auch End2End online abschließbar sind.

Wir haben daher für diese Studie die Private Banking-Anbieter in folgende drei Grundtypen eingeteilt:

1. Traditionelle, etablierte Privatbanken
2. Privatbanken, welche auch gezielt Affluent-Kunden ansprechen
3. Universalbanken mit Private Banking-Angebot

Zwischen diesen drei Grundtypen lassen sich teils sehr klare Unterschiede in einzelnen Dimensionen erkennen, insbesondere bei Onlineverkauf / Conversion, Online-Onboarding sowie Innovation und Nachhaltigkeitsagenda. Bei Mobile Apps und Online Services sieht es auch innerhalb der Grundtypen ambivalent aus: Hier gibt es einige hervorragende Lösungen, aber noch deutlichen Aufholbedarf bei vielen Instituten.



1

Vorwort &amp; Executive Summary

2

Methodik der Studie

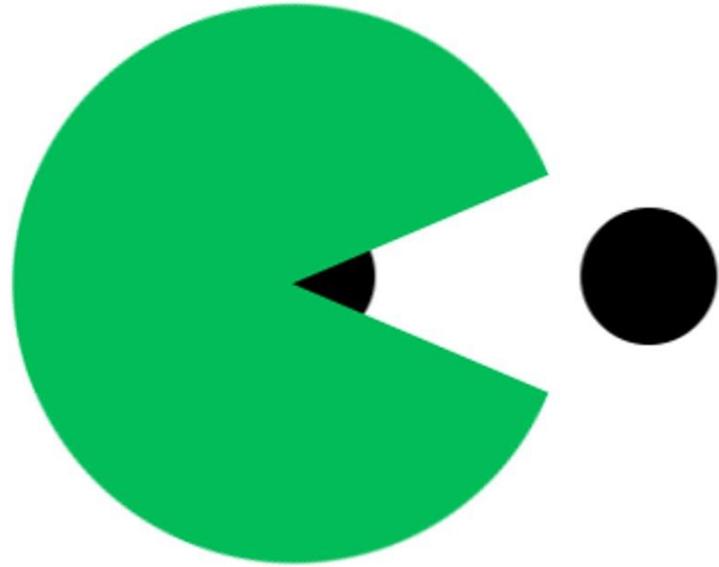
3

Insights zu den Ergebnissen

4

Über Finnoconsult

Wie ist es um die  
**digitale Kompetenz**  
von Private  
Banking-Anbietern  
bestellt?





# Antwort darauf gibt der **Finnoscore 2022**

**Erfahren Sie, wie Kunden das digitale Angebot von Private Banking-Anbietern erleben.  
Wer sind die Gewinner, wer sind die Verlierer?  
Wie schneiden deutsche und schweizerische Private Banking-Anbieter im internationalen Vergleich ab?**

# Finnoscore

Wir machen die  
digitale Kompetenz  
von Banken  
messbar und  
vergleichbar.



Misst die Qualität und Attraktivität des digitalen Angebots aus **Sicht des Kunden**



230 Kriterien in 12 Dimensionen\* für eine **objektive Experten-Bewertung**. Zeitraum der Datenerhebung: April - Juli 2022



Analyse und Benchmark-Bericht von aktuell **30 Institute aus 12 Ländern**

*\*Eine genauere Ausführung zu den einzelnen Dimensionen findet sich im Anhang. Für weitere Informationen kontaktieren Sie uns gerne persönlich.*

# Finnoscore

Der unabhängige  
Vergleich,  
der objektive  
Antworten liefert.

Der Finnoscore basiert ausschließlich auf öffentlich verfügbaren Informationen und **bewertet objektiv die digitale Reife und das Innovationserlebnis von Banken.**

Die zusätzliche Einordnung der Ergebnisse übernimmt, mit mehr als **30 Jahren kumulierter Finanzerfahrung**, das Finniconsult-Team.





