

Digitalisierungsstudie 2021

„Was will der Kunde wirklich im digitalen Banking?“

Pressekonferenz am 14.07.2021 in Frankfurt



1

Zielsetzung und Methodik

Im Rahmen der Studie sollen neue Erkenntnisse über die digitale Positionierung von Bankdienstleistungen gesammelt werden

Zielsetzung

Ziele und Inhalte der Untersuchung

Untersuchung der Anforderungen und des Kundenverhaltens vor dem Hintergrund einer zunehmenden Digitalisierung von Bankprodukten und Kontaktwegen

- Zahlungsverhalten im Wandel -



- Digitale Bezahlverfahren
- Zusatzleistungen Payment
- Innovative Bezahlverfahren

- Digitale Produkte und Beratung -



- Beratungsbedarf
- Informationskanäle
- Anbierversprechen
- Digitaler Produktabschluss

- Bedeutung der Hausbank -



- Erst- und Zweitbank
- Anbieterwechsel
- Nachhaltigkeitsaspekte

Durch eine repräsentative Erhebung mit 2.000 Privatpersonen können verschiedene Cluster zur Untersuchung gebildet werden

Methodik

Methodische Vorgehensweise



Bevölkerungsrepräsentative Erhebung mit **2.000** Privatpersonen in Deutschland

Gesamtergebnisse

Clusterauswertung

Gesamtbevölkerung

**Jüngere Kunden
(16 – 35 Jahre)**

**Ältere Kunden
(Über 35 Jahre)**

2

Zukunft des Zahlungsverkehrs

Die Digitalisierung ist im Payment vollständig angekommen, bereits mehr als die Hälfte der jungen Generation kann sich vorstellen, vollständig auf Bargeld zu verzichten

Was will der Kunde?

Bezahlverfahren



Key Fact 1

„Bargeld wird insbesondere für die jüngeren Kunden zum Auslaufmodell am POS“

35%

Bargeldverzicht
56% (16-35 J.); 27% (35+)

Key Fact 2

„Kunden bewerten Zusatzleistungen als äußerst attraktiv und würden hierfür ZV-Daten teilen“

45%

Weitergabe für
Mehrwerte

Key Fact 3

„Kunden erfordern eine extrem hohe Usability der Anwendung, insbesondere im App-Bereich“

40%

Wechsel für bessere
Banking App



**Was will
der Kunde
wirklich?**



Einfache Integration von Mobile Payment (z.B. Apple Pay)

Mehrwertsysteme (Treuepunkte) im Bezahlprozess

Einfacher Bezahlprozess (Usability) erfordert eine gute Banking App

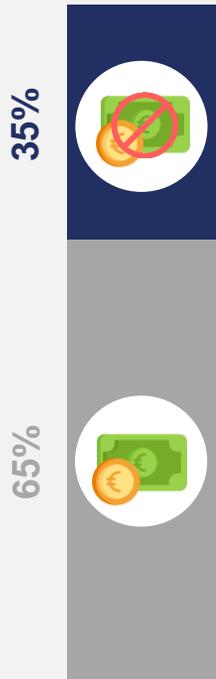
Insbesondere junge Kunden verabschieden sich zunehmend von Bargeld am Point of Sale, Mobile Payment erhält hier verstärkt Einzug

Bargeld



Vollständiger Verzicht auf Bargeld

- Gesamt -



- Junge Kunden (16 – 35) -



- Ältere Kunden (> 35) -



- Bereits heute können sich mehr als ein Drittel aller Kunden vorstellen, vollständig auf Bargeld zu verzichten
- Der Wert liegt bei den jüngeren Kunden um das doppelte höher, als bei den älteren
- Mit zunehmender Etablierung von kontaktlosen Bezahlverfahren (z.B. Mobile Payment) verliert Bargeld weiter an Relevanz
- COVID-19 als Katalysator

Die zukünftigen Generationen erachten Bargeld nicht mehr als elementar

Frage: Könnten Sie sich vorstellen, zukünftig komplett auf die Verwendung von Bargeld zu verzichten?

Drei von vier jungen Kunden können sich vorstellen, zukünftig ausschließlich mit der Bankkarte zu bezahlen

Digitale Bezahlverfahren

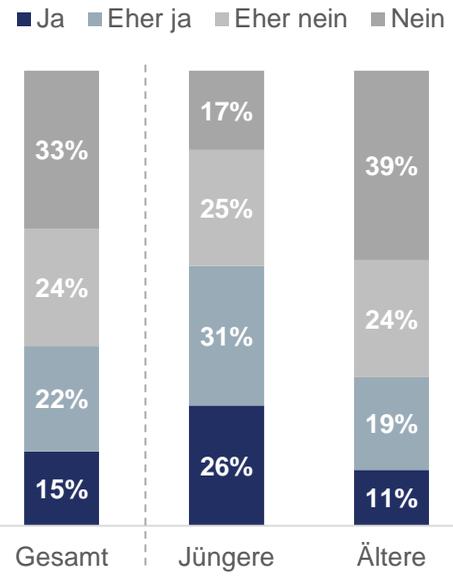
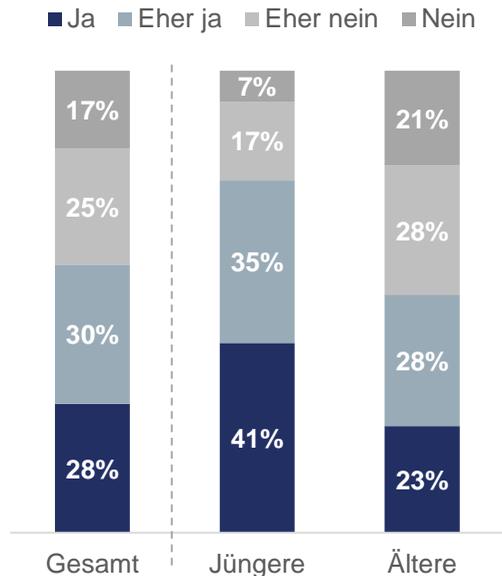
Ausschließliche Verwendung von Kartenzahlungen und Mobile Payment



Ausschließliche Zahlung mit Karte



Ausschließliche Zahlung mit Smartphone



- Bargeldlose Bezahlverfahren etablieren sich zunehmend
- Etwa die Hälfte würde ausschließlich mit Karte bezahlen, beim Smartphone liegt der Wert mit 37% etwas darunter
- Jüngere Kunden als First Mover: sowohl bei Kartenzahlung als auch beim Mobile Payment liegen diese deutlich vor den Älteren
- Smartphone-Durchdringung liegt mittlerweile bei 95%

Derzeit sind Karten als Bezahlmedium noch beliebter als das Smartphone

Fragen: Wenn dies überall möglich und sicher wäre, würden Sie zukünftig ausschließlich mit der Karte (EC-Karte, Kreditkarte) / mit Ihrem Smartphone (z.B. Apple Pay, Google Pay) bezahlen? Jüngere = 16 – 35 Jahre; Ältere > 35 Jahre

