

# Die nahbare Bank

Wie sich die gestaltlosen, abstrakten Produkte einer Bank erlebbar machen lassen

## **Autor:innen**

Tobias Bannwart  
Cornelia Inauen  
Paul Mensing  
Haruka Shimazu

## **Praxispartnerin**

Luzerner Kantonalbank AG

## **Abgabedatum**

28. Januar 2022

## **Betreuer**

Thomas Bircher  
Christian Hauri (Co-Coach)

Der vollständige Bericht der Masterarbeit darf erst zwei Jahre nach der Diplomierung der Studierenden auf dem ePrints der OST publiziert werden.

# Abstract

Diese Masterarbeit befasst sich mit der Frage, wie ein abstraktes Bankprodukt durch eine gesteigerte Erlebbarkeit verständlicher und attraktiver gemacht werden kann. Exemplarisch am Fondssparplan soll der Auftraggeberin, der Luzerner Kantonalbank AG, ein Weg aufgezeigt werden, wie eine Informationswebsite konzipiert werden kann, um komplexe und dadurch oftmals schwer fassbare Bankprodukte für die Gruppe der 25- bis 35-Jährigen erlebbarer, verständlicher und attraktiver zu machen.

Die Auftraggeberin nimmt an, dass die Erlebbarkeit die Wahrnehmung und das Verständnis des Fondssparplans verbessert. Daraus ergeben sich folgende Forschungsfragen:

- Was heisst Erlebbarkeit im Kontext von abstrakten, gestaltlosen Bankprodukten?
- Wie lässt sich der Zugang zu gestaltlosen Produkten einer Bank am Beispiel des Fondssparplans erlebbar machen?
- Was sind die Erfolgskriterien, und wie lassen sich diese messen?

Im Rahmen einer Research wird die Problemstellung aus einem weiten Blickwinkel beleuchtet. Dabei werden in einer Triangulation quantitative und qualitative Methoden miteinander kombiniert, um so eine möglichst belastbare, breit abgestützte Basis für die Lösungsfindung zu schaffen. Mit einem UX-Standard-Fragebogen wird der Begriff der Erlebbarkeit in diesem Projektkontext definiert und messbare Kriterien werden identifiziert, anhand derer der Ist-Zustand der Fondssparplan-Website der Luzerner Kantonalbank AG eingeschätzt wird. Für die Nutzermodellierung wird alternativ zur Persona die Methode der Mindsets angewandt.

Die Lösungsansätze werden nach Lean UX, auf Hypothesen basierend, in fünf iterativen Zyklen bis zu einem testbaren Prototyp weiterentwickelt. Um eine strukturell sinnvolle Priorisierung der Feature-Hypothesen machen zu können, wird dabei das aufgabenorientierte Lean UX mit dem strukturorientierten 5S-Modell ergänzt.

Die in der Research ermittelten Metriken dienen der Gegenüberstellung des entwickelten Lösungskonzeptes zur ursprünglichen Website und erlauben eine objektive, quantitative Erfolgsmessung in einem A/B-Test.

Als Resultat liegt ein finaler Prototyp vor, der in einem quantitativen A/B-Test validiert wurde. Im Vergleich zur aktuellen Fondssparplan-Website zeigt die Lösung eine deutliche Verbesserung hinsichtlich der Erlebbarkeit. Die Ansätze, die exemplarisch für die Fondssparplan-Website entwickelt wurden, können im nächsten Schritt auf die Realisierbarkeit überprüft und auf weitere Websites angewandt werden, die zur Informationsvermittlung eines Bankproduktes dienen. Erkenntnisse, die aus der Research hervorgingen, jedoch von der Aufgabenstellung ausgeschlossen wurden, werden der Auftraggeberin als Anregung übergeben.