1

Vorwort & Executive Summary

2

Methodik der Studie

3

Insights zu den Ergebnissen

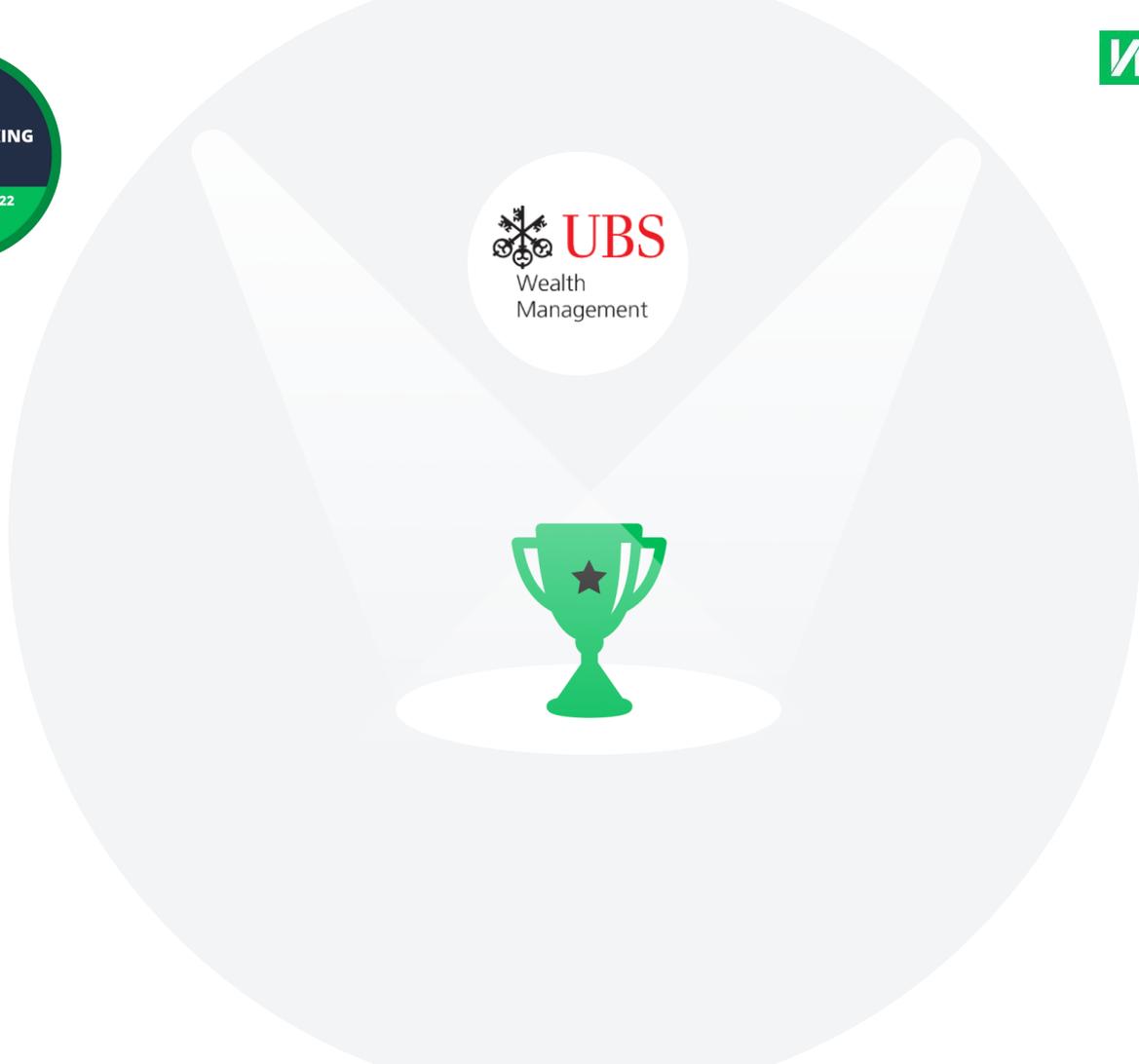
4

Über Finnoconsult

**Finnoscore**



**Aaaaand the  
winner is....**



# Finnoscore

## Top 5 Private Banking International

	Bank	Land	Finnoscore
1	 UBS Wealth Management	Schweiz	5,16
2	 DBS	Singapur	4,88
3	 Vontobel	Schweiz	4,81
4	 BNP Paribas	Deutschland	4,70
5	 Hauk Aufhäuser Lampe	Deutschland	4,56

# Wo die Top 3 der internationalen Anbieter von Private Banking punkten



## Webseite

Ruhige, aber moderne Webseite mit Responsive Design und ansprechenden Visualisierungen. Informationen sind dank der gut strukturierten Navigation und Shortcuts schnell zu finden.