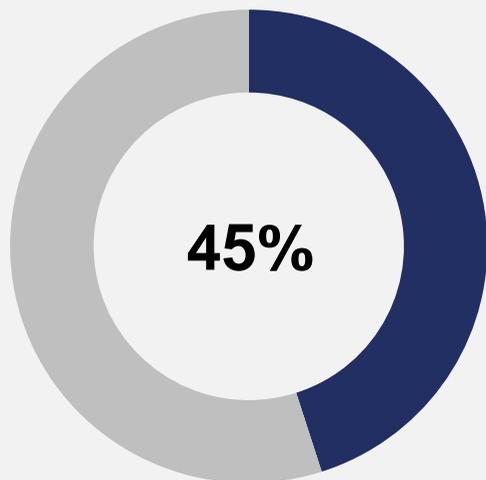
Die Bereitschaft zur Datenweitergabe an Händler ist derzeit noch eingeschränkt, in jüngeren Kundenclustern nimmt diese zu

Datenweitergabe

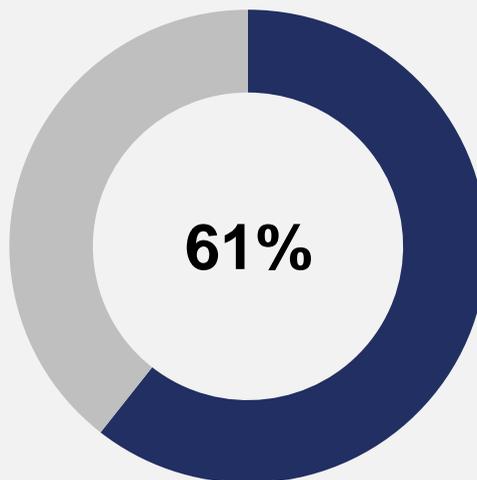
Weitergabe von Bank- und Transaktionsdaten an Händler für Mehrwerte



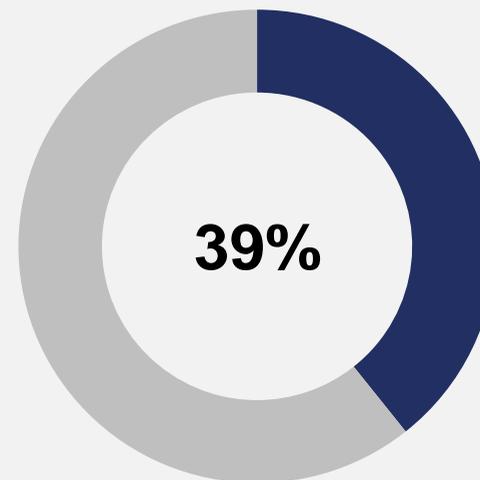
- Gesamtbevölkerung -



- Jüngere (16 – 35) -



- Ältere (> 35) -



Jüngere Kunden sind eher bereit, Bank- und Transaktionsdaten für innovative Zusatzfeatures (z.B. maßgeschneiderte Angebote, Treuepunkte) mit Händlern zu teilen

Frage: Sind Sie bereit für Mehrwertleistungen (z.B. Treuepunkte, maßgeschneiderte Angebote, schnellerer Zahlungsprozess) Ihre Bank- und Transaktionsdaten dem Händler zur Verfügung zu stellen?

3

Digitale Kanäle und Produkte

Immer mehr Kunden sind bereit, auch komplexere Produkte (z.B. Baufinanzierung) vollständig über digitale Kanäle abzuschließen

Was will der Kunde?

Digitaler Produktabschluss



Key Fact 1

„Auch bei komplexeren Produkten können sich viele Kunden den Online-Abschluss vorstellen“

30%

Digitale BauFi

Key Fact 2

„Vor allem junge Kunden wünschen sich Service- und Produktprozesse in der Banking-App“

44%

Service-Funktionen
(16 bis 35 Jahre)

Key Fact 3

„Automatisierte und hybride Beratungslösungen gewinnen zunehmend an Attraktivität“

45%

Robo & Hybrid



**Was will
der Kunde
wirklich?**



Digitale Produktabschlussstrecken mit hoher Usability

Darstellung der Strecken auch für komplexe Produktfelder

Integration optionaler hybrider Beratungsmöglichkeiten

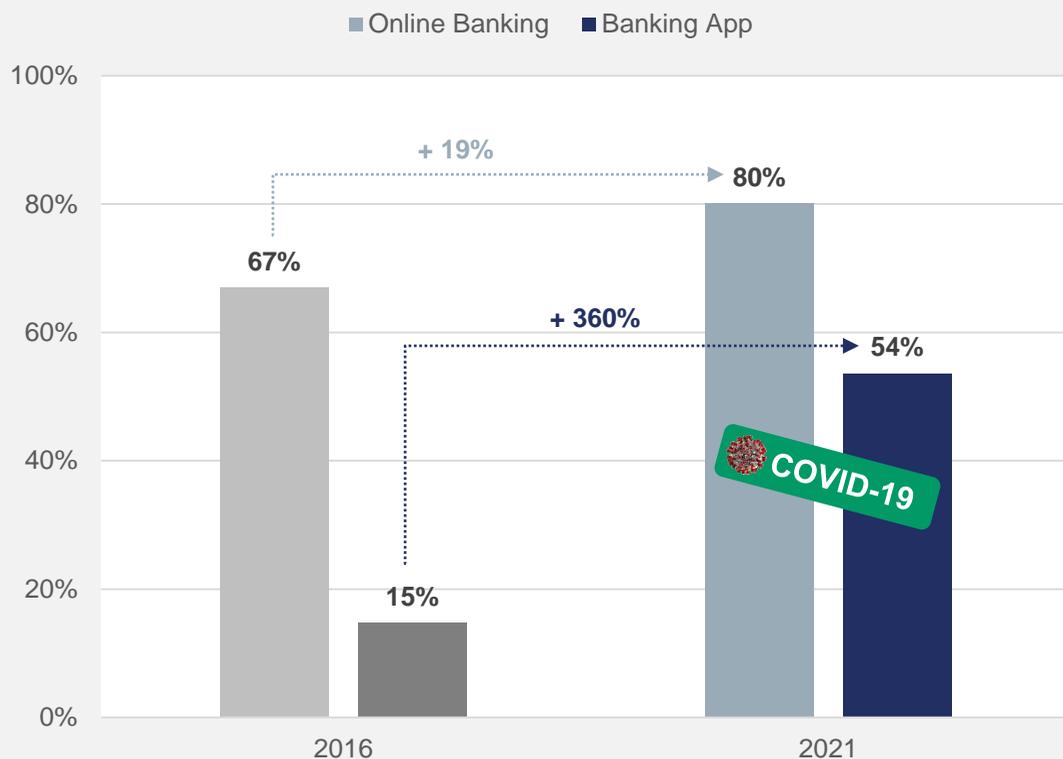
Der mobile Kanal wird zukünftig ein zentrales Element im Bankvertrieb sein, junge Kunden setzen schon heute stark auf Mobile Banking

Online Banking-Nutzung

Relevanz von Banking Apps & Mobile Payment



- Entwicklung von Online Banking und Banking App -



360%

Steigerung der Durchdringung von Banking Apps in den letzten fünf Jahren

37%

Mehr als zwei Drittel würden ausschließlich mit dem Smartphone zahlen

36%

36% ziehen einen Hausbankwechsel in Erwägung für eine bessere Banking App

Relevanz der Banking App nimmt immer weiter zu, auch aufgrund der steigenden Funktionalität (Inhalte/ Prozesse etc.)

