

Untersuchungsbericht

„Transparenz der Information für interessierte Verbraucher bei Internetauftritten“

Fragestellung, Methode, Auswertung

Eine Untersuchung in Kooperation mit



ServiceValue GmbH

Köln, Februar 2017

Inhalt

Fragestellung.....	3
Prüfverfahren und -katalog.....	4
Ergebnisse nach Branchen.....	10
Ergebnisse nach Einzelunternehmen.....	16

Fragestellung

Die Suche nach Produkten und Dienstleistungen führt viele Menschen heute zuallererst ins Internet. Statt sich an Öffnungszeiten zu halten oder Termine zu vereinbaren oder das Haus zu verlassen, kann ein jeder online sofort und bequem, quasi mit einem Klick, zielsicher bestimmte Informationen erhalten. Dabei sollte jedoch nicht übersehen werden, dass jeder Interessent im world wide web mitnichten anonym unterwegs ist, sondern Spuren hinterlässt und damit auch seine kommunikative Handlung nachvollziehbar wird.

Während jedoch die Unternehmen als Seitenanbieter im Internet ihre Nutzer oftmals besser kennenlernen, als diese es vermuten, bleiben den Nutzern wichtige Informationen über ihre Informations- und Kommunikationsadressaten auf Unternehmensseite oft verborgen. Dieses Ungleichgewicht wird größer, je mehr vertrauliche Daten Nutzer für die Inanspruchnahme der jeweiligen Information zu Produkten und Diensten abgeben (müssen), und je weniger transparent sich das Unternehmen selbst und in der Verwertung dieser Daten darstellt. In dieser Untersuchung wird der Informationspraxis unterschiedlicher Anbieter aus unterschiedlichen Branchen hinsichtlich der Transparenz für den Verbraucher nachgegangen.

Aus Sicht potentieller Kundinnen und Kunden stellt die Transparenz eine *conditio sine qua non* dar, um prüfen zu können, wie der Seitenanbieter sich selbst darstellt, seine Leistungen und Nutzungsbedingungen, aber auch die beabsichtigte Verwendung von Kundendaten und Cookies darlegt: Können Nutzer jederzeit erkennen, wer für die Seite verantwortlich ist? Wie einfach und unmittelbar ist die Kontaktaufnahme zu dem Unternehmen? Wird klar kommuniziert, welche personenbezogenen Daten vom Nutzer erhoben werden sollen und welchen Einfluss er darauf hat? Gibt es Hinweise darauf, was von Unternehmensseite für die Datensicherheit getan wird und was jeder Nutzer selbst dafür tun kann?

Auf diese und mehr Fragen zur Transparenz bei Verbraucherinformationen werden in dieser Untersuchung Webseiten getestet, für deren Nutzung Interessenten und ggf. potenzielle Kunden in der Regel eine gewisse Anzahl von vertraulichen Daten abgeben müssen: Soziale Netzwerke und Bewertungsportale, aber auch Banken, Versicherer, Finanzdienstleister und Fondsgesellschaften.

Alle getesteten Webseiten präsentieren sich – teilweise nicht nur – am deutschen Markt und haben also zumindest auf den Startseiten deutschsprachige Ansprachen und Informationen. Führen Links im Verlauf nur zu fremdsprachigen Texten, wird die Seite dennoch bewertet. Für ein deutschsprachiges Publikum ist Transparenz allerdings kaum gegeben, wenn wichtige Informationen ausschließlich in einer Fremdsprache zugänglich sind.

Nicht Gegenstand der Untersuchung sind weiterführende rechtliche und qualitative Bewertungen von Datenschutzrichtlinien und Nutzungsbedingungen. Auch kann aus der Perspektive eines Interessenten oder eines potenziellen Kunden nicht überprüft werden, inwieweit die Anbieter Ihren Erklärungen tatsächlich nachkommen.

Prüfverfahren und -katalog

Getestet werden die Internetauftritte (Webseiten) von 134 Anbieter / Unternehmen aus sieben Branchen: Soziale Netzwerke (15), Bewertungsportale (21), Banken (34), Versicherer (18), Direktversicherer (11), Finanzdienstleister (25) und Fondsgesellschaften (10).

Die Prüfung zur Transparenz bei Verbraucherinformationen für interessierte Verbraucher erfolgt unabhängig und ohne Mitwirkung der untersuchten Unternehmen im Sinne einer Desk Research. Der Prüfkatalog ist unterteilt nach zehn Hauptkriterien:

1. Impressum / Anbieterkennzeichnung
2. Mindestmaß an juristisch relevanten Angaben im Impressum
3. Kontakt
4. Datenschutzerklärung
5. Personenbezogene Daten
6. Nutzungsbedingungen
7. Cookies
8. Suchfunktion
9. Seitenprogrammierung
10. Angabe zum Mindestalter

Mit Ausnahme von 8. und 10. werden alle Hauptkriterien bei allen Branchen berücksichtigt. Suchfunktion (8.) dagegen wird nicht hinterfragt bei sozialen Netzwerken und Bewertungsportalen, Angabe zum Mindestalter (10.) hingegen nur für diese beiden Branchen.