## Online-Onboarding, Preis-Transparenz und Omnichannel-Kommunikation

UBS besticht durch eine klare Ausrichtung auf potenzielle Neukunden mit einer nach Kundenbedürfnissen ausgelegten Produktpräsentation und verschiedenen Kontaktkanälen inklusive einer Online-Videoberatung.

## Mobile Apps und Online Services

Die digitalen Lösungen sind für interessierte Kunden schnell auffindbar und umfassend erklärt.



## Insgesamt ausgewogenes Profil

DBS ist aufgrund ihrer ausgewogenen guten Bewertungen über alle Dimensionen hinweg als zweites bestes Institut geführt.

## Preis-Transparenz

DBS ist eine der wenigen Anbieter, welche dem Kunden die wichtigsten Konditionen offenlegen. Verweise auf Auszeichnungen stärken das Vertrauen in das Institut.

## Mobile Apps und Online Services

DBS schneidet in beiden Dimensionen am besten ab: Das Institut bietet speziell auf Investments ausgerichtete Funktionen mit individuellen Portfolio-Reporting 'on Demand' mit guter visueller Aufbereitung und User Experience an.



## Webseite

Durch die modern gestaltete Hauptseite mit Shortcuts zu den wichtigsten Themen sind Informationen schnell auffindbar. Durch das Responsive Design ist die Nutzung auf allen Geräten optimiert.

## Preis-Transparenz

Vontobel gehört zu den wenigen Instituten, welche die wichtigsten Geschäftsbedingungen offenlegen.

## Social Media & Community und Omnichannel-Kommunikation

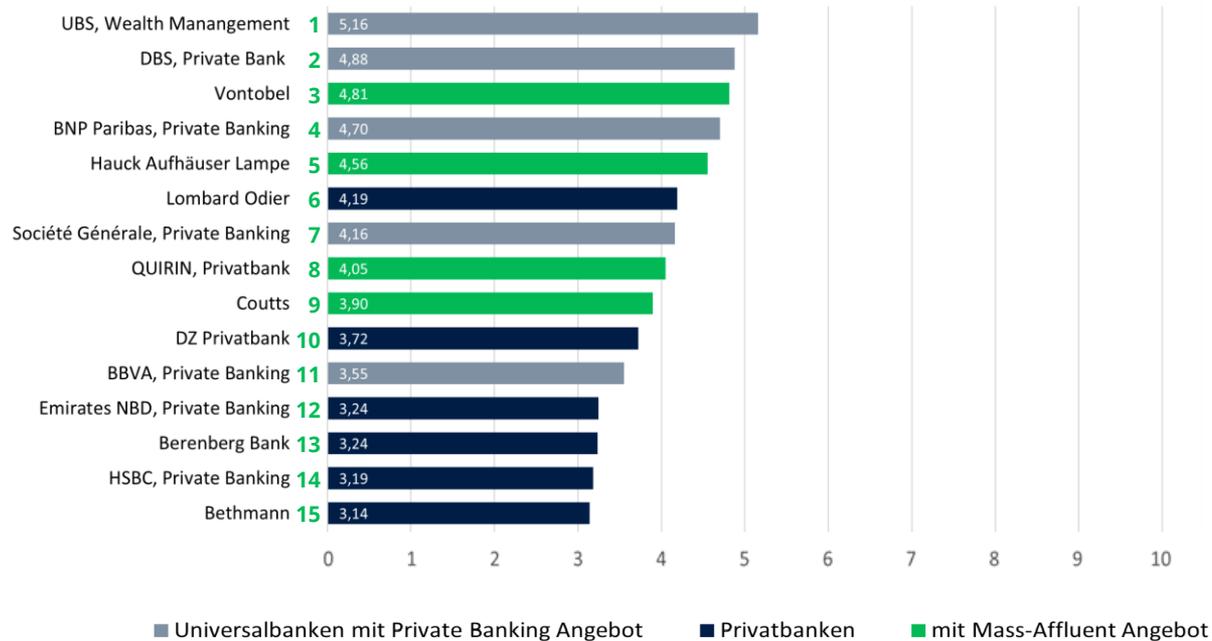
Durch die Vielzahl an Kommunikationskanälen eröffnet sich das Institut Chancen auf eine hohe Frequenz in der Kunden-Interaktion.

## Mobile Apps und Online Services

Die Funktionen der Services sind gut beschrieben. Vontobel bietet maßgeschneiderte Lösungen für bestimmte Verantwortungsbereiche.