Fragen: 1) Nutzen Sie Online Banking? 2) Wenn ja: Nutzen Sie eine Banking App Quelle: CFin Berücksichtigung der „Offliner“ (4% in Deutschland)

Auch bei komplexeren Produkten, wie z.B. dem Privatkredit oder der Baufinanzierung, sind Kunden bereit, diese online und ohne Beratung abzuschließen

Beratung vs. Online-Abschluss



Beratung vs. digitaler Abschluss nach Produktkategorien

Digitaler Abschluss ohne Beratung



Abschluss mit Beratung in der Filiale

62%



Girokonto

38%



43%



Privatkredit

57%



30%



Baufinanzierung

70%



39%



Altersvorsorge

61%



48%



Versicherung

52%



Selbst bei sehr komplexen Bankprodukten wie der Baufinanzierung, können sich immer mehr Kunden einen vollständig digitalen Produktabschluss vorstellen

Frage: Für welche Arten von Bankgeschäften benötigen Sie heute noch die Beratung Ihres Kundenberaters und welche Bankdienstleistungen würden Sie lieber vollständig digital (z.B. im Online Banking) abschließen?

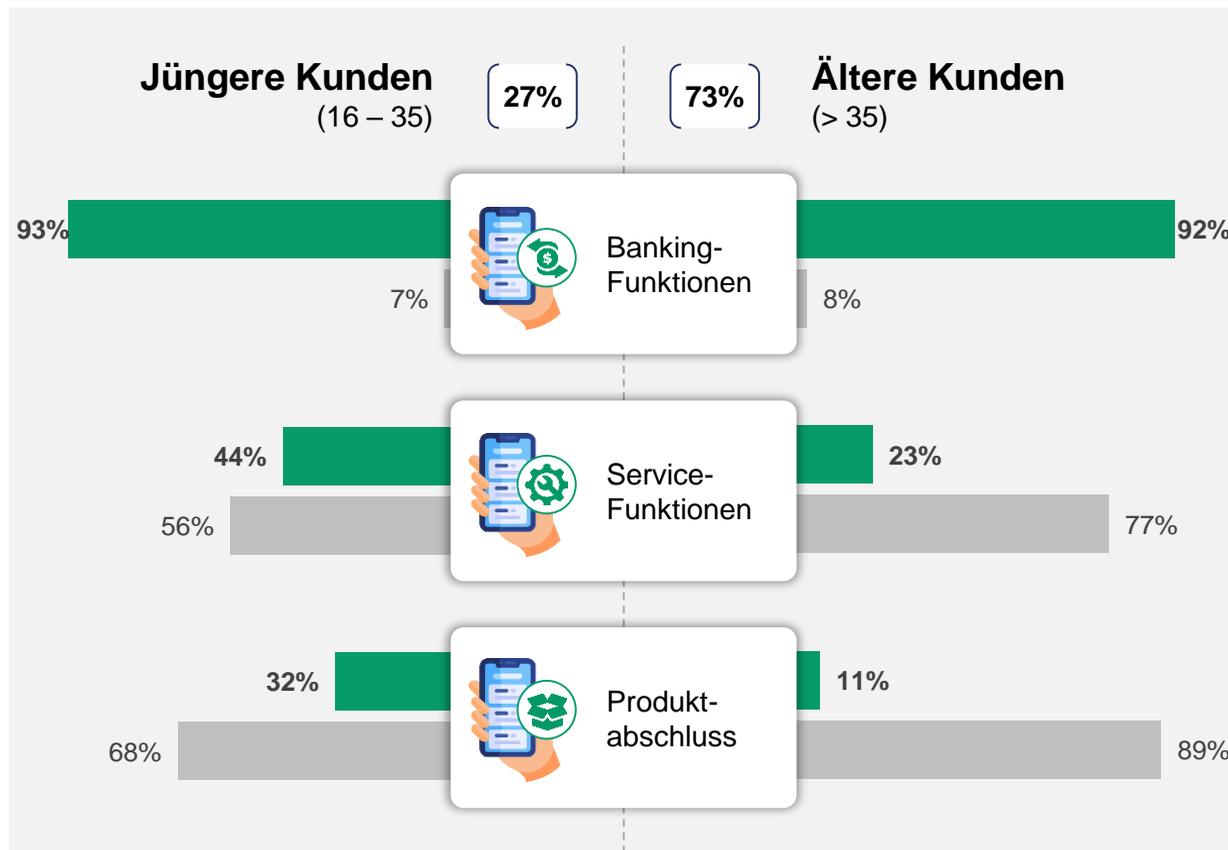
Während jüngere Kunden Service- und Produktfunktionen für vergleichsweise wichtig halten, nutzen Ältere die Banking App lediglich für Basisfunktionen

Relevanz von App-Funktionen

■ Sehr wichtig, wichtig ■ Weniger wichtig, unwichtig



Funktionskategorien der App



- Banking-Funktionen (z.B. Finanzstatus, Transaktion) sind für nahezu alle User wichtig
- Service-Funktionen (z.B. Beraterkontakt) werden vornehmlich von jüngeren Kunden nachgefragt
- Produktabschlussmöglichkeiten in der App sind weniger relevant, etwa jeder dritte junge Kunde würde dies nutzen, bei den älteren sind es lediglich 11%

Jüngere Kunden erwarten einen größeren Funktionsumfang bei Banking Apps

Frage: [Wenn Banking App vorhanden]: Wie wichtig sind Ihnen die folgenden Hauptfunktionen in einer Banking App?