Die einzelnen Hauptkriterien setzen sich zumeist aus mehreren Teilkriterien zusammen.

I. Bei „**Impressum / Anbieterkennzeichnung**“ werden folgende Anforderungen überprüft:

- Die Rubrik „Impressum“ / „Anbieterkennzeichnung“ findet sich auf der Startseite.
- Der Seitenanbieter (im Impressum oder an anderer Stelle) wird genannt. *Existiert keine Rubrik „Impressum“ oder „Anbieterkennzeichnung“ auf der zu prüfenden Webseite, so kann doch an anderer Stelle noch eine Nennung des Seitenanbieters auftauchen. Ist eine solche Nennung auffindbar (etwa unter Datenschutz, Nutzungshinweise oder Kontakt), so wird an dieser Stelle positiv gewertet.*

2. Ist ein Impressum oder eine Anbieterkennzeichnung vorhanden, so wird weiter geprüft, inwiefern ein **Mindestmaß an juristisch relevanten Angaben im Impressum** erfüllt ist. Auf Vollständigkeit der Anbieterkennzeichnung wird auch dann geprüft, wenn eine Rubrik „Impressum“ oder „Anbieterkennzeichnung“ nicht besteht, der Seitenanbieter aber anderweitig zu finden ist. Ein Mindestmaß ist erfüllt, wenn folgende Angaben gemacht werden:

- Name und Anschrift, unter der das Unternehmen niedergelassen ist. *Dabei ist es nicht ausreichend, wenn lediglich ein Postfach oder eine Zweigniederlassung genannt wird.*
- Bei juristischen Personen zusätzlich die Rechtsform,
- ein Vertretungsberechtigter,
- die Möglichkeit zu schneller elektronischer Kontaktaufnahme,

- Angaben zur zuständigen Aufsichtsbehörde, soweit der Dienst im Rahmen einer Tätigkeit angeboten oder erbracht wird, die der behördlichen Zulassung bedarf. *Dieses Teilkriterium wird folglich nicht bei Sozialen Netzwerken und Bewertungsportalen abgefragt.*
- Handelsregister, Vereinsregister, Partnerschaftsregister oder Genossenschaftsregister inklusive Registernummer
- Umsatzsteueridentifikationsnummer oder Wirtschaftsidentifikationsnummer

3. Bei „**Kontakt**“ wird geprüft, inwieweit Interessenten oder potenzielle Kundinnen und Kunden anhand der Webseite die Möglichkeit haben, mit dem Unternehmen in Kontakt zu treten. Anforderungen für die desbezügliche Überprüfung sind:

- Eine Angabe von Kontaktdaten an leicht auffindbarer Stelle ist vorhanden. *Um dieses Kriterium zu erfüllen, muss eine Kontaktangabe nach einem eindeutigen Hinweis auf der Startseite in maximal 2 Klicks zu erreichen sein. Dabei müssen die Kontaktdaten eindeutig als solche gekennzeichnet sein; ein bloßer Hinweis auf eine Hilfs- oder Servicefunktion oder eine Adresse in der Fußzeile erfüllen diese Anforderung nicht. Ebenso wenig reicht eine Angabe im Impressum. Die Kontaktdaten müssen zudem allgemein gehalten und nicht auf ein besonderes Anliegen (Schlichtung, Datenschutz) begrenzt sein.*
- Eine leicht auffindbare Möglichkeit zur elektronischen Kontaktaufnahme per Mailadresse oder Kontaktformular ist vorhanden; *thematisch offen und nicht auf wenige, konkrete Belange beschränkt.*
- Eine postalische Kontaktadresse in Deutschland ist vorhanden. *Bei diesem und folgendem Kriterium wird auch dann positiv bewertet, wenn der Kontakt über eine Filial- oder Beratersuche auffindbar ist.*
- Eine Möglichkeit zur telefonischen Kontaktaufnahme unter deutscher Vorwahl ist vorhanden.
- Die Kosten von allen telefonischen Kontakten sind deutlich angegeben.
- Die Telefonkosten sind angemessen. *Als angemessen werden Kosten definiert, die bei höchstens 14 Cent/Minute liegen; ebenso gilt das Kriterium als erfüllt, wenn eine deutsche Festnetznummer vorliegt oder auf einen Ortstarif verwiesen wird.*
- Es gibt eine Einladung zur Kontaktaufnahme. *Diese auffordernde Einladung muss leicht auffindbar auf der Startseite oder unter „Kontakt“ sein.*
- Eine deutlich und eindeutig gekennzeichnete Beschwerdemöglichkeit ist vorhanden. *Um dieses Kriterium zu erfüllen, muss eine allgemeine Beschwerdemöglichkeit oder die Möglichkeit, Probleme zu melden oder Kritik zu äußern, gegeben sein. Diese Möglichkeit muss eindeutig als solche, mindestens aber als „Feedback“ gekennzeichnet sein. Nicht ausreichend an dieser Stelle sind Hinweise auf Kontakt oder Kundenservice sowie Beschwerdemöglichkeiten, die thematisch oder inhaltlich beschränkt sind – etwa auf Kontakt zu Ombudsstellen oder Datenschutzbeauftragten.*

