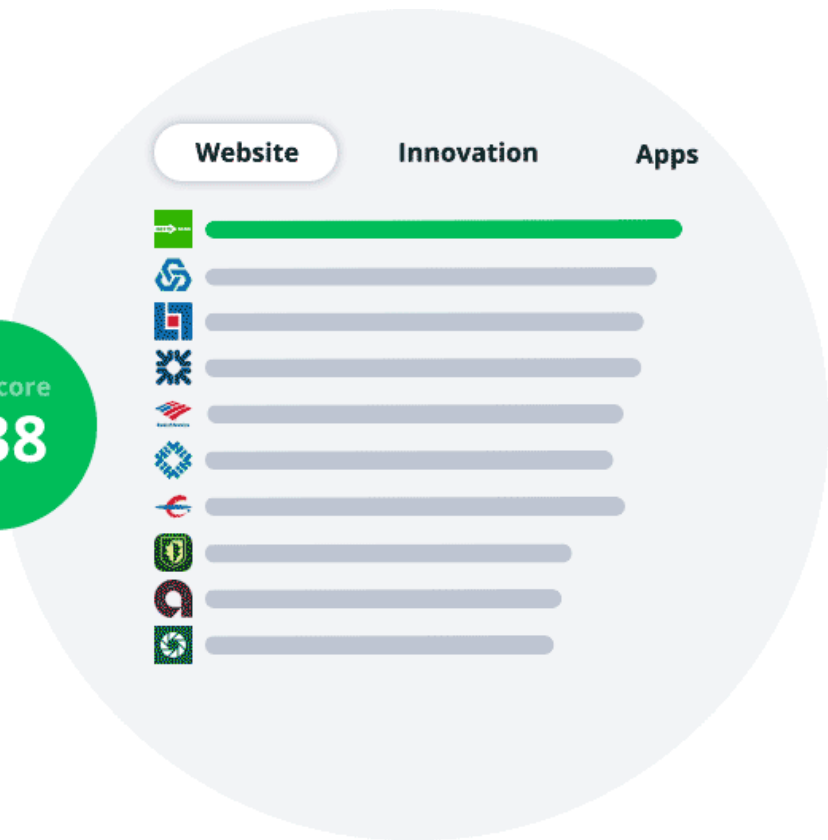


Finnoscore 2020

Der unabhängige Bankenvergleich für Deutschland und Europa.

Top Score
8.38



Wie ist es um die
digitale Kompetenz
der deutschen und
europäischen
Banken bestellt?



Antwort darauf gibt der **Finnoscore 2020**

**Erfahren Sie, wie Neukunden die deutschen und europäischen Banken erleben.
Wer sind die Gewinner, wer sind die Verlierer? Aufsteiger und Absteiger des Jahres?
In welchen Kompetenzbereichen und wie weit liegen Neobanken voran?
Finden Sie es mit dem umfangreichsten europäischen Bankenvergleich heraus.**

Finnoscore

Wir machen die
digitale Kompetenz
von Banken
messbar und
vergleichbar.



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



300 Kriterien in 12 Dimensionen* für eine **objektive Experten-Bewertung**



Jährliche Analyse und Benchmark-Bericht von **200 Banken aus 26 Ländern** in Europa und Nordamerika

Finnoscore

Der unabhängige
Bankenvergleich,
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 Finnoconsult-Team.



Key Findings des Finnoscore 2020

Kundenbeziehungen und ein gutes Online-Onboarding waren ein Fokus der Banken dieses Jahr:



Langfristige Kundenbeziehungen sind wichtiger als je zuvor und Banken nehmen das ernst: **67% der Banken haben ein Kundenbindungsprogramm**, im Vergleich zu 58% in 2019.



Das **Online-Onboarding** hatte ein 2020 eine hohe Priorität für viele Banken, verstärkt durch die Covid-19-Pandemie: **66% der Banken** ermöglichen eine vollständige E2E Online-Kontoeröffnung, im Vergleich zu 55% in 2019.

Diese für Banken strategisch wichtige Bereiche wurden in der Umsetzung vernachlässigt:



Nur bei **24% der Banken** ist die **Homepage auf die Neukundengewinnung ausgerichtet**, obwohl die Gewinnung neuer Kunden für viele Banken ein wichtiges strategisches Ziel ist.