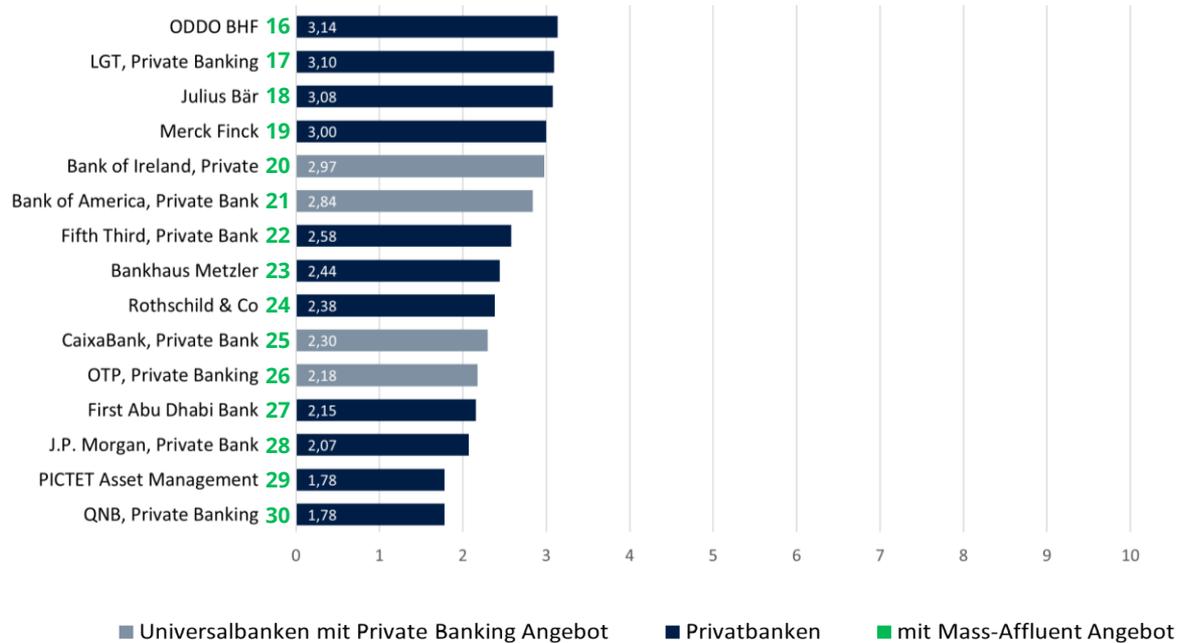
# Gesamtscores Private Banking 2022

## Die Top 15



# Gesamtscores Private Banking 2022

## Die Plätze 16-30







# Finnoscore

## Die Top- Performer im Detail



# Das "ideale Private Banking" - die Top-Performer jeder Dimension

 Webseite

Coutts



 Onlineverkauf / Conversion

HAL



 Omnichannel-Kommunikation

Quirin



 Mobile App(s)

DBS



 Online Marketing

UBS



 Online-Onboarding

UBS



 Social Media & Community

Bethmann



 Online Services

DBS



 Attraktivität für potenzielle Kunden

HAL



 Preis-Transparenz

Vontobel



 Loyalty & Ökosystem

Emirates NBD



 Innovation und Nachhaltigkeitsagenda

BNP Paribas



# Die wesentlichen Erkenntnisse der Fiiioscore Studie 2022 / Private Banking

## Die drei Grundtypen im Vergleich

### Anbieter von Mass-Affluent-Paketen

Privatbanken mit Angeboten für Mass-Affluent-Kunden führen bei der **Attraktivität für potenzielle Neukunden** und punkten ebenso bei **Onlineverkauf / Conversion**.

Diese Institute sind auch eher **preis-transparent** und kommunizieren auch in den Dimensionen **Innovation und Nachhaltigkeitsagenda** klarer an potenzielle Kunden.

Dieser Grundtyp ist zwar im Funktionsumfang seiner **Mobile Apps** und **Online Services** gut aufgestellt, kann sich aber in diesen Dimensionen noch verbessern.

Überraschend war, dass diese Anbieter gegenüber den Universalbanken Schwächen im **Online Marketing** aufweisen.