All diese anbieterseitigen Angaben – mit Ausnahme der Beschwerdeoption - haben unter der Rubrik „Kontakt“ zu laufen. Ein Kontakt in einer Rubrik „Hilfe“ oder „Service“ erfüllt die hier genannten Anforderungen nicht hinreichend, da in einem solchen Falle im Sinne des Prüfverfahrens keine ausreichende Transparenz vorliegt.

4. Bei „**Datenschutzerklärung**“ wird geprüft, inwiefern sich Verbraucherinnen und Verbraucher auf der Webseite über den Umgang des Unternehmens mit Themen, die den Datenschutz betreffen, informieren können. Kriterien für die desbezügliche Überprüfung sind:

- Eine Datenschutzerklärung ist leicht auffindbar. *Dieses Kriterium ist erfüllt, wenn über eine auf der Startseite deutlich als Datenschutzerklärung gekennzeichnete Schaltfläche eben diese Erklärung in maximal zwei Klicks erreichbar ist. Schaltflächen wie etwa „Privatsphäre“, „Sicherheits-Center“, „rechtliche Hinweise“ oder anderssprachige Umschreibungen sowie Datenschutzerklärungen unter „Impressum“, „AGB“, „Nutzungsbedingungen“, „Kontakt“ oder „Service“ erfüllen nach der hier angewandten Definition nicht den Aspekt „leicht auffindbar“. Finden sich Angaben zum Datenschutz an einer solchen Stelle, werden die folgenden Aspekte jedoch trotzdem bewertet.*
- Die Gültigkeit von Datenschutzerklärung und Nutzungsbedingungen ist gegeben. *Hier wird überprüft, ob die dem Verbraucher zugängliche deutsche Fassung als geltend zu betrachten ist, oder ob sie im Zweifelsfalle einer anderen, fremdsprachigen Vorlage unterliegt. Liegen Datenschutzerklärung und / oder Nutzungsbedingungen nicht in deutscher Sprache vor, wird auch nicht positiv bewertet.*
- Die Datenschutzerklärung ist in allgemein verständlicher Form und Sprache. *Eine für jeden Nutzer relevante Erklärung sollte weder in einer Fremd- noch in einer komplizierten Fachsprache abgefasst sein.*
- Die Datenschutzerklärung ist in gut lesbarem Layout. *Bewertet wird der Gesamteindruck aus Schriftgröße, Kontrast, Zeilenabständen, Textgliederung usw. Als erschwerend für die Lesbarkeit wird z.B. bereits bewertet, wenn weite Teile der Erklärung ausschließlich in Großbuchstaben geschrieben sind.*
- Es gibt einen Hinweis auf die Verfügbarkeit eines Datenschutzbeauftragten.
- Es gibt Informationen über sämtliche einschlägige Verhaltenskodizes hinsichtlich Datenschutzthemen, denen sich das Unternehmen unterwirft. Ebenso gibt es Zugang, zu diesen Regelwerken.
- Es gibt Kontaktmöglichkeiten zu Datenschutzthemen. *Positiv bewertet wird, wenn an einschlägiger Stelle (z.B. in der Datenschutzerklärung, ferner auch unter „Impressum“ oder „Kontakt“) eine Kontaktmöglichkeit hinsichtlich Datenschutzthemen besteht. Dies muss nicht unbedingt ein Datenschutzbeauftragter sein.*
- Hinweise zu vom Anbieter ergriffenen Sicherheitsmaßnahmen / Verschlüsselungstechniken bezüglich der Datenverarbeitung sind vorhanden.
- Es gibt Tipps zu sicherem Nutzungsverhalten. *An dieser Stelle wird geprüft, ob der Seitenanbieter seinen Nutzern Sicherheitshinweise hinsichtlich des eigenen Nutzungsverhaltens zur Verfügung stellt. Diese Sicherheitshinweise müssen sich unter „Nutzungsbedingungen“, „Datenschutz“ oder „Sicherheit“ befinden bzw. von dort aus verlinkt sein.*
- Die verantwortliche Stelle für die Datenverarbeitung ist deutlich erkennbar und wird auch als solche bezeichnet. *Deutlich erkennbar ist diese Angabe auch, wenn sie in einem Öffentlichen Verzeichnisse zu finden ist.*