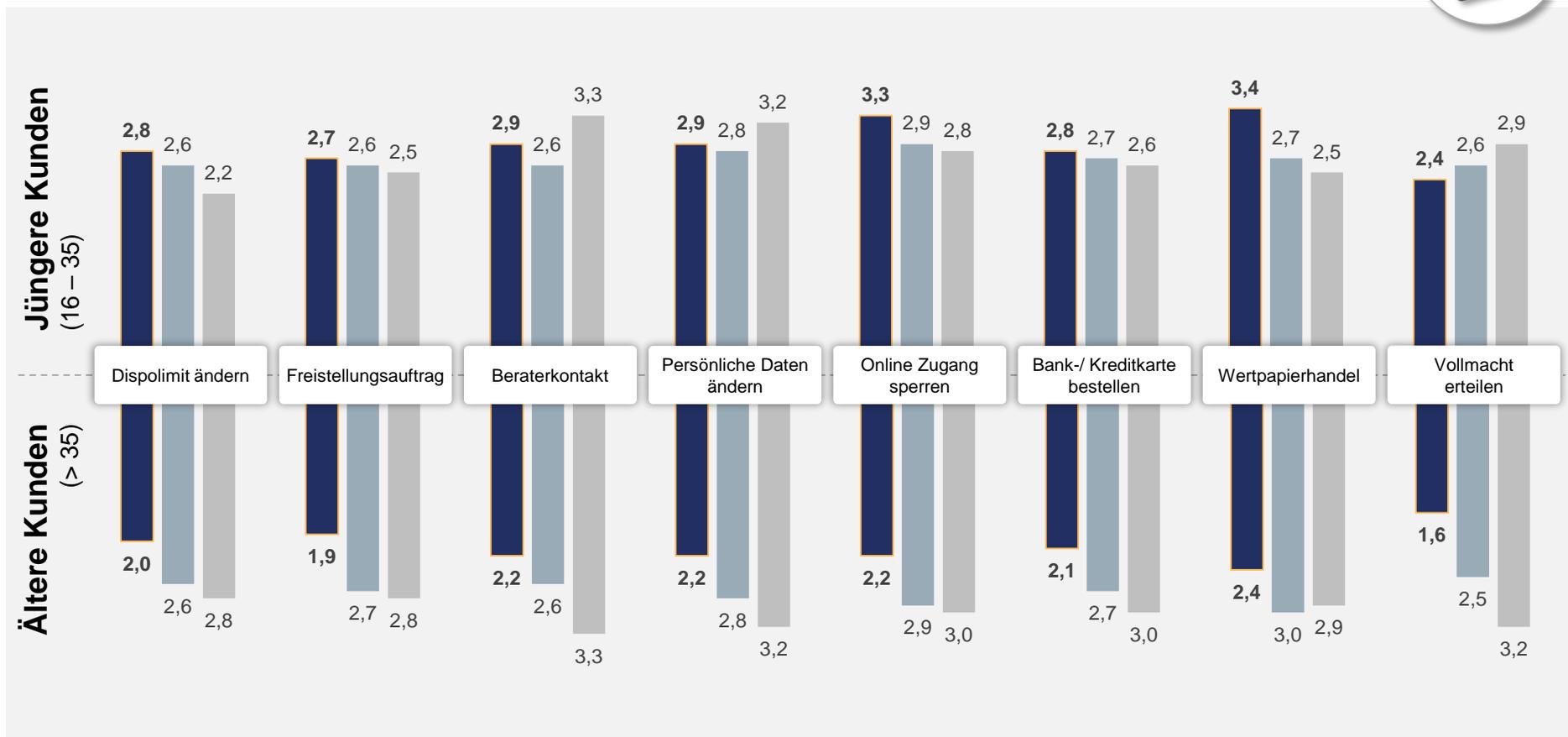
Jüngere Kunden würden insbesondere in vielen Servicebereichen häufiger auf die Banking App zurückgreifen als Ältere

Serviceleistungen

■ Banking App ■ Online Banking ■ Call Center/ Filiale



Serviceleistungen in der App

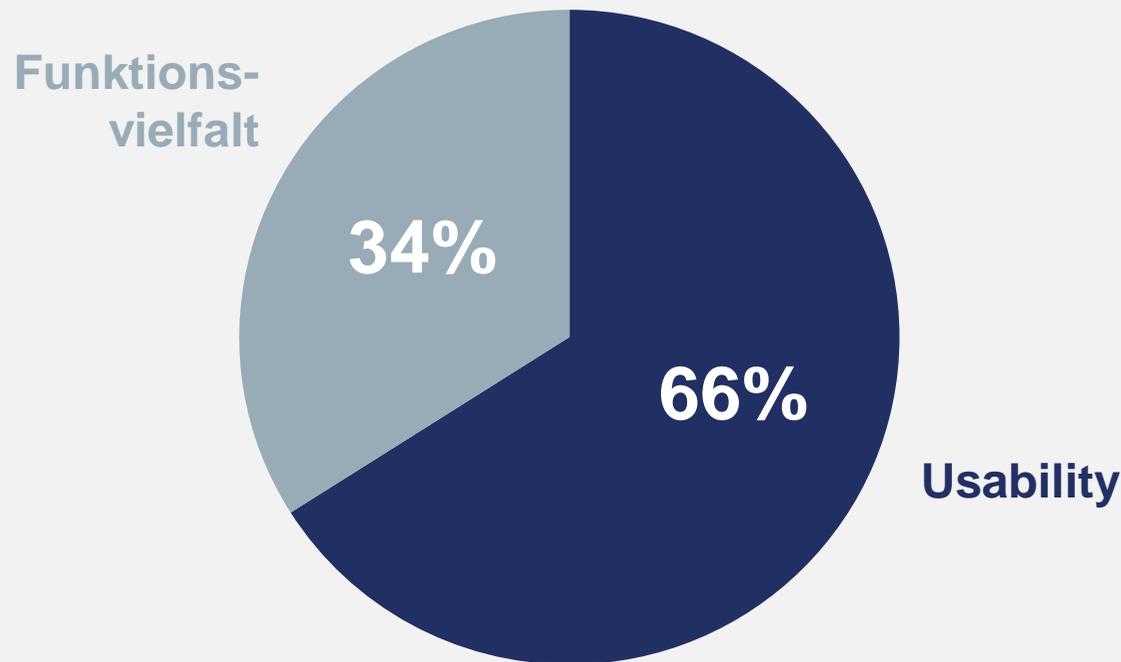


Frage: Wo würden Sie die folgenden Serviceleistungen einer Bank nutzen? (1 = unwahrscheinlich bis 4 = sehr wahrscheinlich)

Aktuell bevorzugen die meisten Kunden eine Banking App mit hoher Nutzerfreundlichkeit, dafür würden sie eine geringere Funktionsvielfalt in Kauf nehmen

Funktionen vs. Usability

Relevanz von Funktionsumfang und Benutzerfreundlichkeit



- Zwei von drei Bankkunden ist eine hohe Benutzerfreundlichkeit wichtiger als eine hohe Anzahl von Funktionen
- Insbesondere jüngere Kunden sind durch Social Media-Apps eine intuitive Bedienbarkeit gewohnt
- Die Verwendung von Smartphone-Gesten sowie eine hohe Übersichtlichkeit sind wichtig

Einem Großteil der Kunden ist die Usability einer Banking App wichtiger als ihre Funktionsvielfalt

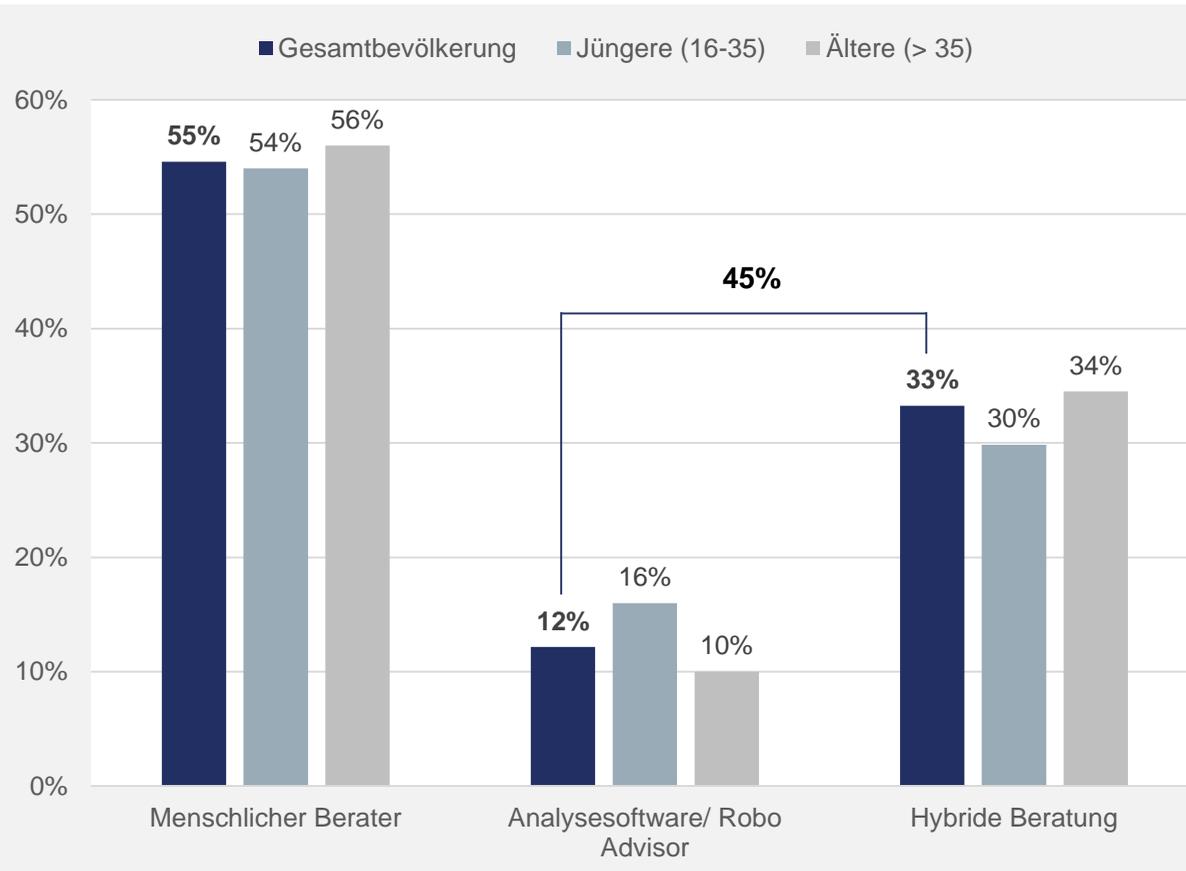
Quelle: CFin (2020); Frage: Was ist Ihnen bei einer Banking App wichtiger?