### Etablierte Privatbanken

Etablierte, traditionelle Privatbanken performen grundsätzlich **sehr ähnlich wie Universalbanken** mit Private Banking-Angebot. Sie haben eine userfreundliche **Webseite** und im Schnitt eine hohe **Attraktivität für potenzielle Neukunden**, da sie die Vorteile ihrer Anlagelösungen gut kommunizieren.

Sie werden auch im Bereich **Innovation und Nachhaltigkeitsagenda** gut vom Kunden wahrgenommen, liegen aber gegenüber den Mitbewerbern bei **Social Media & Community** leicht zurück.

**Bei Online Marketing, Onlineverkauf / Conversion** und dem Funktionsumfang der **Mobile Apps** können etablierte Privatbanken noch einiges nachbessern.

### Universalbanken mit Private Banking-Angebot

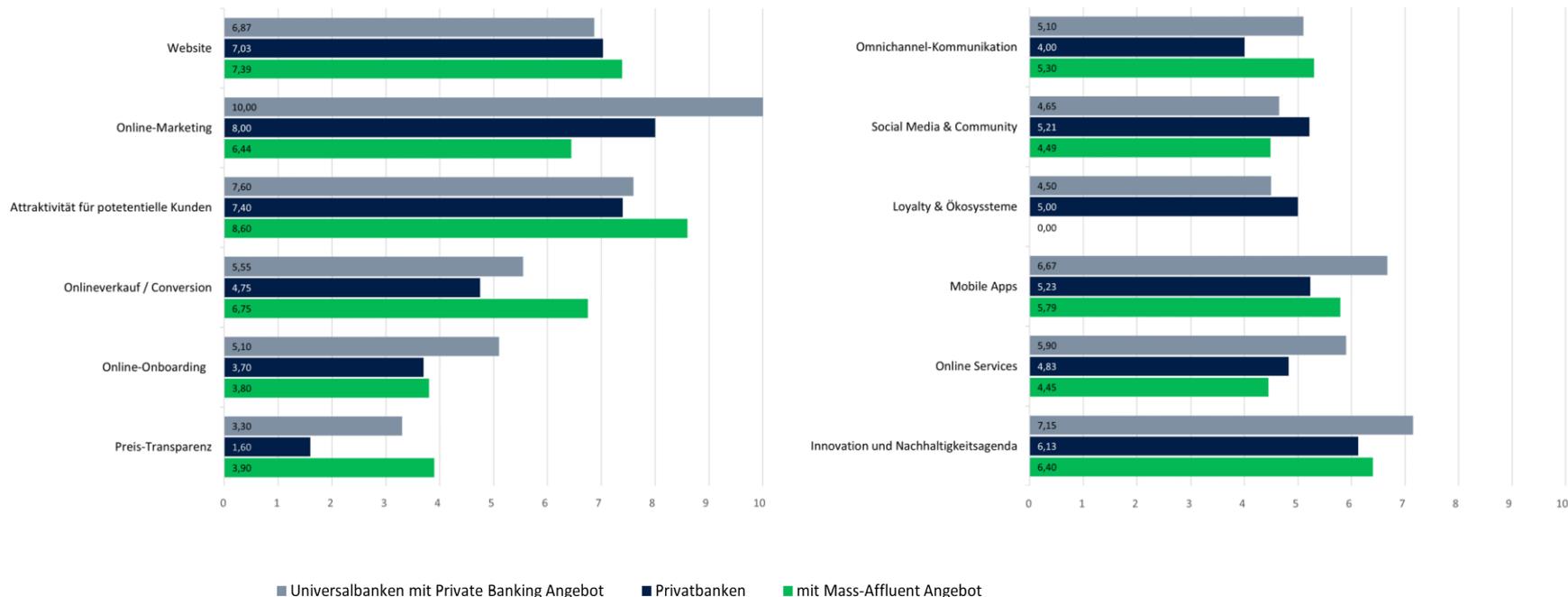
Alle Universalbanken haben ansprechende und sehr userfreundliche **Webseiten**, stehen aber in dieser Dimension und in der **Attraktivität für Neukunden** hinter den Anbietern von Mass-Affluent Produkten.

Universalbanken haben beim **Online Marketing** die Nase vorn. Auch sind Universalbanken im Funktionsumfang von **Mobile Apps** im Schnitt besser aufgestellt als Privatbanken mit Angeboten für Mass-Affluent-Kunden.