5. Bei „**Personenbezogene Daten**“ wird überprüft, inwiefern sich Seitennutzer über die Verwendung ihrer personenbezogenen Daten und ihre desbezüglichen Rechte informieren können. Die Teilkriterien für die desbezügliche Überprüfung sind eindeutig:

- Nutzer werden eindeutig und allgemein verständlich über die beabsichtigte Verwendung ihrer personenbezogenen Daten informiert.
- Nutzer werden eindeutig und sprachlich angemessen über ihre desbezüglichen Einfluss- bzw. Wahlmöglichkeiten informiert.
- Es gibt einen Hinweis auf die Möglichkeit, gespeicherte personenbezogene Daten für bestimmte Zwecke (Werbung, Markt- oder Meinungsforschung) sperren zu lassen.
- Es gibt einen Hinweis auf die Möglichkeit, gespeicherte personenbezogene Daten zu löschen oder zu ändern.
- Es gibt einen Hinweis auf die Möglichkeit, als Nutzer vollständige und unentgeltliche Auskunft über alle die eigene Person betreffenden gespeicherten personenbezogenen Daten (Umfang, Zwecke, weitere Empfänger) zu erhalten.

6. Bei „**Nutzungsbedingungen**“ wird geprüft, inwiefern sich der Verbraucher auf der Webseite über die Nutzungsbedingungen informieren kann. Bezug genommen wird hierbei nicht auf speziell produktbezogene AGBs, sondern auf Nutzungsbedingungen für die Webseite bzw. den unmittelbar darauf angebotenen Dienst. Kriterien für die desbezügliche Überprüfung sind:

- Die Nutzungsbedingungen sind leicht auffindbar. *Dieses Kriterium ist erfüllt, wenn die betreffenden Informationen über einen deutlich als „AGB“ oder „Nutzungsbedingungen“ gekennzeichneten Hinweis auf der Startseite in maximal zwei Klicks abrufbar sind. Andere Bezeichnungen wie „rechtliche Hinweise“ oder anderssprachige Umschreibungen sowie Informationen, die unter „Impressum“ oder „Datenschutz“ zu finden sind, sind nach der hier angewandten Definition nicht leicht auffindbar. Sind die AGB bzw. Nutzungsbedingungen an anderer Stelle aufzufinden, werden die zwei folgenden Kriterien ebenfalls geprüft.*
- Die Nutzungsbedingungen sind in allgemein verständlicher Form und Sprache. *Hier und beim folgenden Teilkriterium gilt, was bereits für die entsprechenden Punkte unter „Datenschutzerklärung“ beschrieben ist.*
- Die Nutzungsbedingungen sind in gut lesbarem Layout.

7. Bei „**Cookies**“ wird geprüft, ob bzw. in welcher Form die Anbieter über ihre Verwendung von Cookies sowie die Möglichkeiten der Nutzerinnen und Nutzer, Cookies abzulehnen, aufklären. Teilkriterien für die desbezügliche Überprüfung sind:

- **Opt-In:** Einholung einer informierten Einwilligung der Nutzer für die Nutzung von Cookies, die auf den im Einzelfall verfolgten Zweck abstellt. *Dieses Kriterium ist erfüllt, wenn das Zulassen oder Ablehnen von (bestimmten) Cookies Voraussetzung zur Nutzung der Webseite ist. Konkret bedeutet das, dass nach Aufruf der Webseite ein Fenster erscheint, das über Cookies informiert und das eine Seitennutzung verhindert, falls keine Entscheidung für oder gegen (bestimmte) Cookies getroffen wird.*
- **Opt-Out:** Vorhandensein von Wahl- oder Einflussmöglichkeiten zur nachträglichen Verweigerung einer Nutzung bestimmter Cookies. *Hier wird überprüft, ob auf der Webseite Hinweise (etwa auf die Browsereinstellung), Anleitungen, Links oder Buttons zu finden sind, die den Einsatz bestimmter Cookies und Web Tracking Tools erläutern und nachträglich einen Widerspruch gegen ihre Nutzung ermöglichen. Wird anbieterseitig nach eigenen Angaben von vornherein auf Cookies verzichtet, entspricht dies stets einer positiven Bewertung.*

8. Bei „**Suchfunktion**“ wird nach dem Vorhandensein einer Seiten-eigenen allgemeinen Suchfunktion geprüft. *Mit Hilfe der Suchfunktion sollten potenzielle Kundinnen und Kunden nicht nur konkrete Produkt- oder Leistungsangebote des Anbieters finden können, sondern auch webseitenbezogene Inhalte wie etwa Informationen zu Datenschutz oder Nutzungsbedingungen auffinden können.* (Dieses Hauptkriterium wird bei Sozialen Netzwerken und Bewertungsportalen nicht überprüft.)