Alle Altersgruppen zeigen ein hohes Interesse an hybriden Beratungslösungen, für einige sind auch automatisierte Angebote attraktiv

Vertrauen in Mensch und Maschine



Vertrauen bei der Finanzberatung



- Menschliche Beratung ist aus Kundenperspektive noch nicht zu ersetzen
- Allerdings eignen sich Analysesoftware und Robo Advisor für eine kleinere Zielgruppe mit hoher digitaler Affinität
- Hybride Beratungslösungen sind bereits in der Breite anerkannt und werden zukünftig weiter an Bedeutung gewinnen

Hybride und automatisierte Beratungslösungen gewinnen an Relevanz

Frage: Wem würden Sie im Hinblick auf die finanzielle Beratung sowie die Verwaltung Ihrer Finanzen eher vertrauen?

4

Beratungstypen und Bedeutung der Bank

Die Anbieterauswahl beruht für Kunden auf sehr guten digitalen Leistungen, ein Großteil der Befragten führt im Vorfeld zum Produkterwerb einen Online-Preisvergleich durch

Was will der Kunde?



Anbieterauswahl

Key Fact 1

„Kunden treffen ihre Finanzentscheidungen immer häufiger selbst“

34%

Selbstentscheider

Key Fact 2

„Zwei Drittel aller Kunden führen Online-Preisvergleich vor Produktabschluss durch“

67%

Preisvergleich

Key Fact 3

„Wechselprämien sind von untergeordneter Relevanz für die Anbieterauswahl“

589€

Prämienwunsch



Was will der Kunde wirklich?



Funktionale und benutzerfreundliche Banking App (hohe Usability)

Günstiges Pricing, insbesondere kostenloses Girokonto

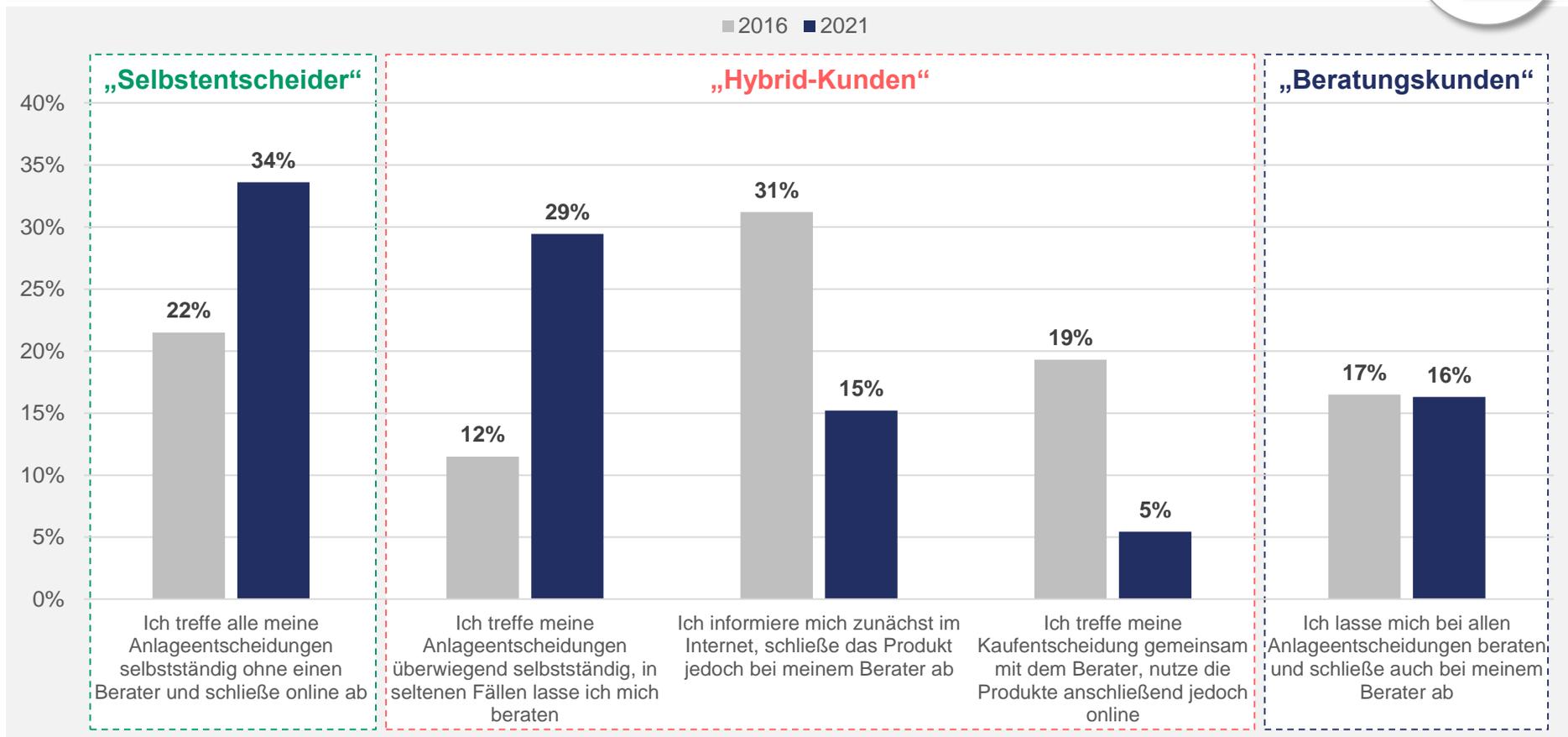
Positionierung auf verschiedenen Vergleichsplattformen

Der Anteil an Selbstentscheider-Kunden hat in den vergangenen Jahren deutlich zugenommen, der RoPo-Effekt geht stark zurück