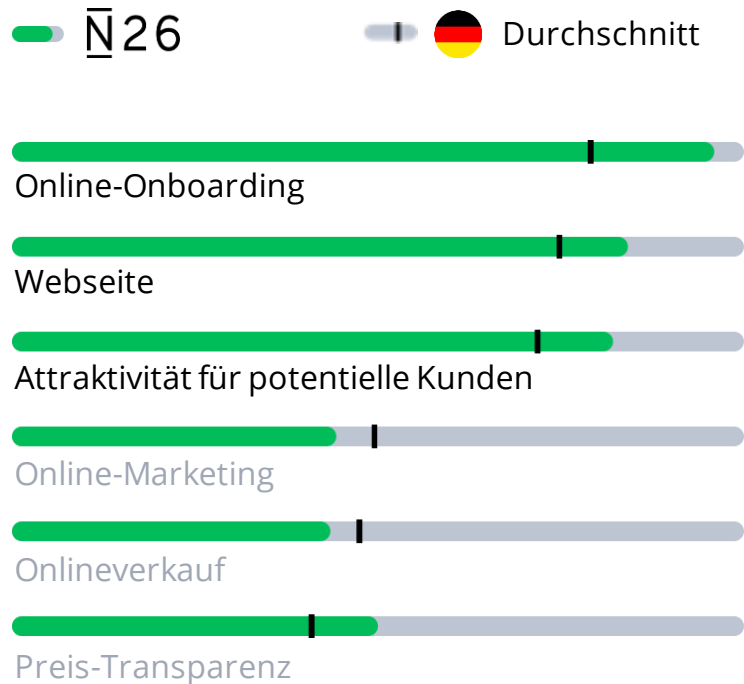
Co-Creation wird oft von Banken als kundenzentrierter Entwicklungsansatz genannt: Allerdings haben nur **7% der Banken eine Plattform**, wo Kunden beispielsweise ihre Verbesserungsvorschläge und Fragen mit der Bank und anderen Nutzern teilen können.



Obwohl viele Banken im Bereich **digitaler Innovation investieren**, machen diese Bemühungen nur **17% der Banken** auch **für ihre Kunden sichtbar**.

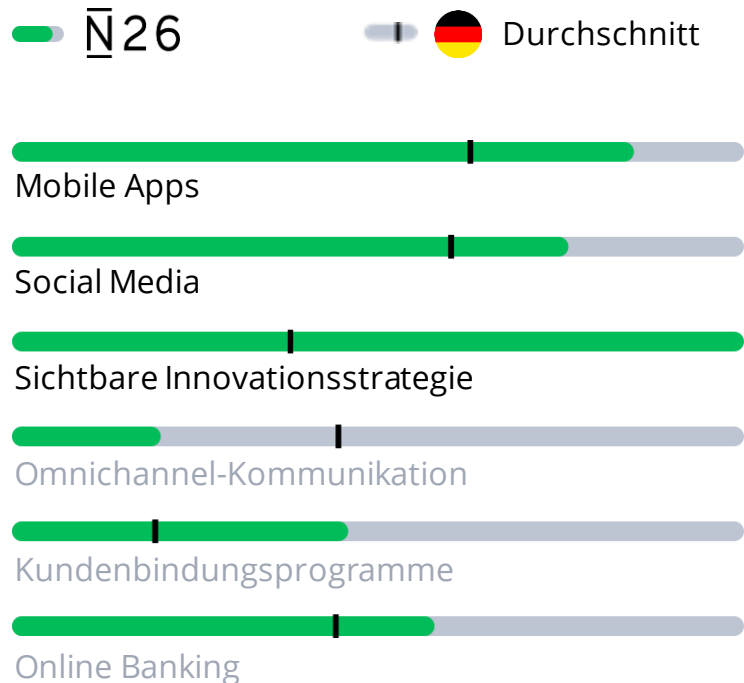
Hier übertreffen die Neobanken die traditionellen Banken (I/II)

- **Online-Onboarding** – Ohne physische Filialen haben Neobanken sich auf einen mühelosen Eröffnungsprozess fokussiert und diesen stark optimiert.
- **Webseite** – Auch dieser Kontaktpunkt mit den Kunden wird sehr ernst genommen. Zielgruppen-gerechtes Design, einfache Webseitenstrukturen und leicht zu findende Informationen überzeugen.
- **Attraktivität für potentielle Kunden** – Den Kunden wird direkt auf der Landingpage ganz klar aufgezeigt, warum sie Kunden werden sollten.