9. Für sich betrachtet und bewertet wird auch die Qualität der **Seitenprogrammierung**. *Dabei ist im Sinne einer ganzheitlichen und vollständigen Erfassung seitens des Verbrauchers folgende Fragestellung relevant: Ist die Seite so fixiert, dass Seitenanfang und -ende jederzeit erreichbar und lesbar sind?*

10. Bei der Bewertung von Sozialen Netzwerken und Bewertungsportalen ist die **Angabe zum Mindestalter** potentieller Nutzerinnen und Nutzer im Sinne des Prüfverfahrens ein wichtiges Kriterium.

Für die Auswertung werden je Internetauftritt eines Anbieters / Unternehmens die hier genannten Teilkriterien mit ihren Anforderungen im Einzelnen betrachtet und mit „erfüllt“ (=1) oder „nicht erfüllt“ (=0) bewertet. Die Teilkriterien werden anschließend den zehn Hauptkategorien zugeordnet. Dabei erfolgt eine Häufigkeitsauszählung nach Erfüllung bzw. Zutreffen, die einer einfachen Addition der Punkte über alle entsprechenden Teilkriterien entspricht. Die Punktzahl je Hauptkriterium wird anschließend gewichtet: Kategorien, die für Verbrauchertransparenz (und Datenschutz) besonders relevant sind und / oder Hauptkriterien, die verhältnismäßig viele Teilkriterien aufweisen, werden stärker gewichtet:

	Gewichtungsfaktor	
1. Impressum / Anbieterkennzeichnung	1	
2. Mindestmaß an juristisch relevanten Angaben im Impressum	2	
3. Kontakt		2
4. Datenschutzerklärung	2	
5. Personenbezogene Daten		3
6. Nutzungsbedingungen	2	
7. Cookies		2
8. Suchfunktion		1
9. Seitenprogrammierung	1	
10. Angabe zum Mindestalter		1

Die Gesamtpunktzahl eines Anbieters ergibt sich somit über die gewichtete Teilpunktzahl je Hauptkriterium in Abhängigkeit des Erfüllungsgrades seiner Teilkriterien. Diese Gesamtpunktzahl wird als prozentualer Anteil der maximal erreichbaren Gesamtpunktzahl ausgewiesen. Ein Ergebnis-Score von 100 (die Prozentangabe entfällt) würde also bedeuten, dass das Unternehmen auf seiner Webseite bzw. mit seinem Internetauftritt alle im Prüfkatalog genannten Anforderungen voll erfüllt.

Ein Score von 0 bedeutet, dass das Unternehmen auf seiner Webseite keine der im Katalog genannten Angaben erfüllt.

Anhand des so gewonnenen Wertes (Score) je Unternehmen wird ein Vergleich über alle untersuchten Internetauftritte der Unternehmen erstellt: branchenübergreifend und auch je Branche. Branchen-Scores ergeben sich aus dem Mittelwert aller Einzel-Scores der in der jeweiligen Branche erfassten Internetauftritte der Anbieter / Unternehmen.

Ergebnisse nach Branchen

Zunächst werden alle untersuchten Internetauftritte über die Branchenzugehörigkeit verglichen. Die Branche mit dem höchsten Branchen-Score stellen auch in diesem Jahr die Versicherer dar (85,9). Im Vergleich zum Vorjahr sind die Fondsgesellschaften – nicht zuletzt durch den hohen Score der 2016 erstmalig bewerteten Allianz Global Investors – um einen Ranking-Platz aufgestiegen. So haben sie mit den Banken die Plätze getauscht. Mit Ausnahme der Finanzdienstleister hat sich gegenüber dem Vorjahr jede untersuchte Branche in der Verbrauchertransparenz leicht verbessert.

Ranking aller sieben untersuchten Branchen mit ihrem jeweiligen Branchen-Score

Branche	Anzahl der untersuchten Anbieter	Branchen-Score
Versicherer	18	85,9
Direktversicherer	11	84,2
Fondsgesellschaften	10	71,6
Banken	34	68,4
Bewertungsportale	21	63,3
Finanzdienstleister	25	54,0
Soziale Netzwerke	15	50,4

Im Folgenden werden die einzelnen Branchen mit den jeweils untersuchten Internetauftritten der Unternehmen dargestellt. Innerhalb der Branche wird nach Score absteigend sortiert. Internetauftritte von Unternehmen, die einen im Vergleich überdurchschnittlichen Score innerhalb der Branchenzugehörigkeit erzielen, sind hervorgehoben.