Entscheidungstypen



Entscheidungstypen im Anlagebereich im Zeitverlauf



Frage: Welche der folgenden Beschreibungen bei Ihren Anlageentscheidungen trifft am ehesten auf Sie zu? Quelle: CFin

Günstige Konditionen, eine bessere Beratung und wahrgenommene Mehrwerte sind die Hauptwechselgründe

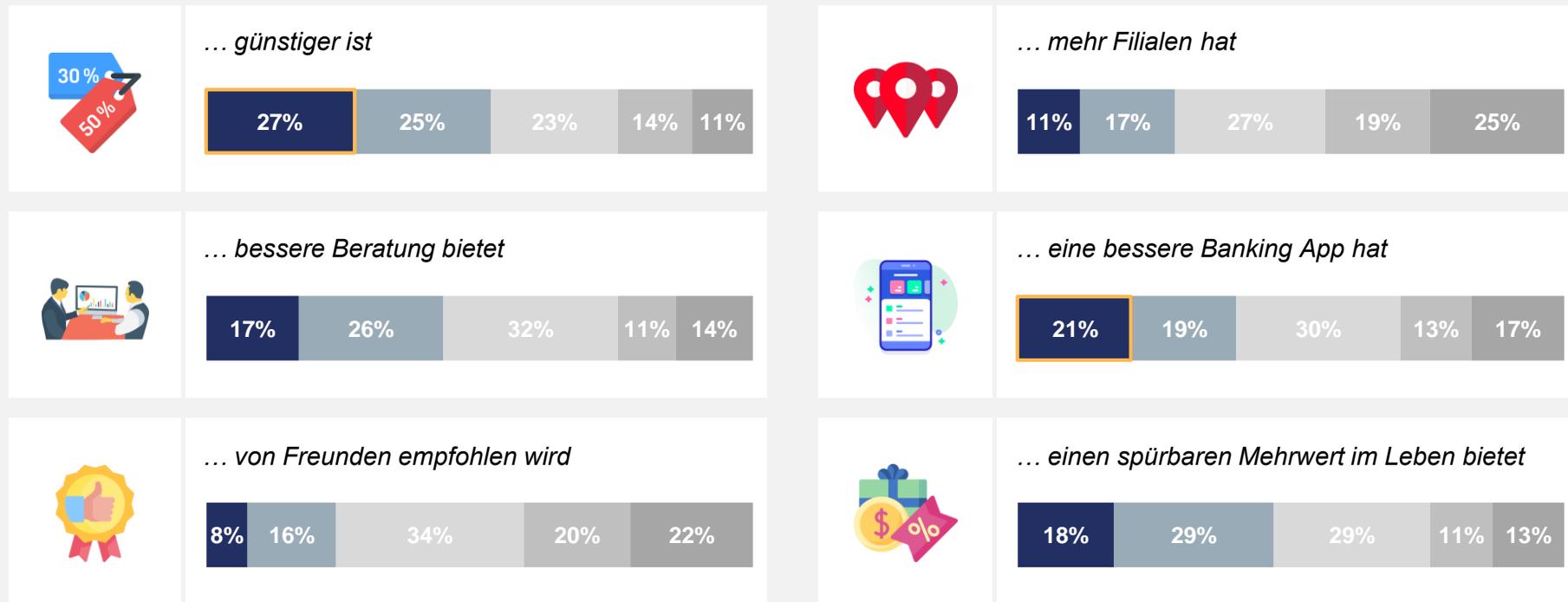
Wechselgründe

■ Ja ■ Eher ja ■ Neutral ■ Eher nein ■ Nein



Gründe für einen Wechsel der Hausbankverbindung

„Würden Sie die Hausbank wechseln, wenn eine andere Bank ...?“



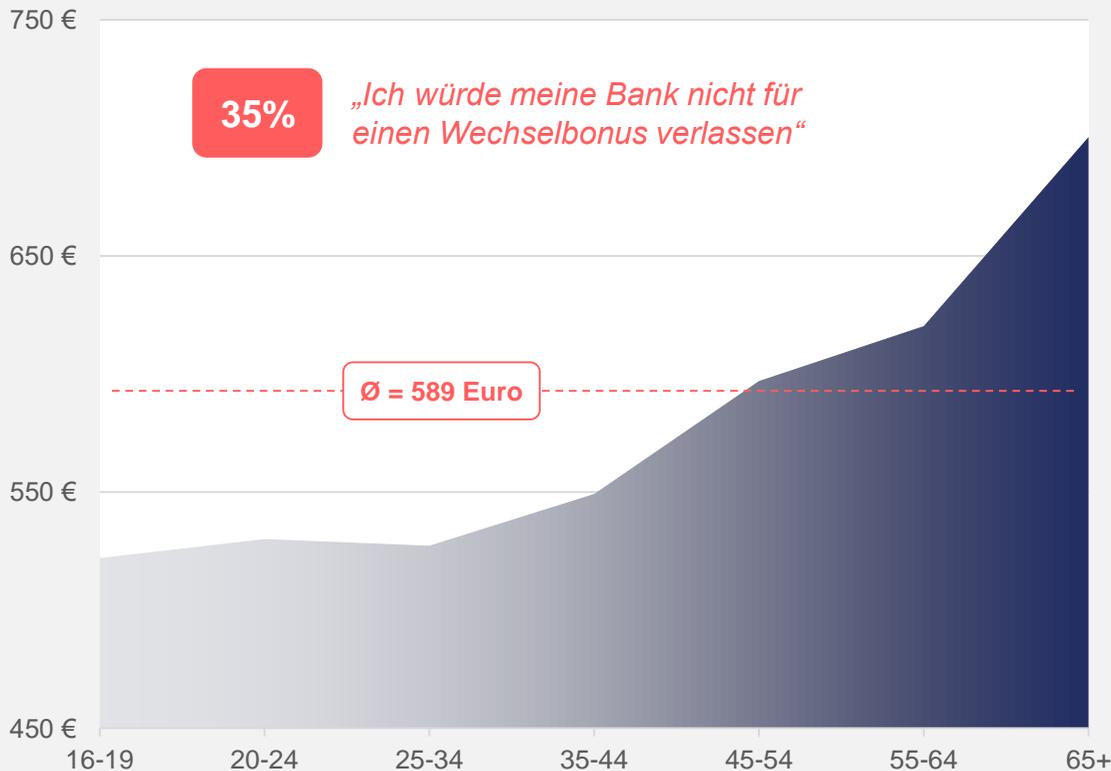
Frage: Würden Sie die Hausbank wechseln, wenn eine andere Bank ...?

Die eingeforderten Wechselprämien sind vergleichsweise hoch, nur ein geringer Anteil (3,2%) würde beispielsweise für 100 Euro die Hausbank wechseln

Wechselprämie



Einfluss eines Wechselbonus nach Altersgruppe



- Mit zunehmendem Alter steigt der erforderliche Wechselbonus
- Mittelwert in der Bevölkerung liegt bei 589 Euro
- Lediglich 3,2% würden für 100 Euro Prämie Ihre Hausbank wechseln
- 35% der Deutschen würden Ihre Hausbank für einen Wechselbonus nicht verlassen, bei den Jüngeren sind dies nur 17%

Jüngere Kunden sind deutlich affiner für einen „Wechselbonus“

Frage: Angenommen, Sie erhalten für einen Wechsel Ihrer Hausbankverbindung eine monetäre Zuwendung. Wie hoch müsste dieser „Wechselbonus“ ausfallen?