Auffallend ist, dass die ausgewählten Universalbanken mit Private Banking-Angebot teils **deutlich schlechter abschneiden** als die Top Performer, welche in der **Edition „Retailbanking“** analysiert wurden – hier gibt es also insgesamt noch viel Luft nach oben.

# Die wesentlichen Erkenntnisse der Finioscore Studie 2022 / Private Banking

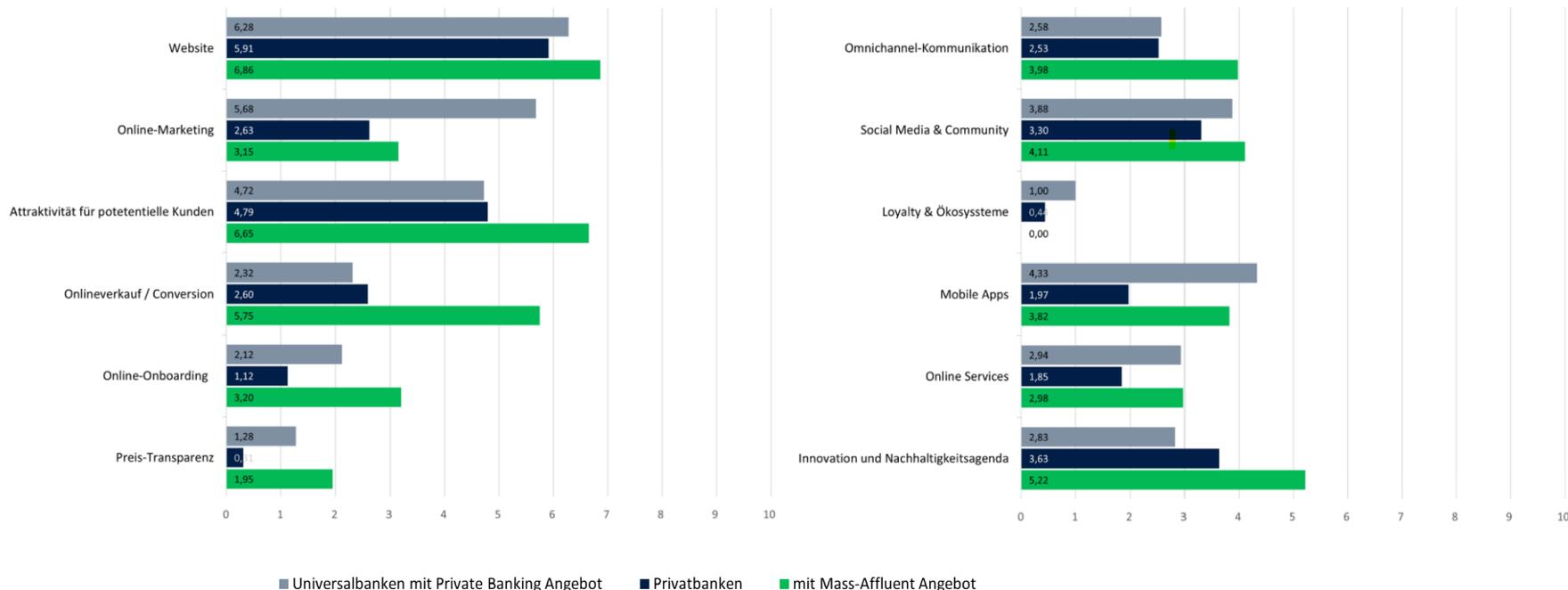
## Die drei Grundtypen im Vergleich (Top-Performer pro Kategorie)



In den Dimensionen **Online Services** sowie der **Omnichannel-Kommunikation** gibt es in allen Grundtypen vereinzelt gute Lösungen, aber bei den meisten Banken noch deutliches Verbesserungspotential. **Loyalty-Programme & Ökosystem-Ansätze gibt es nur vereinzelt.** Die Dimension **Preistransparenz** ist selbst bei den Best Performern **sehr schwach ausgeprägt.**

# Die wesentlichen Erkenntnisse der Finioscore Studie 2022 / Private Banking

## Die drei Grundtypen im Vergleich (Durchschnittswerte pro Kategorie)



In den Dimensionen **Webseite** und **Attraktivität für potenzielle Kunden** gibt es über alle Grundtypen hinweg die höchsten Durchschnittswerte. **Loyalty-Programme & Ökosystem-Ansätze** sowie **Preistransparenz** sind insgesamt **sehr schwach ausgeprägt**. Ebenso bieten nur sehr **wenige Banken** ihren Kunden ein **digitales Onboarding**, um online Kunde werden zu können.



