
Das Konto auf dem Surfbrett

update beauftragte INTERFACE CONSULT, Websites verschiedener Banken unter die Lupe zu nehmen.

Das Ergebnis: Gute User Experience bis zum Vertragsabschluss auf der einen Seite, wenig brauchbare Marketingtexte auf der anderen.

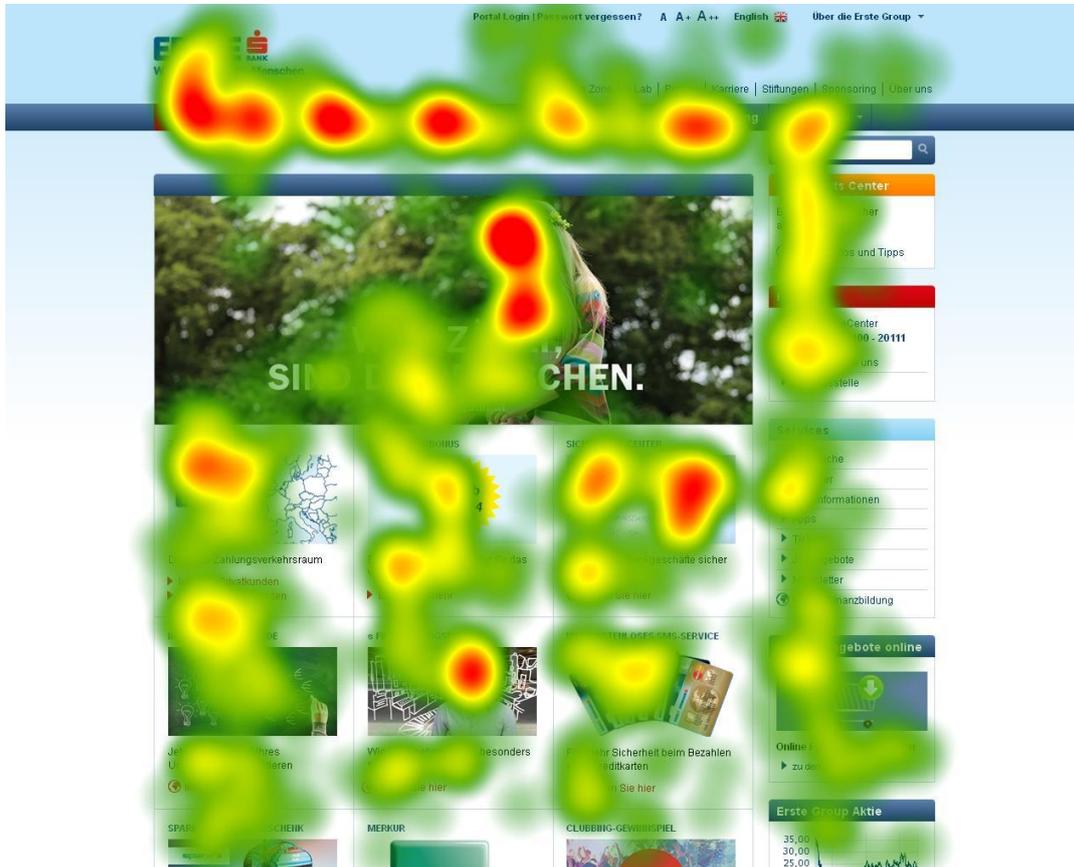
Autor: Dr. Martina Manhartsberger
Status: August 2014

Über Interface Consult GmbH

Interface Consult GmbH ist ein Dienstleistungsunternehmen, das sich auf Usability und User Experience spezialisiert hat. Seit 20 Jahren designen wir Anwendungen, testen Usability und machen Produkte benutzerfreundlich.



www.sparkasse.at/erstebank/



Gesamtbewertung: 

Eye-Tracking: Die Navigationseinträge erhalten ausreichend Aufmerksamkeit. Das Gesicht im Banner zieht Aufmerksamkeit ab. Erwartungsgemäß sind von den Teasern im Mittelteil der Seite die oberen eher im Blickfeld als jene weiter unten, besonders wenn scrollen dazu notwendig ist.

Allgemein: Die Site präsentiert sich mit sehr viel Inhalt. Die Hauptnavigation ist relativ überladen, aber durch die, bei vielen Banken übliche Strukturierung in „Privatkunden“ und „Firmenkunden“ kann ein User rasch zu den für ihn bestimmten Informationen, wie z.B. Informationen über Konto und Kontoeröffnung gelangen.

Kontoinformationen:

Die Kontodetails sind leicht zu finden. Zunächst wirkt eine Unterteilung in „modernstes Banking“ und „Girokonten“ verwirrend, bei genauerem Studium wird aber klar, dass

„modernes Banking“ ev. einen Überbegriff oder einfach einen Werbeslogan darstellen soll was hier ein Strukturproblem darstellt.