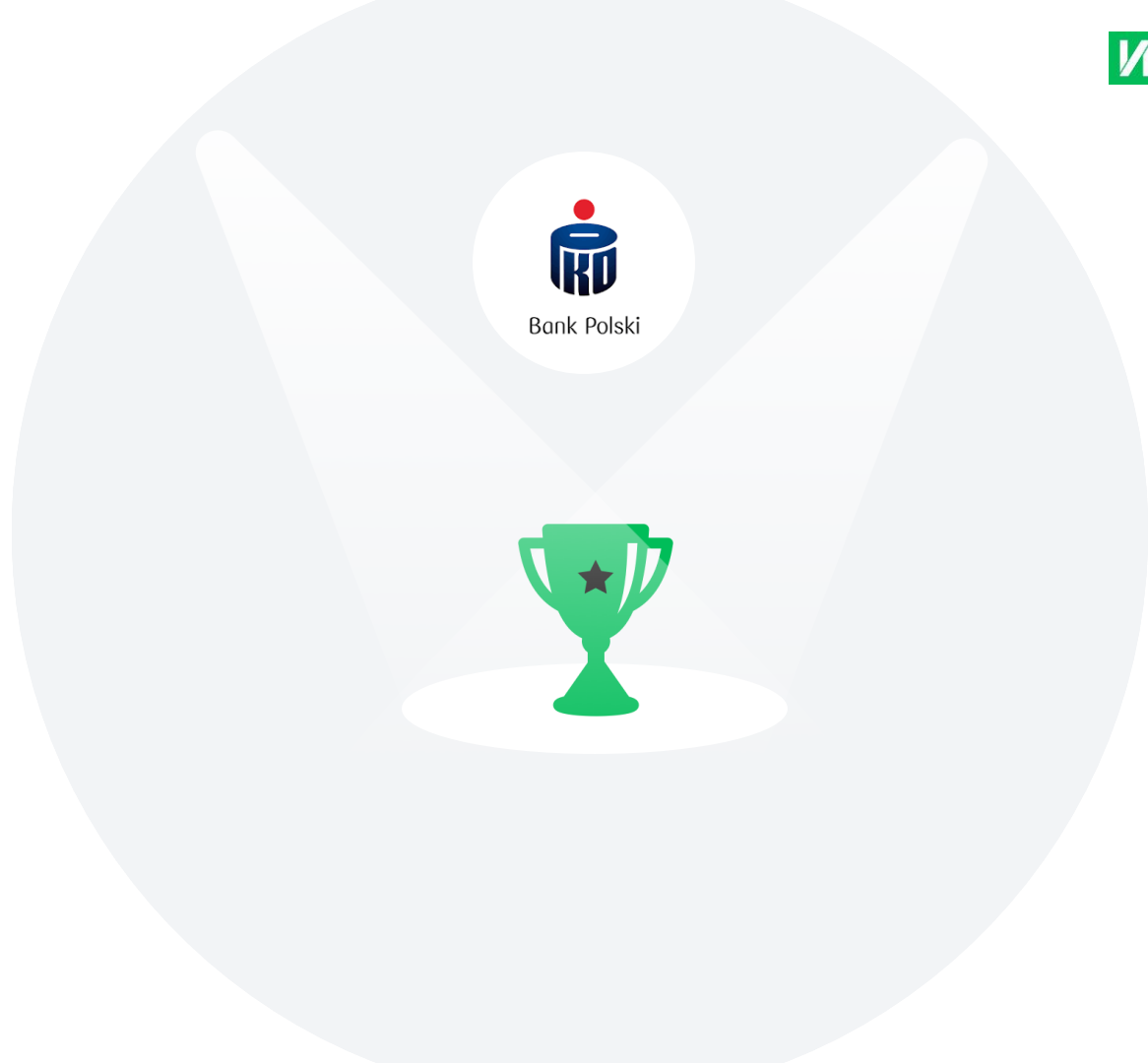
Hier übertreffen die Neobanken die traditionellen Banken (II/II)