**Finnoscore**

**Fokus  
Deutschland**



# Finnoscore 2022 – Top 10 Deutschland

	Bank	Finnoscore
1	 BNP Paribas	4,70
2	 Hauk Aufhäuser Lampe	4,56
3	 Quirin Privatbank	4,05
4	 DZ Privatbank	3,72
5	 Berenberg Bank	3,24

	Bank	Finnoscore
6	 HSBC Deutschland	3,19
7	 Bethmann	3,14
8	 ODDO BHF	3,14
9	 Julius Bär	3,08
10	 Merck Finck	3,00

# Key Findings des Finnoscore Private Banking 2022 (DE)

**Alle** analysierten **deutschen** Private Banking-Anbieter haben eine userfreundliche **Webseite**, weisen zumeist eine **hohe Attraktivität für Neukunden** auf und bieten potenziellen Neukunden Möglichkeiten zur Kontaktaufnahme. Dennoch, über die persönliche Beratung hinaus bietet keines der Institute **Initiativen zur Kundenbindung** an.

**85 %** der Privatbanken haben ihre **Webseite auf Neukundengewinnung ausgerichtet**, aber **nur 23 %** bieten direkt oder über eine Tochtergesellschaft ein **digitales Onboarding** für Mass-Affluent-Produkte an.

**Preis-Transparenz** ist bei den deutschen Privatbanken – mit Ausnahme jener mit Online Onboarding und Mass-Affluent-Produkten – **nicht gegeben**: Interessierte Kunden können sich nicht online über die Konditionen informieren.

**92 %** der deutschen Privatbanken setzen konkrete Initiativen im Bereich **Nachhaltigkeit** um, die Produkte oder Mitarbeiter involvieren. Das deckt sich mit dem globalen Trend, dass dem Thema immer mehr Aufmerksamkeit geschenkt wird.

Viele Privatbanken investieren im Bereich **digitale Innovationen**. Aber gerade einmal **45 %** der deutschen Privatbanken machen **ihre Online-Lösungen auf ihrer Webseite sichtbar**.

# Finnoscore

Fokus  
Schweiz



# Finnoscore 2022 – Private Banking-Anbieter Schweiz gegenüber Top Retailbanken Schweiz

	Private Banking	Finnoscore
1	 <b>UBS</b> UBS	5,16
2	 Vontobel	4,81
3	 <sup>17</sup>  <sup>96</sup> Lombard Odier	4,19
4	 Rothschild & Co	2,38

	Retailbanken	Finnoscore
1	 Credit Suisse	6,77
2	 Bank Cler	6,60
3	 <b>UBS</b> UBS	6,55
4	 PostFinance	6,26

# Key Findings des Finnoscore Schweiz 2022

**Alle schweizerischen Private Banking-** Anbieter haben eine sehr userfreundliche **Webseite**, weisen eine **hohe Attraktivität für Neukunden** auf und bieten potenziellen Neukunden Möglichkeiten zur Kontaktaufnahme. Auch haben alle eine gute **Social Media-Präsenz**.

Die Privat Banking-Anbieter schneiden in puncto **Nachhaltigkeit** sehr gut ab: fast alle der analysierten Institute informieren umfassend über das Thema auf ihrer Webseite und haben zudem konkrete Initiativen ins Leben gerufen. Auch hier scheinen die nationalen Regulatorien zu greifen.

Bei den Themen **Onlineverkauf / Conversion** und **Online-Onboarding** zeigt sich ein ambivalentes Bild: **50 %** der Institute ermöglichen es Neukunden, auch online Kunde zu werden, um zumindest Produkte für Mass-Affluent-Kunden abzuschließen.

**Keines** der schweizerischen Institute bietet aktuell ein für potenzielle Neukunden ersichtliches **Loyalty & Ökosystem** an. Auch in der Kategorie **Preis-Transparenz** gibt es Verbesserungspotential: Nur **50 %** legen ihre Konditionen zumindest teilweise offen.

**Ca. 3/4** der schweizerischen Institute überzeugen mit dem Funktionsumfang ihrer **Mobile Apps** und **Online Services** und stellen ihre **Innovationen** sichtbar dar.