Zu den Kontokonditionen sind die meisten Details (z.B. Zinsen) vorhanden und leicht zu finden. Eine Möglichkeit, die Konten zu vergleichen, existiert nicht.

Vertragsabschluss:

Es besteht die Möglichkeit, ein Konto mithilfe eines Wizards Schritt für Schritt vollständig online zu eröffnen. Auf eine gute Benutzerführung wurde hierbei Wert gelegt.

Mobil:

Die Nutzbarkeit für Mobilgeräte wird durch responsive Design gewährleistet. Der User ist aber leider dazu gezwungen viel zu scrollen.

Fazit:

Eine gute User Experience ist gewährleistet.



www.bawagpsk.com



Gesamtbewertung: ★★☆☆☆

Eye-Tracking: Die Aufmerksamkeit ist etwas zerrissen zwischen den drei Hauptnavigationen und dem Wizard-Einstieg mit der Frage „Was können wir für Sie tun?“, offensichtlich ist nicht sofort klar, was als erster Klick hier gewählt werden sollte.

Allgemein:

Als Haupt-Navigation wird ein Wizard-Prozess verwendet, was untypisch und umständlich ist. Der User muss zunächst Fragen beantworten wie „Was können wir für Sie tun“. Der Prozess ist nicht User- sondern Produkt-orientiert. Die Wizard-Funktion ist mit einer normalen Navigation vermischt, dadurch kommt es zu Problemen bei der Informationssuche.

Kontoinformationen:

Die Produkte können miteinander verglichen werden und es sind ausreichend Informationen (z.B. über Zinsen) vorhanden. Das Studentenkonto ist auf der zweiten Seite eines Slide-Menüs versteckt.



Vertragsabschluss:

Beim Online-Abschluss ist während des Prozesses nicht klar, was das Ergebnis sein wird – z.B. ob ein sofortiger Abschluss möglich sein wird. Letztlich bekommt der User aber nur ein PDF mit dem Antrag und den Hinweis, dass man in die Filiale gehen soll. Alternativ gibt es eine Rückrufoption, allerdings ohne Hinweis, wann man und ob man wirklich angerufen wird.

Mobil:

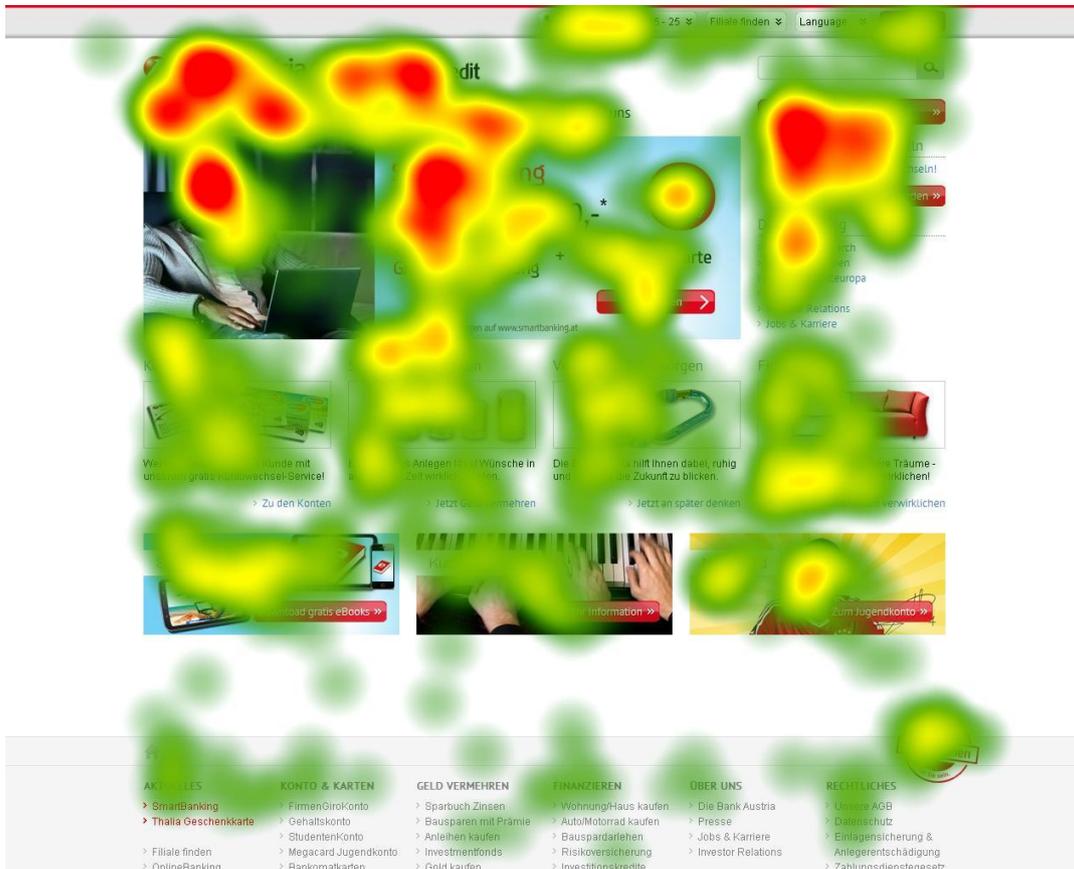
Aufgrund des responsive Designs der Seite bleibt diese mobil einwandfrei nutzbar.