Versicherer (Mittelwert = 85,9)

Unternehmen	Url	Score
AXA	www.axa.de	92,4
Zurich	www.zurich.de	92,4
Allianz	www.allianz.de	89,9
R+V	www.ruv.de	89,9
Versicherungskammer Bayern	www.vkb.de	89,9
HDI	www.hdi.de	87,3
Debeka	www.debeka.de	87,3
HUK-Coburg Versicherungsgruppe	www.huk.de	87,3
Ergo	www.ergo.de	87,3
Gothaer	www.gothaer.de	87,3
Alte Leipziger	www.alte-leipziger.de	87,3
Generali	www.generali.de	84,8
DKV	www.dkv.com	84,8
AachenMünchener	www.amv.de	84,8
Nürnberger	www.nuernberger.de	82,3
Württembergische	www.wuerttembergische.de	78,5
Signal Iduna	www.signal-iduna.de	77,2
Swiss Life	www.swisslife.de	75,9

Direktversicherer (Mittelwert = 84,2)

Unternehmen	Url	Score
CosmosDirekt	www.cosmosdirekt.de	94,9
DA Direkt	www.da-direkt.de	92,4
HUK24	www.huk24.de	89,9
ERGO Direkt	www.ergodirekt.de	87,3
Hannoversche	www.hannoversche.de	84,8
Sparkassen Direktversicherung	www.sparkassen-direkt.de	82,3
AllSecur	www.allsecur.de	82,3
Direct Line	www.directline.de	79,7
Europa	www.europa.de	79,7
asstel	www.asstel.de	78,5
R+V24	www.rv24.de	74,7

Fondsgesellschaften (Mittelwert = 71,6)

Unternehmen	Url	Score
Allianz Global Investors (AGI)	www.allianzglobalinvestors.de	82,3
Union Investment	www.union-investment.de	78,5
DekaBank	www.dekabank.de	77,2
Universal-Investment	www.universal-investment.de	73,4
Pioneer Investments	www.pioneerinvestments.de	72,2
Fidelity	www.fidelity.de	69,6
DWS	www.dws.de	65,8
BlackRock Asset Management Deutsch-	www.blackrockinvestments.de	65,8
Franklin Templeton	www.franklintempleton.de	65,8
FRANKFURT-TRUST	www.frankfurt-trust.de	65,8

Banken (Mittelwert =68,4)

Unternehmen	Url	Score
Targobank	www.targobank.de	84,8
ING-DiBa	www.ing-diba.de	79,7
BW-Bank	www.bw-bank.de	79,7
Wüstenrot direct	www.wuestenrotdirect.de	77,2
Postbank	www.postbank.de	77,2
Norisbank	www.norisbank.de	77,2
1822Direkt	www.1822direkt.de	74,7
Barclays Bank	www.barclays.de	73,4
DAB Bank / Direkt-Anlage-Bank	www.dab-bank.de	73,4
Barclaycard	www.barclaycard.de	73,4
Volksbanken-Raiffeisenbanken	www.vr.de	73,4
Deutsche Bank	www.deutsche-bank.de	73,4
Audi Bank	www.audibank.de	72,2
Creditplus Bank	www.creditplus.de	72,2
HypoVereinsbank	www.hypovereinsbank.de	72,2
Santander	www.santanderbank.de	70,9
Volkswagen Bank	www.volkswagenbank.de	69,6
easyCredit (TeamBank)	www.easycredit.de	69,6
Bank of Scotland	www.bankofscotland.de	69,6
Mercedes-Benz Bank	www.mercedes-benz-bank.de	69,6
PSD-Banken	www.psd-bank.de	67,1
Consorsbank	www.consorsbank.de	67,1

DKB Deutsche Kreditbank	www.dkb.de	65,8
comdirekt	www.comdirect.de	65,8
BMW Bank	www.bmwbank.de	65,8
Sparda-Banken	www.sparda.de	65,8
Commerzbank	www.commerzbank.de	64,6
netbank	www.netbank.de	63,3
Sparkassen	www.sparkasse.de	62,0
Bundesbank	www.bundesbank.de	60,8
LBB.DE	www.lbb.de	59,5
Société Generale	www.societegenerale.de	53,2
Bayern LB	www.bayernlb.de	40,5
BNP Paribas	www.bnpparibas.de	40,5

Bewertungsportale (Mittelwert = 63,3)

Unternehmen	Url	Score
glocal	www.glocal.de	81,8
KennstDuEinen	www.kennstdueinen.de	79,2
Jameda	www.jameda.de	77,9
YourRate	www.yourrate.com	77,9
autoaid	www.autoaid.de	71,4
Bewertet.de	www.bewertet.de	70,1
Autoplenum	www.autoplenum.de	67,5
zoover	www.zoover.de	67,5
HolidayCheck	www.holidaycheck.de	67,5
Shopauskunft	www.shopauskunft.de	67,5
DocInsider	www.docinsider.de	66,2
sanego	www.sanego.de	64,9
Kununu	www.kununu.com	64,9
JobVote	www.jobvote.com	61,0
Dooyoo	www.dooyou.de	55,8
tripadvisor	www.tripadvisor.de	54,5
Yelp	www.yelp.de	53,2
ShopVote	www.shopvote.de	51,9
MeinChef	www.meinchef.de	46,8
Werkstattvergleich	www.werkstattvergleich.de	41,6
Hotelbewertung.de	www.hotelbewertung.de	40,3