- **Mobile Apps** – Ein Fokus liegt hier auf Design und Usability, sowie intuitiven und innovativen Funktionen.
- **Social Media** – Überzeugende Präsenzen auf allen verschiedenen Plattformen werden gepflegt und das Kundenengagement ist eine wichtige Kenngröße.
- **Sichtbare Innovationsstrategie** – Der klare Fokus auf Innovation, die kontinuierlich durchgeführten Verbesserungen und neue, geplante Features werden für die Kunden sichtbar gemacht.








Fiioscore

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



Top 5 Banken international

	Bank	Land	Finnoscore
1	 PKO Bank Polski	Polen	7,39
2	 Slovenska Sporitelna	Slowakei	7,12
3	 Starling Bank	UK	7,08
4	 mBank	Polen	7,04
5	 US Bank	USA	6,99






Die Aufsteiger und Absteiger des Jahres 2020

International

Top 5 Aufsteiger

	Bank	Land	Punkte
1	 ING Bank	Niederlande	+2,89
2	 Axos Bank	USA	+2,69
3	 Slovenska Sporitelna	Slowakei	+1,93
4	 CEC Bank	Rumänien	+1,77
5	 PKO Bank Polski	Polen	+1,72






Top 5 Absteiger

	Bank	Land	Punkte
1	 Unicredit	Rumänien	-1,36
2	 Fidor Bank	Deutschland	-1,28
3	 Raiffeisen Schweiz	Schweiz	-1,25
4	 Credit Mutuel	Frankreich	-1,11
5	 Erste Bank	Serbien	-0,96






Die Aufsteiger und Absteiger des Jahres 2020

D.A.CH.

Top 5 Aufsteiger

	Bank	Land	Punkte
1	 Berliner Volksbank	Deutschland	+1,36
2	 Sparkasse Köln Bonn	Deutschland	+0,84
3	 Frankfurter Volksbank	Deutschland	+0,81
4	 Credit Suisse	Schweiz	+0,72
5	 Walliser Kantonalbank	Schweiz	+0,71

Top 5 Absteiger

	Bank	Land	Punkte
1	 Fidor Bank	Deutschland	-1,28
2	 Raiffeisen Schweiz	Schweiz	-1,25
3	 Raiffeisen NÖW	Österreich	-0,76
4	 ING DiBa	Österreich	-0,72
5	 Noris Bank	Deutschland	-0,68



Wo sich die Top 3 Aufsteiger verbessert haben

Vergleich 2019 zu 2020 (D.A.CH.)



Berliner Volksbank (DE)

- ++ Mobile Apps**
Die App-Bewertungen sind gestiegen, die Funktionsbeschreibung wurde verbessert und man findet die App direkt auf einer Unterseite der Landingpage der Bank.
- ++ Online Banking**
Die Beschreibung der Features wurde verbessert und vervollständigt und eine Demo-Version ist verfügbar.



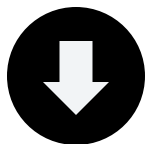
Sparkasse KölnBonn (DE)

- + Onlineverkauf**
Verschiedene Rechner und Wizards wurden entwickelt, die dem Kunden bei der Identifizierung von passenden Produkten helfen.
- +++ Sichtbarkeit der Innovationsstrategie**
Innovative Features wie die Online-Kontoeröffnung und Online-Terminvereinbarung sind prominenter platziert. Verschiedene Auszeichnungen von 2020 werden direkt auf der Hauptseite angezeigt.



Credit Suisse (CH)

- ++ Webseite**
Informationen sind besser auffindbar und das responsive Wedesign sowie die Suchfunktion wurden optimiert.
- + Onlineverkauf**
Es gibt neu einen Sparrechner und eine Vergleichstabelle für Girokonten. Der Immobilienfinanzierungsrechner wurde verbessert.
- ++ Mobile Apps**
Die neu lancierte "CSX" App ist prominent platziert, die Funktionsbeschreibung ist deutlich besser als vorher und die App-Bewertungen sind sehr gut.