5

Der idealtypische PSD Bank-Kunde

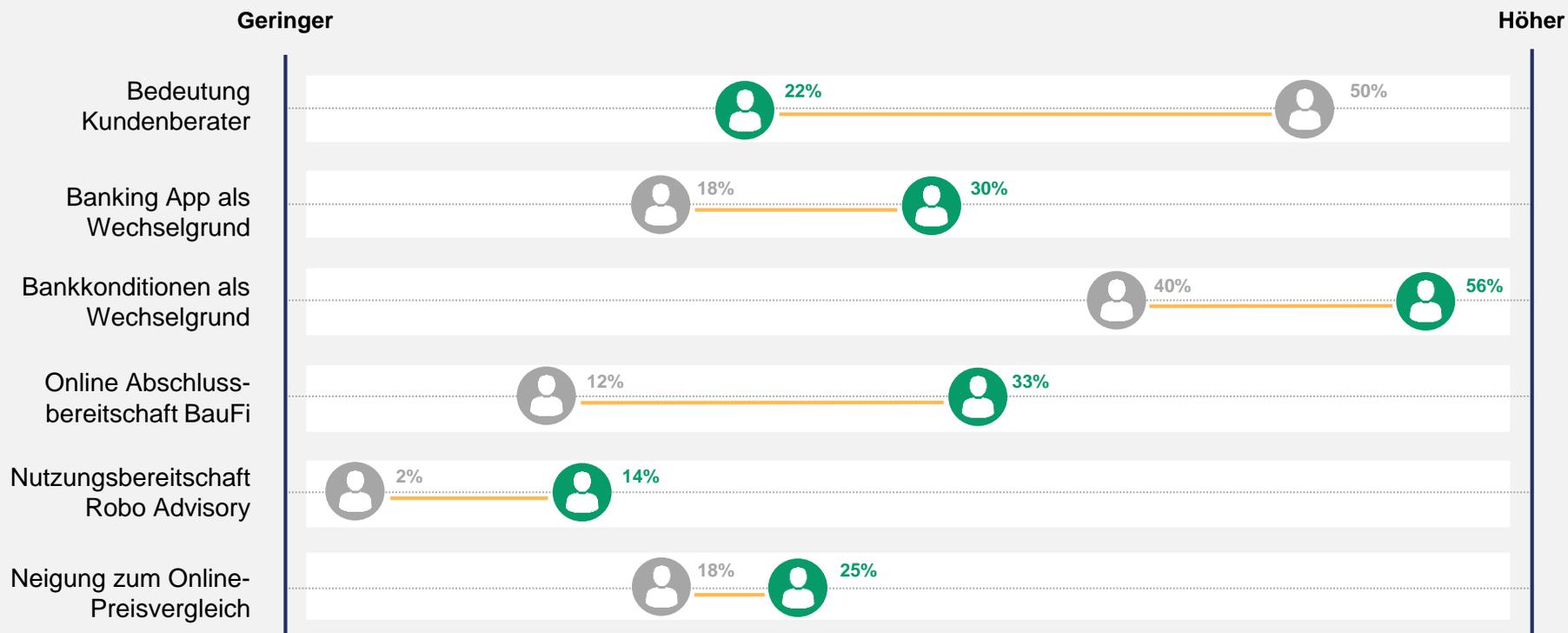
Der idealtypische PSD Bank-Kunde unterscheidet sich signifikant von der Vergleichsgruppe im Hinblick auf Produktabschluss und Kanalnutzung

Der PSD-Bank Kunde - Zusammenfassung

 Idealtypischer PSD-Bank Kunde  Vergleichsgruppe

Anforderungen des idealtypischen PSD Bank-Kunden im Vergleich

„Was will der idealtypische¹ PSD Bank-Kunde im analogen und digitalen Bankgeschäft wirklich?“

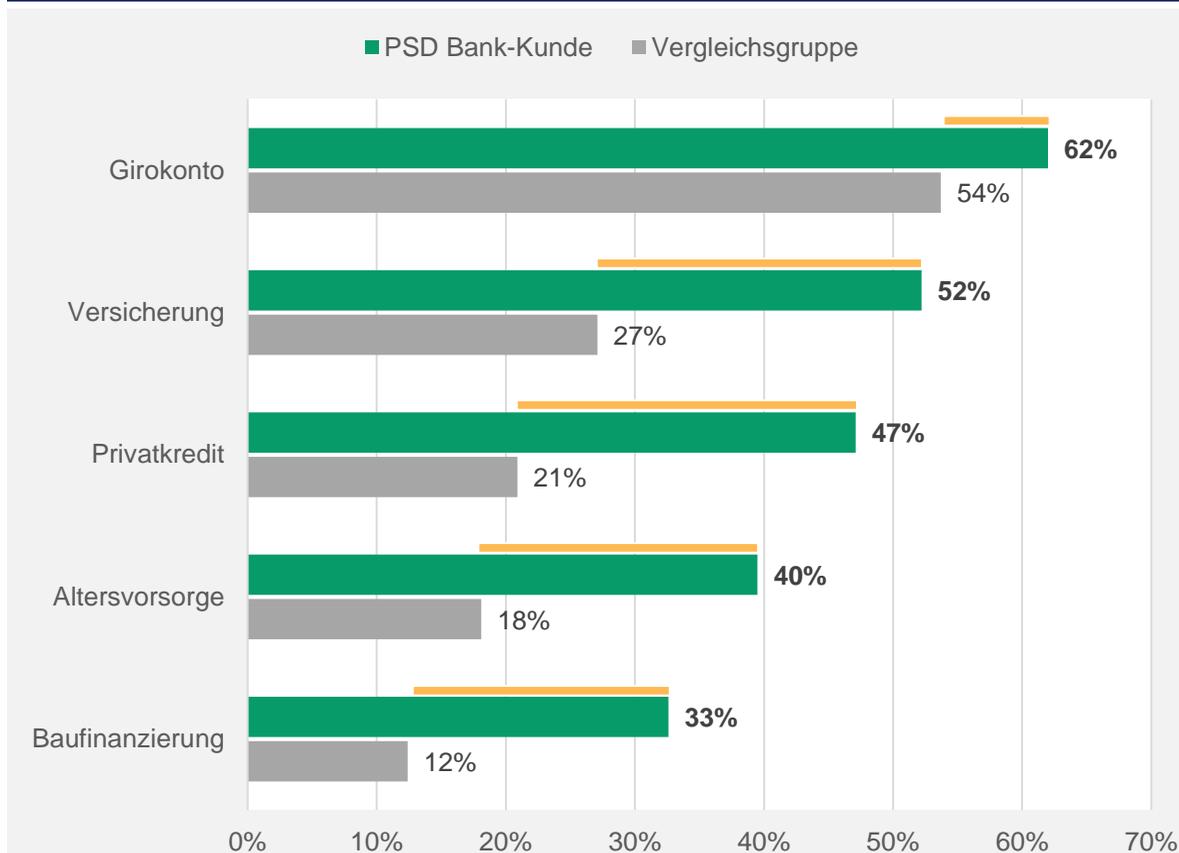


1) Selektionskriterien: Bankverbindung = FFG (Volksbanken und Raiffeisenbanken, Sparda Banken, PSD Banken) und Entscheidungstyp = Selbstentscheider mit gelegentlichem Beratungsbedarf; Vergleichsgruppe = übrige Entscheidungstypen mit Bankverbindung bei einer Filialbank