Finanzdienstleister (Mittelwert = 54,0)

Unternehmen	Url	Score
Swiss Life Select	www.swisslife-select.de	82,3
MLP	www.mlp.de	77,2
Dr. Klein	www.drklein.de	74,7
A.S.I. Wirtschaftsberatung	www.asi-online.de	65,8
OVB	www.ovb.de	64,6
DVAG	www.dvag.com	63,3
Telis Finanz	www.Telis-finanz.de	62,0
Global-Finanz	www.global-finanz24.biz	62,0
Plansecur	www.plansecur.de	62,0
Bonnfinanz	www.bonnfinanz.de	60,8
dbfp Deutsche Beratungsgesellschaft für	www.dbfp.de	55,7
Innovative Finanzberatung 2005	www.Innovative-finanzberatung.ag	54,4
RWS Vermögensplanung	www.rws.de	53,2
Global Vermögensberatung	www.global-gruppe.de	53,2
Finum Gruppe	www.finum.de	51,9
Künsting	www.kuensting-ag.de	50,6
Deutuna Finanzplanung	www.deutuna.de	49,4
All-Finanz-Service Retuna	www.afs-retuna.de	49,4
die Financial Architects	www.die-fa.de	48,1
BVF	www.bvf-online.de	41,8
Profundo	www.profundo.de	36,7
Accaris Financial Planning	www.accaris.de	34,2
EFC	www.efc.ag	32,9
Finance Plan+	www.financeplanplus.de	31,6
FBV	www.fbv-kimmig.de	31,6

Soziale Netzwerke (Mittelwert = 50,4)

Unternehmen	Url	Score
StayFriends	www.stayfriends.com	83,1
Xing	www.xing.com	81,8
Jappy	www.jappy.de	68,8
meinVZ	www.meinvz.net	66,2
Google+	www.plus.google.com	62,3
Facebook	www.facebook.com	50,6
Linkedin	www.linkedin.com	50,6
Badoo	www.badoo.com	48,1
Pinterest	www.pinterest.com	48,1
Twitter	www.twitter.com	46,8
ask.fm	www.ask.fm	46,8
Tumblr.	www.tumblr.com	36,4
Steam Community	www.steamcommunity.com	32,5
Instagram	www.instagram.com	22,1
Reddit	www.reddit.com	11,7

Ergebnisse nach Einzelunternehmen

Im Folgenden werden die einzelnen Anbieter / Unternehmen mit ihren Internetauftritten unabhängig von der jeweiligen Branchenzugehörigkeit verglichen. Wie auch im letzten Jahr führt ein Direktversicherer das Gesamt-Ranking an: CosmosDirekt steht mit einem Score von 94,9 auf Platz 1. Die Internetauftritte der in dieser Liste oben aufgeführten Unternehmen weisen derzeit für interessierte Verbraucher den höchsten Grad an Transparenz bei Verbraucherinformationen auf.

Ranking aller 134 untersuchten Unternehmen / Anbieter

Unternehmen	Score	Branche
CosmosDirekt	94,9	Direktversicherer
AXA	92,4	Versicherer
Zurich	92,4	Versicherer
DA Direkt	92,4	Direktversicherer
Allianz	89,9	Versicherer
R+V	89,9	Versicherer
Versicherungskammer Bayern	89,9	Versicherer
HUK24	89,9	Direktversicherer
HDI	87,3	Versicherer
Debeka	87,3	Versicherer
HUK-Coburg Versicherungsgruppe	87,3	Versicherer
Ergo	87,3	Versicherer
Gothaer	87,3	Versicherer
Alte Leipziger	87,3	Versicherer
ERGO Direkt	87,3	Direktversicherer
Targobank	84,8	Banken
Generali	84,8	Versicherer
DKV	84,8	Versicherer
AachenMünchener	84,8	Versicherer
Hannoversche	84,8	Direktversicherer
StayFriends	83,1	Soziale Netzwerke
Nürnberger	82,3	Versicherer
Sparkassen DirektVersicherung	82,3	Direktversicherer
AllSecur	82,3	Direktversicherer
Swiss Life Select	82,3	Finanzdienstleister
Allianz Global Investors (AGI)	82,3	Fondsgesellschaften

