

## Banken und ihre Websites: Verbraucher wollen Einfachheit und Klarheit

**Verbraucher in Deutschland entwickeln bei ihrem Besuch einer Website bereits in den ersten Sekunden einen Gesamteindruck zu einer Marke, wie die Studie Web2Stay des internationalen Marktforschungs- und Beratungsinstituts YouGov zeigt. Dieser Gesamteindruck entscheidet im Wesentlichen auch über das weitere Verhalten eines potenziellen Neukunden. Ein positiver erster Eindruck erhöht die Kaufwahrscheinlichkeit. Laut der YouGov-Studie Site Check können die Banken mit ihrem Internetauftritt grundsätzlich zufrieden sein. Insgesamt ein Drittel (32 Prozent) der befragten Nicht-Kunden ist von der Startseite begeistert, etwa die Hälfte (44 Prozent) bewertet diese mit „gut“. Insgesamt wirken die Startseiten der jeweiligen Websites auf die Mehrzahl der Befragten auf den ersten Eindruck verständlich (79 Prozent). Ebenfalls stimmt der Großteil zu, dass die Startseiten übersichtlich (77 Prozent) und modern (76 Prozent) gestaltet sind. Die DAB Bank macht unter allen untersuchten Homepages besonders deutlich, welche Leistungen und Services angeboten werden. Beim Thema Menü-Übersichtlichkeit und Sympathie kann die ING DiBa bei den Befragten punkten und beim Thema ansprechende Optik schneidet die Consorsbank am besten ab.**

Verbraucher in Deutschland entwickeln bei ihrem Besuch einer Website bereits in den ersten Sekunden einen Gesamteindruck zu einer Marke, wie die Studie Web2Stay des internationalen Marktforschungs- und Beratungsinstituts YouGov zeigt. Dieser Gesamteindruck entscheidet im Wesentlichen auch über das weitere Verhalten eines potenziellen Neukunden. Ein positiver erster Eindruck erhöht die Kaufwahrscheinlichkeit. Laut der YouGov-Studie Site Check können die Banken mit ihrem Internetauftritt grundsätzlich zufrieden sein. Insgesamt ein Drittel (32 Prozent) der befragten Nicht-Kunden ist von der Startseite begeistert, etwa die Hälfte (44 Prozent) bewertet diese mit „gut“.

Insgesamt wirken die Startseiten der jeweiligen Websites auf die Mehrzahl der Befragten auf den ersten Eindruck verständlich (79 Prozent). Ebenfalls stimmt der Großteil zu, dass die Startseiten übersichtlich (77 Prozent) und modern (76 Prozent) gestaltet sind. Die DAB Bank macht unter allen untersuchten Homepages besonders deutlich, welche Leistungen und Services angeboten werden. Beim Thema Menü-Übersichtlichkeit und Sympathie kann die ING DiBa bei den Befragten punkten und beim Thema ansprechende Optik schneidet die Consorsbank am besten ab.

„Durch die zunehmende Internetaktivität der Kunden wachsen die Erwartungen an Design, Gestaltung und Ansprache immer mehr. Der Kundenwunsch nach Einfachheit und Klarheit in der Gestaltung ist dabei weiter gestiegen. Zusätzlich lässt sich der Kundennutzen durch schnelle und eindeutige Antworten auf die typischen Fragen erzeugen“ kommentiert Dr. Oliver Gaedeke, Vorstand und Leiter der Finanzmarktforschung bei YouGov, die zentralen Ergebnisse.

Neben den oben genannten Kriterien wurden in der Studie ebenfalls das Auffinden von Kontaktmöglichkeiten sowie Unterseiten zu einzelnen Produkten untersucht. Hier sind die untersuchten Internetauftritte von Banken ebenfalls recht gut aufgestellt. Die Mehrheit der Befragten (77 Prozent) bewertet die Möglichkeit, auf der Website Kontaktmöglichkeiten zum Unternehmen zu finden, über alle sechs untersuchten Banken mit „ausgezeichnet“ bis „gut“. Aber nicht alle Internetauftritte von Banken erreichen tatsächlich diese Top-Werte, sodass insgesamt jeder zehnte Besucher gar keine Kontaktmöglichkeiten gefunden hat. „In Laboruntersuchungen haben wir festgestellt, dass eine Steigerung der Interaktion mit den Inhalten einer Website sehr wohl durch die Gestaltung beeinflusst werden kann“ so Dr. Gaedeke. „Hierdurch werden Markenbotschaften prägnanter und wirksamer.“

Bei einer allgemeinen Betrachtung der gesamten Website liegen DAB Bank (82 Prozent „ausgezeichnet“ bis „gut“) und ING DiBa (78 Prozent „ausgezeichnet“ bis „gut“) über alle untersuchten Websites bei den Befragten vorn.

Der YouGov SiteCheck ist ein Website-Test und liefert Versicherungsgesellschaften, Banken/ Sparkassen, Finanzdienstleistern und Krankenkassen wie auch anderen Branchen wertvolle Insights und valide Gestaltungsimpulse im Benchmark. In einem quasi-experimentellen Design wurden insgesamt 1012 Nicht-Kunden (Prospects) zu Einstiegs- und spezifischen Produktseiten geschickt und anschließend um eine Evaluation gebeten. Im Zeitraum von 13.02. bis 18.02.2015 wurden folgende sechs Banken untersucht: comdirect, Consorsbank, DAB Bank, ING DiBa, Santander und Volkswagen Financial Services.

**Pressekontakt:**

Nikolas Buckstegen  
- Manager PR -  
Telefon: 0221 / 420 61 - 444  
E-Mail: [presse@yougov.de](mailto:presse@yougov.de)

**Kontakt zur Studienleitung:**

Dennis Bargende  
- Senior Consultant -  
Telefon: 0221 / 420 61 - 437  
E-Mail: [dennis.bargende@yougov.de](mailto:dennis.bargende@yougov.de)

**Unternehmen:**

YouGov Deutschland AG  
Gustav - Heinemann - Ufer 72  
50968 Köln

**Über YouGov:**

Im Jahr 2000 in London gegründet, ist YouGov mittlerweile mit mehr als 20 Standorten in Europa, den USA, im Nahen Osten, Afrika und Asien vertreten. YouGov gilt als Pionier in der Online-Marktforschung und gehört nach Angaben der renommierten American Marketing Association zu den Top 25 Marktforschungsunternehmen der Welt.