Idealtypische PSD Bank-Kunden sind deutlich affiner für den digitalen Produktabschluss komplexerer Bankdienstleistungen

PSD Bank-Kunde – Produktabschluss

Digitaler Abschluss komplexer Bankprodukte



- Idealtypische PSD Bank-Kunden sind deutlich bereit, Bank-produkte vollständig digital abzuschließen
- Insbesondere komplexe Bank-produkte (z.B. Versicherung) mit großen Unterschieden in der Kanalpräferenz
- Jeder dritte PSD Bank-Kunde mit digitaler Abschlussbereitschaft bei der privaten Baufinanzierung
- Girokonto mit geringsten Unterschieden

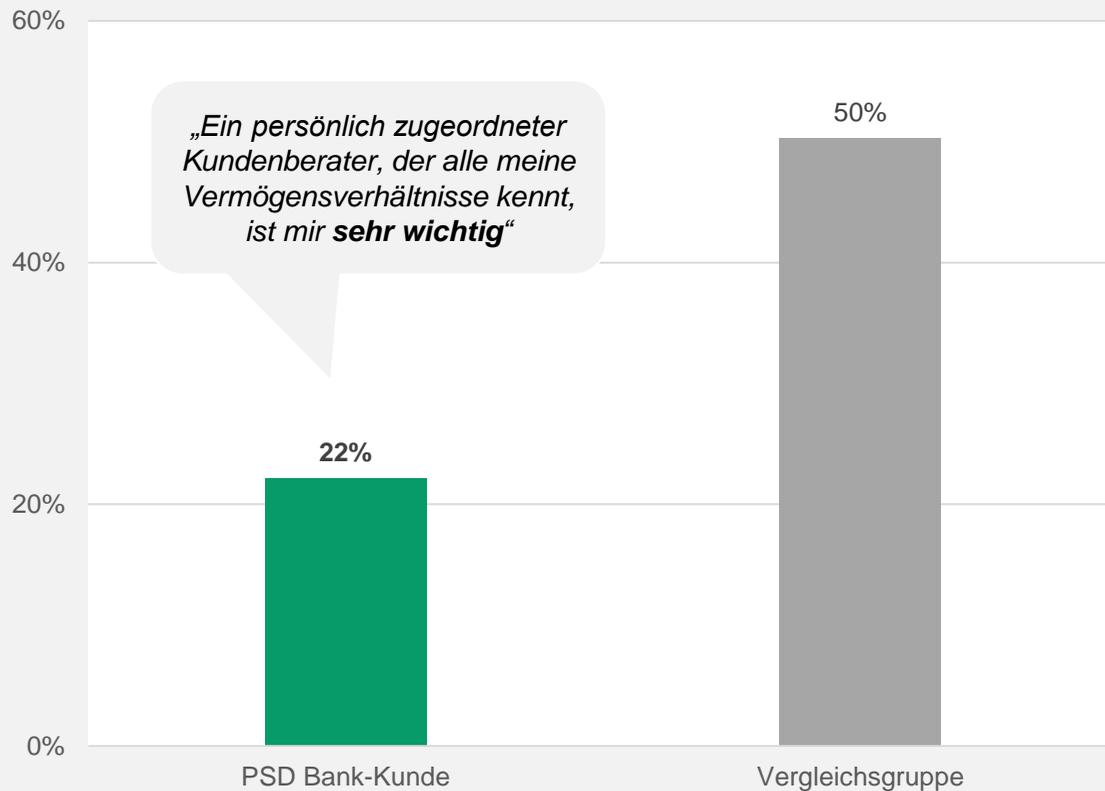
Digitaler Produktabschluss bei komplexen Produkten deutlich verbreiteter

Frage: Für welche Arten von Bankgeschäften benötigen Sie heute noch die Beratung Ihres Kundenberaters und welche Bankdienstleistungen würden Sie lieber vollständig digital (z.B. im Onlinebanking) abschließen?

Persönliche Ansprechpartner sind nur noch für wenige idealtypische PSD Bank-Kunden von hoher Bedeutung, hybride Lösungen gewinnen an Attraktivität

PSD Bank-Kunde – Kundenberater

Relevanz eines persönlichen Kundenberaters



- Lediglich jeder fünfte idealtypische PSD Bank-Kunde legt einen sehr hohen Wert auf einen persönlichen Kundenberater
- In der Vergleichsgruppe liegt dieser Wert mit 50% deutlich darüber
- Idealtypische PSD Bank-Kunden setzen auf digitale Lösungen mit hybriden Beratungsmöglichkeiten bei Bedarf

Persönlicher Ansprechpartner von untergeordneter Bedeutung

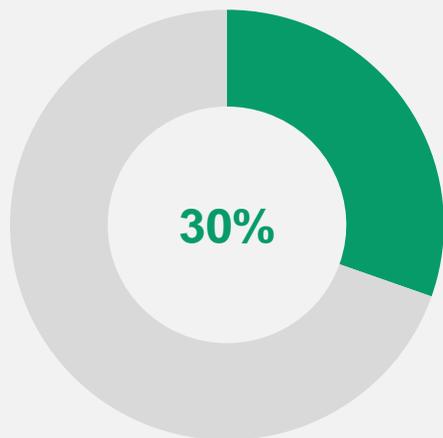
Frage: Wie wichtig ist für Sie ein persönlich zugeordneter Kundenberater, der Ihre persönlichen Vermögensverhältnisse kennt?

Die Qualität der Banking App ist ein entscheidender Faktor für die Wahl der Bank, idealtypische PSD Bank-Kunden legen hierauf besonderen Wert

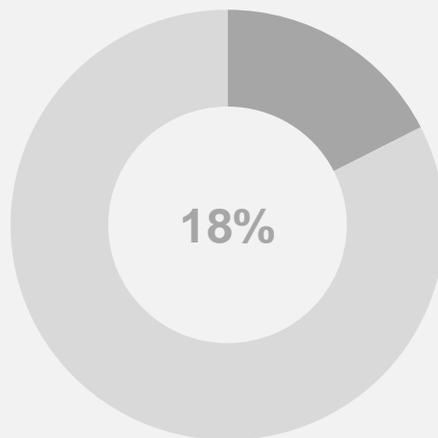
PSD Bank-Kunde – Banking App

Banking App als Wechselgrund

- PSD Bank-Kunde -



- Vergleichsgruppe -



„Würden Sie die Hausbank wechseln, wenn eine andere Bank eine bessere Banking App anbietet ...?“

- Wichtigster Grund für einen Bankwechsel sind nach wie vor Gebühren/ Konditionen
- Für idealtypische PSD Bank-Kunden ist die Qualität der Banking App von erhöhter Bedeutung bei Auswahl des Anbieters
- Nahezu jeder Dritte gibt an, bei deutlich besserer App einen Bankwechsel in Betracht zu ziehen

Banking App spielt eine wichtige Rolle für die Auswahl der Bank

Frage: Würden Sie die Hausbank wechseln, wenn eine andere Bank eine bessere Banking App anbietet?