1

Vorwort & Executive Summary

2

Methodik der Studie

3

Insights zu den Ergebnissen

4

Über Finnoconsult



# Unsere Unternehmensgruppe

## Finnoconsult

Strategie, Steuerung und  
Produktentwicklung mit  
Finanzexpertise

### UNTERNEHMERGEIST

Wir brennen für unsere Lösungen und arbeiten an jedem Projekt genauso, als wenn es unser eigenes Unternehmen wäre.

## ZUG AUFS TOR

Die richtige Kombination aus technologischer Expertise, Fachwissen und UX-Know-how garantiert, dass unsere Projektpläne halten und unsere Produkte erfolgreich platziert werden.



EMMOSTUDIO

Customer Insights, Product  
Design und Growth Marketing

# Unser Management Team



Chris Berger  
**Finnoconsult**

Function: Chief Strategist / Head of Sales

Track Record (excerpt):

Erste Bank Group: CEO George Labs 2012-15  
Bank Cler: Program Manager @ Cler Zak 2016-19  
Sparda: Strategic Advisor @ Sparda Teo 2018-20  
Mentor in FinTech Forum D.A.CH.

Locations: Vienna & Zurich



Martin Schachinger  
**Finnoconsult**

Function: Chief Creative / Head of Products

Track Record (excerpt):

Erste Bank Group: auth. Proxy George Labs 2012-15  
Bank Cler: Productowner @ Cler Zak 2016-19  
Sparda: Productowner @ Sparda Teo 2018-20

Locations: Vienna & Budapest



Guillaume Vaslin  
**ENNOSTUDIO**

Function: Chief Designer / Head of Marketing

Track Record (excerpt):

Bank Cler: Designer @ Cler Zak 2018-19  
Sparda: Chief Designer @ Sparda Teo 2018-2021

Locations: Berlin & Paris

*\*ENNO studio is 50% owned by Finnoconsult and 50% by Guillaume Vaslin*

# Key Facts

- **Umsatz:** 10 Mio. EUR durchschnittlicher Jahresumsatz der letzten 5 Jahre
- **Standorte:** Wien, Berlin, Budapest, Paris, Zürich (in Planung)
- **Team-Size:** 40 Experten (aktuell)
- **Expertenprofile:**

Customer Journey Experts	Creatives / Innovation-Experts	UX-Experts
Strategy Consultants	Product Owners	UI-Designers
Business Analysts	Frontend-Devs	Growth Marketing Hackers

- **Awards:**



International Banking  
Tech Awards '18:  
3<sup>rd</sup> category "Mobile Apps"



Constantinus-Award '18:  
3<sup>rd</sup> category "Mobile Apps"



Handelsblatt  
Diamond Star '18:  
Finalist „Digital Banking“



Capital '20:  
Top-rated FinApps

# Auszug unserer Referenzen



# APPENDIX

# Details zu den Finnoscore Private Banking 2022 Dimensionen



## Webseite

- Umfang
- Usability
- Funktion auf allen Geräten
- User Interface Design
- Barrierefreiheit
- Qualität der Suchfunktion



## Online Marketing

- SEO
- Paid Search



## Attraktivität für potenzielle Kunden

- Zugang von Homepage
- Darstellung der Vorteile Kunde zu werden



## Onlineverkauf / Conversion

- Calls to Action
- Vermögenscheck/ Kundenprofil
- Kundenbewertung möglich
- Produkt-Wizard



## Online-Onboarding

- Erklärung des Prozesses
- Usability



## Preis-Transparenz

- Übersichtlichkeit der Preise
- Konkurrenzvergleich Preis
- Konkurrenzvergleich Service



## Online Services

- Auffindbarkeit
- Funktionsumfang
- Demofunktion
- Angebot Mass-Affluent
- Reporting Portfolio
- Marketresearch



## Social Media & Community

- Social Media Präsenz
- Business Portale
- Reaktionen



## Loyalty & Ökosystem

- Programm(e), Kundenvorteile
- Attraktivität der Programme



## Mobile App(s)

- Auffindbarkeit
- Funktionsumfang
- Kundenbewertungen
- Demofunktion



## Omnichannel - Kommunikation

- Beratung finden Nichtkunde
- Feedbackformular
- Kontaktkanäle



## Innovation und Nachhaltigkeitsagenda

- Sichtbarkeit der Innovation
- Nachhaltigkeitsagenda
- CSR