

*Omfattende studie av norske nettbankene:*

- **Rene nettbanker best**
- **Gamle travere dårligst**

**De norske nettbankene er for like. De rene nettbankene har høyest kvalitet til lavest pris. De tradisjonelle storbankene er gode på nettet, men prisen er for høy. De store taperne er tradisjonelle, mindre banker som er akterutseilt både på pris og kvalitet. Dette er hovedpunktene i en omfattende analyse av norske nettbankene, foretatt av Cap Gemini Ernst & Young.**

Gjennom studien av norske nettbankene (DnB, Skandiabanken, Finansbanken, Storebrand Bank, SEB, Postbanken, K-Bank (Nordea), Bergensbanken, Parat 24, Terra Gruppen (RørosBanken), Gjensidige NOR, BNBank, Fokus Bank, Sparebank 1(Vest) og Handelsbanken) ønsker Cap Gemini Ernst & Young å åpne for en diskusjon om hva bankene ønsker å oppnå med sine nettbanktjenester. Cap Gemini Ernst & Young mener norske nettbankene må ta bevisste valg for å differensiere seg i et homogent marked som nå opplever økt konkurranse, særlig fra utlandet.

- Vi har sett på nettbankene med et kundeperspektiv. Analysen baserer seg derfor på hvordan bankene oppleves for vanlige kunder. Dette er sannsynligvis den grundigste, uavhengige analysen av denne typen som er gjort av norske nettbankene. Vi har brukt ti konsulenter i fire måneder for å analysere 15 norske nettbankene ut fra 130 ulike kriterier, sier Jacob Hanssen, ansvarlig for finanssektoren i Cap Gemini Ernst & Young.

Nettbankundersøkelsen, med navnet NextGeneration, vurderer og rangerer nettbankene i forhold til neste generasjons nettbank, delt i åtte dimensjoner; service, brukervennlighet, personlig tilpasning, attraktivitet, tilbudsbredde, prising, segmentering og sikkerhet. Det er ikke noe mål i seg selv å oppnå toppscore i alle dimensjoner, det avhenger av bankens valgte strategi for nettbanken, men en bank med toppscore i alt ville fått åtte av åtte oppnåelige poeng. Ingen av bankene er i nærheten av dette. De norske nettbankene havner stort sett midt på treet med en snittscore på 3,6 poeng. Service, personlig tilpasning og brukervennlighet er det bankene sliter mest med.

- Ingen av de undersøkte bankene hadde spesielt god service. De fleste manglet servicetelefon, og mange oppga knapt kontaktinformasjon på nettsidene. Selv om teknologien på en enkel måte muliggjør personlig tilpasning og individualisering av tjenestetilbudet i nettbankene, var det ingen som hadde utnyttet dette. Bankene har her en gyllen sjanse til å differensiere seg, men det ser ikke ut til at de tar opp ballen, sier Pål Wæhle, leder for Strategy and Transformation i Cap Gemini Ernst & Young.

*Et sammendrag av nettbankstudien ligger på <http://no.cgey.com/news/nextgeneration/index.asp>. For ytterligere informasjon, kontakt Jacob Hanssen, leder for finanssektoren i Cap Gemini Ernst & Young i Norge på telefon 41 43 18 58.*

**Cap Gemini Ernst & Young** er et av verdens ledende konserner innen forretningsrådgivning og informasjonsteknologi. Selskapet skaper strategiske forandringer gjennom e-business løsninger, systemdesign, integrasjon, IT konsulenttjenester og outsourcing for å sikre vekst for våre kunder. Cap Gemini Ernst & Young-organisasjonen har cirka 60.000 ansatte på verdensbasis og omsatte for 8,5 milliarder Euro i 2000 (pro forma). Aksjen er notert på Paris-børsen. Les mer på <http://cgey.com> eller <http://no.cgey.com>.