Unternehmen	Score	Branche
Xing	81,8	Soziale Netzwerke
golocal	81,8	Bewertungsportale
ING-DiBa	79,7	Banken
BW-Bank	79,7	Banken
Direct Line	79,7	Direktversicherer
Europa	79,7	Direktversicherer
KennstDuEinen	79,2	Bewertungsportale
Württembergische	78,5	Versicherer
asstel	78,5	Direktversicherer
Union Investment	78,5	Fondsgesellschaften
Jameda	77,9	Bewertungsportale
YourRate	77,9	Bewertungsportale
Wüstenrot direct	77,2	Banken
Postbank	77,2	Banken
Norisbank	77,2	Banken
Signal Iduna	77,2	Versicherer
MLP	77,2	Finanzdienstleister
DekaBank	77,2	Fondsgesellschaften
Swiss Life	75,9	Versicherer
1822Direkt	74,7	Banken
R+V24	74,7	Direktversicherer
Dr. Klein	74,7	Finanzdienstleister
Barclays Bank	73,4	Banken
DAB Bank / Direkt-Anlage-Bank	73,4	Banken
Barclaycard	73,4	Banken
Volksbanken-Raiffeisenbanken	73,4	Banken
Deutsche Bank	73,4	Banken
Universal-Investment	73,4	Fondsgesellschaften
Audi Bank	72,2	Banken
Creditplus Bank	72,2	Banken
HypoVereinsbank	72,2	Banken
Pioneer Investments	72,2	Fondsgesellschaften
autoaid	71,4	Bewertungsportale
Santander	70,9	Banken
Bewertet.de	70,1	Bewertungsportale
Volkswagen Bank	69,6	Banken

Unternehmen	Score	Branche
easyCredit (TeamBank)	69,6	Banken
Bank of Scotland	69,6	Banken
Mercedes-Benz Bank	69,6	Banken
Fidelity	69,6	Fondsgesellschaften
Jappy	68,8	Soziale Netzwerke
Autoplenum	67,5	Bewertungsportale
zoover	67,5	Bewertungsportale
HolidayCheck	67,5	Bewertungsportale
Shopauskunft	67,5	Bewertungsportale
PSD-Banken	67,1	Banken
Consorsbank	67,1	Banken
meinVZ	66,2	Soziale Netzwerke
DocInsider	66,2	Bewertungsportale
DKB Deutsche Kreditbank	65,8	Banken
comdirekt	65,8	Banken
BMW Bank	65,8	Banken
Sparda-Banken	65,8	Banken
A.S.I. Wirtschaftsberatung	65,8	Finanzdienstleister
DWS	65,8	Fondsgesellschaften
BlackRock Asset Management Deutschland AD	65,8	Fondsgesellschaften
Franklin Templeton	65,8	Fondsgesellschaften
FRANKFURT-TRUST	65,8	Fondsgesellschaften
sanego	64,9	Bewertungsportale
Kununu	64,9	Bewertungsportale
Commerzbank	64,6	Banken
OVB	64,6	Finanzdienstleister
netbank	63,3	Banken
DVAG	63,3	Finanzdienstleister
Google+	62,3	Soziale Netzwerke
Sparkassen	62,0	Banken
Telis Finanz	62,0	Finanzdienstleister
Global-Finanz	62,0	Finanzdienstleister
Plansecur	62,0	Finanzdienstleister
JobVote	61,0	Bewertungsportale
Bundesbank	60,8	Banken
Bonnfinanz	60,8	Finanzdienstleister

Unternehmen	Score	Branche
LBB.DE	59,5	Banken
Dooyoo	55,8	Bewertungsportale
dbfp Deutsche Beratungsgesellschaft für Fi-	55,7	Finanzdienstleister
tripadvisor	54,5	Bewertungsportale
Innovative Finanzberatung 2005	54,4	Finanzdienstleister
Yelp	53,2	Bewertungsportale
Société Generale	53,2	Banken
RWS Vermögensplanung	53,2	Finanzdienstleister
Global Vermögensberatung	53,2	Finanzdienstleister
ShopVote	51,9	Bewertungsportale
Finum Gruppe	51,9	Finanzdienstleister
Facebook	50,6	Soziale Netzwerke
Linkedin	50,6	Soziale Netzwerke
Künsting	50,6	Finanzdienstleister
Deutuna Finanzplanung	49,4	Finanzdienstleister
All-Finanz-Service Retuna	49,4	Finanzdienstleister
die Financial Architects	48,1	Finanzdienstleister
Badoo	48,1	Soziale Netzwerke
Pinterest	48,1	Soziale Netzwerke
Twitter	46,8	Soziale Netzwerke
ask.fm	46,8	Soziale Netzwerke
MeinChef	46,8	Bewertungsportale
BVF	41,8	Finanzdienstleister
Werkstattvergleich	41,6	Bewertungsportale
Bayern LB	40,5	Banken
BNP Paribas	40,5	Banken
Hotelbewertung.de	40,3	Bewertungsportale
Profundo	36,7	Finanzdienstleister
Tumblr.	36,4	Soziale Netzwerke
Accaris Financial Planning	34,2	Finanzdienstleister
EFC	32,9	Finanzdienstleister
Steam Community	32,5	Soziale Netzwerke
Finance Plan+	31,6	Finanzdienstleister
FBV	31,6	Finanzdienstleister
Instagram	22,1	Soziale Netzwerke
Reddit	11,7	Soziale Netzwerke