Wo die Top 3 Absteiger abgerutscht sind

Vergleich 2019 zu 2020 (D.A.CH.)



Fidor Bank (DE)

- **Attraktivität für potenzielle Kunden**
Es ist weniger klar dargestellt, warum ich Kunde werden sollte und welche Vorteile das bringt.
- **Social Media**
Es wird schlechter und weniger auf Kundenfeedback reagiert.
- **Mobile Apps**
Die App ist nicht mehr auf der Hauptseite zu finden, sondern zwei Klicks entfernt und die App-Bewertungen sind gesunken (von 4 Sternen zu 3,7 im App Store bzw. zu 2,5 Sternen bei Google Play).

RAIFFEISEN

Raiffeisen Schweiz (CH)

- **Attraktivität für potenzielle Kunden**
Auf der Hauptseite gibt es keinen Call-to-Action mehr, Kunde zu werden und man findet nur schwer die Informationen zur Kontoeröffnung und warum ich Kunde werden sollte.
- **Social Media**
Es wird schlechter und weniger auf Kundenfeedback reagiert.
- **Mobile und Online Banking**
Die Auffindbarkeit hat sich verschlechtert und es sind mehrere Klicks nötig, um die Beschreibung der Services zu finden.



Raiffeisenbank NÖ Wien (AT)

- **Attraktivität für potenzielle Kunden**
Die Vorteile Kunde zu sein (z.B. Angebote & Rabatte) werden nicht mehr auf der Hauptseite angezeigt.
- **Preis-Transparenz**
Der Produkt-Konfigurator wurde entfernt.
- **Mobile Apps**
Die Auffindbarkeit und die App-Bewertungen haben sich verschlechtert.
- **Online Banking**
Es lässt sich schwerer finden, da es mehrere Klicks von Hauptseite entfernt ist.

Größte Aufsteiger und Absteiger International

Vergleich 2019 zu 2020



ING Bank (NL)

+++

Online Onboarding:

Nicht-Kunden, die ein Android-Smartphone mit Kamera und NFC haben können nun den Kontoeröffnungsprozess 100% online durchführen. Die mobile Debitkarte können sie sofort nutzen.

+++

Kundenbindung:

Punkte sammeln nicht nur für's Sparen, sondern auch für alle Karten- und Mobile-Banking-Transaktionen. Stärkere Attraktivität, durch verschiedene Angebote und Möglichkeiten Punkte einzulösen.

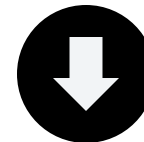
+++

Mobile Apps

Auffindbarkeit wurde verbessert (gleich auf der Homepage zu finden) und mehrere Karten-Management-Features wurden lanciert.



Unicredit Bank (RO)



●●●

Online Onboarding:

Es gibt nur ein Online-Antragformular, welches hauptsächlich auf Datenschutz fokussiert ist. Im Formular findet der Kunde keinerlei Informationen über den weiteren Eröffnungsprozesses.

●

Omnichannel Kommunikation:

Die Qualität der Kommunikation hat sich aus Kundensicht verschlechtert. Selbst bei allgemeinen Themen wurden persönliche Daten des Nutzers abgefragt.

●●●

Kundenbindungsprogramme:

Obwohl sie mehrere Kundenbindungs-Initiativen haben, gibt es keine Übersicht über das gesamte Angebot. Die Chance ist daher hoch, dass die Programme übersehen und nicht genutzt werden.



Mit unserer Hilfe werden Sie selbst zur digitalen Konkurrenz. Kontaktieren Sie uns!