Fazit:

Informative und umfangreiche Seite mit ein paar kleineren Hürden.



www.bankaustria.at



Gesamtbewertung: ★★★★★

Eye-Tracking: Die Hauptnavigation bekommt ausreichend Aufmerksamkeit. Der Banner für Werbung für ein Kontoprodukt spielt ebenfalls eine wichtige Rolle, einerseits, weil „Kontoinformationen einholen“ ein wichtiger Use Case ist und andererseits groß und deutlich von „0.- Euro“ und „gratis“ die Rede ist.

Allgemein:

Über eine gute Navigation sowie einen Direktlink gelangt man schnell zur Kontoübersicht. Die Seite besticht durch einen übersichtlichen Aufbau, die Schrift ist leider teilweise zu klein geraten.

Kontoinformationen:

Die Produkte werden in einer Tabelle zum Vergleich präsentiert. Die Kontodetails sind leider auf mehrere Seiten verteilt und Informationen über Zinsen sind in einem PDF ganz unten versteckt.



Vertragsabschluss:

Der „Call-to-action“ wird durch einen Button „Kunde werden“ repräsentiert, der den User aus dem Kontext reißt und zu einem ganz allgemeinen Kontaktformular führt, das nicht vorausgefüllt ist. Der User muss hier eine Textnachricht formulieren, wenn er weitere Informationen über ein Konto einholen möchte.

Mobil:

Es steht eine gut gelungene, einwandfrei nutzbare Mobilversion der Seite zur Verfügung.

Fazit:

Gut nutzbare Seite mit Verbesserungspotenzial im Informationsbereich und Workflow.



www.raiffeisen.at



Gesamtbewertung: 

Eye-Tracking: Die Aufmerksamkeit ist gut verteilt und sinkt erwartungsgemäß von oben nach unten. Die Schnelleinstiege werden deutlich wahrgenommen, obwohl Inhalte auf der rechten Seite oft ignoriert werden. Hier ist aber deutlich, dass es sich nicht um Werbung handelt.

Allgemein:

Die Seite ist gut strukturiert und die Hauptnavigation gut usable. Der Begriff „Mein Konto“ unter „Konto und Karten“ ist für Neukunden ev. etwas missverständlich.

Kontoinformationen:

Es gibt keine Informationen über angebotene Produkte, stattdessen viel Marketingtext, der allgemeine Vorteile eines Kontos beschreibt, wie z.B., dass Daueraufträge möglich sind – ein Text, der für die Zielgruppe Internet nicht gerade optimiert wirkt. Für jegliche Details muss sich der User mit der Bank direkt in Verbindung setzen. Außer einem Button der zu einem Kontaktformular führt wird der Kunde hier im Regen stehen gelassen.



Vertragsabschluss:

Ein Vertragsabschluss kann ausschließlich vor Ort in einer Filiale durchgeführt werden. Da die Website keine Informationen zu den Kontoprodukten enthält, ist es dem Kunden auch nicht möglich sich vorab zu informieren und vorzubereiten.

Mobil:

Es steht eine Mobilversion der Seite zur Verfügung, welche sich allerdings von der normalen Website unterscheidet und nur die wichtigsten mobilen Use Cases („Banken-Suche“, „SperrHotline“ u.ä.) beinhaltet. Durch einen Link ist die Vollversion der Seite erreichbar, welche leider nicht für Mobilgeräte optimiert ist.

Fazit:

Kaum brauchbar, um sich über Produkte zu informieren. Wer sich für ein Konto interessiert muss eine Bankfiliale aufsuchen.

Kontakt

Dr. Martina Manhartsberger
Interface Consult GmbH
mm@usability.at
<http://www.usability.at>

Tel. + 43 1 204 86 50
Fax + 43 1 204 86 50 - 18
Praterstraße 33/12
1020 Wien