Chris Berger

Co-Founder & Geschäftsführer

Finnconsult

+43 664 8180166 • chrisberger@finnoconsult.at
Rasumofskygasse 26 • 1030 Wien
Österreich



Martin Schachinger

Co-Founder & Geschäftsführer

Finnconsult

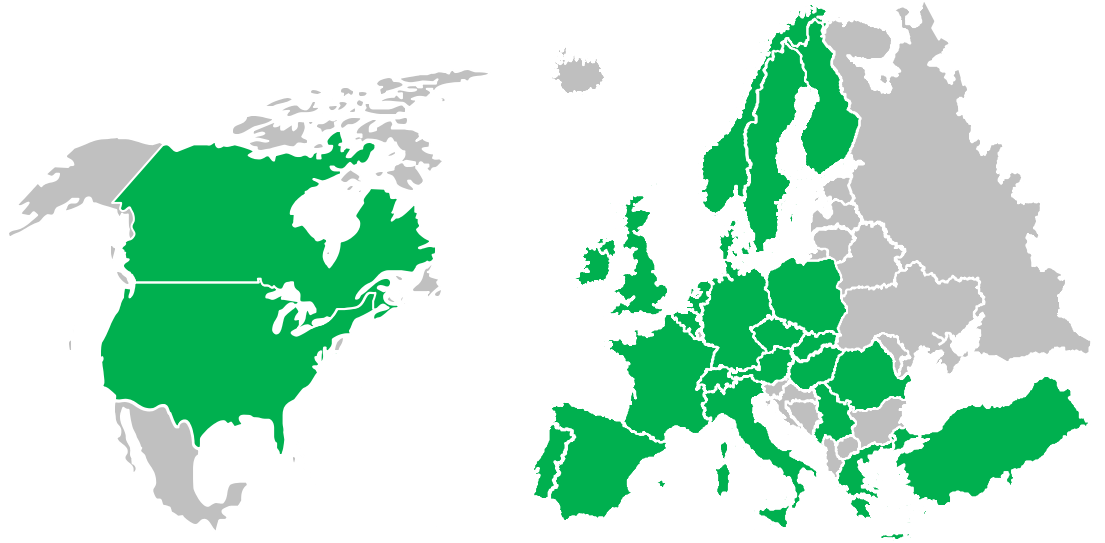
+4366913507690 • martin@finnoconsult.at
Rasumofskygasse 26 • 1030 Wien
Österreich

Anhang



Datenerhebung Finnoscore

- Es wurden 200 Banken in 25 Ländern in Europa und Nordamerika untersucht und anhand von 300 Dimensionen in 12 Kategorien miteinander verglichen.
- Alle herangezogenen Daten sind öffentlich verfügbar und betreffen die sichtbaren Informationen die Banken Neukunden zur Verfügung stellen.
- Zeitraum der Datenerhebung war Januar - Oktober 2020.
- Inklusive der Challenger-Banken N26, Revolut, Monzo, Simple, Bunq, PayPal und Apple Pay.



Kanada, USA, Schweiz, Irland, UK, Portugal, Spanien, Frankreich, Norwegen, Finland, Schweden, Belgien, Niederlande, Dänemark, Deutschland, Österreich, Italien, Serbien, Tschech. Republik, Slowakei, Polen, Ungarn, Rumänien, Griechenland, Türkei

Die 12 Dimensionen des Finnscores



Webseite

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



Onlineverkauf

- Calls to Action
- Onlinerechner
- Vergleich von Produkten
- Kundenbewertung möglich
- Produkt-Wizard
- Abschlussvorgang



Omnichannel - Kommunikation

- Feedbackformular
- Diskussionsforum
- Betreuung finden
- Filiale finden
- Kontaktkanäle
- Schnelligkeit & Antwort Qualität
- Terminvereinbarung



Mobile App(s)

- Auffindbarkeit
- Funktionsumfang
- Kundenbewertungen
- Demofunktion



Online Marketing

- Seiten Signifikanz
- Natürlicher & bezahlter Traffic
- Relevanter Werbetext



Online-Onboarding

- Erklärung des Prozesses
- Einzugebende Daten
- Authentifizierungsprozess



Social Media

- Social Media Präsenz
- Business Portale
- Reaktionen



Online Banking

- Auffindbarkeit
- Funktionsumfang
- Demofunktion



Attraktivität für potenzielle Kunden

- Zugang von Homepage
- Darstellung der Vorteile Kunde zu werden



Preis-Transparenz

- Übersichtlichkeit der Preise
- Konkurrenzvergleich
- Produktkonfigurator



Kundenbindungsprogramme

- Programm(e)
- Attraktivität



Sichtbare Innovationsstrategie

- Innovation Teil der Firmenstrategie
- Darstellung der Innovation für den Kunden