

Die „Bank der Zukunft“ aus Sicht der Digital Natives

Gemeinsame Studie der
UniCredit Family Financing Bank
und der Universität Hohenheim

Oktober 2013



Zentrale Ergebnisse

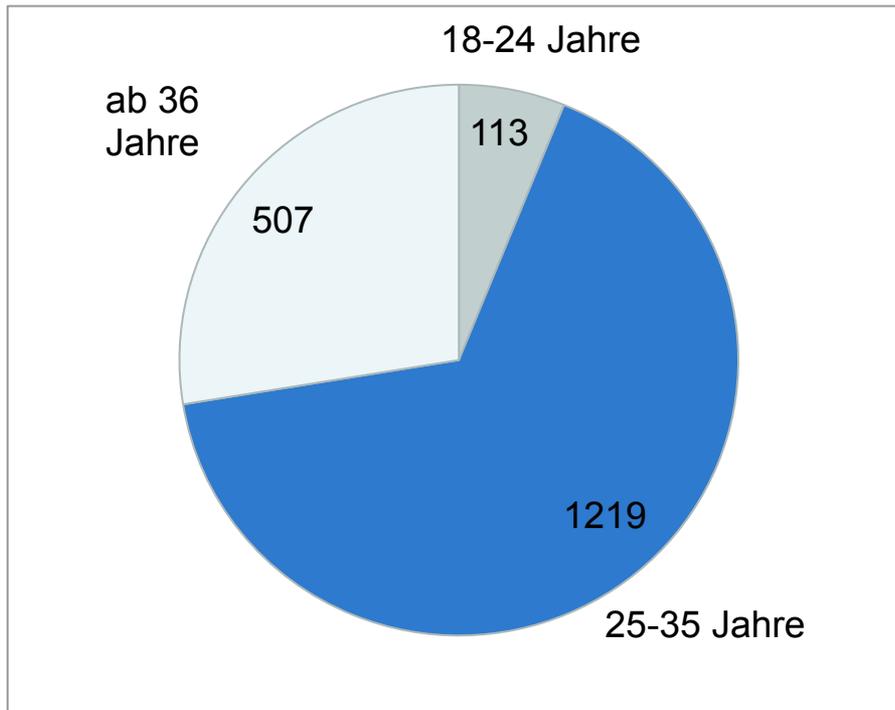
- Wenn es um Finanzdienstleistungen geht, sind persönliche Gespräche mit **Freunden, der Familie oder Kollegen** die **wichtigste Informationsquelle** der 25- bis 25-jährigen Digital Natives. Gefolgt von **Testberichten in den Medien**. Auch die **Internetseiten der Banken** sind wichtige Informationsquellen. Am unwichtigsten sind Broschüren und Werbe-Briefe, die Banken per Post zusenden. Sie werden oft als störend, manchmal sogar als belästigend wahrgenommen.
- Die 25- bis 35-jährigen Digital Natives wünschen sich die „**Bank der Zukunft**“:
 - 1) ehrlich
 - 2) einfach / verständlich
 - 3) erreichbar
 - 4) sicher
 - 5) günstig.
- Mit Online-Banking verbinden die 25- bis 35-Jährigen vor allem eine gute Erreichbarkeit sowie günstige Konditionen. Filialen haben einen Vorsprung bei Sicherheit und bei Verständlichkeit. Die Ehrlichkeit wird unabhängig von Filiale vs. Online-Banking gesehen.

Zentrale Ergebnisse

- Selbst die 25- bis 35-jährigen Digital Natives bevorzugen nicht einhellig Online-Banking gegenüber Filial-Angeboten. Sie wünschen sich vielmehr eine **Kombination aus Online- und Filial-Angeboten**. Online-Angebote sollen zwar umfassend zur Verfügung stehen. Aber sie werden vor allem für Routine-Angelegenheiten ausgiebig genutzt. Bei allen größeren Anliegen (z.B. auch Kredite) wünschen sie sich hingegen auch eine **persönliche Beratung** (nach Vorab-Information, die sie sich über die Homepage und aus den Medien beschaffen). Die persönliche Beratung muss nicht zwangsläufig in einer Filiale erfolgen, aber sie sollte durch einen persönlich bekannten Berater geleistet werden (möglichst immer der gleiche Berater; egal ob in der Filiale, per Video-Chat oder telefonisch).

Das Design der Studie

Die Befragung fand online im Sommer 2013 statt. Insgesamt wurden **1.839 Personen** befragt. Es fand ein Oversampling der Altersgruppe der 25- bis 35-Jährigen statt (Grund: Digital Natives und Bankerfahrung).



Durch die Befragungsmethode sind die internet-affinen Personen überrepräsentiert.

Männer = 49,2%

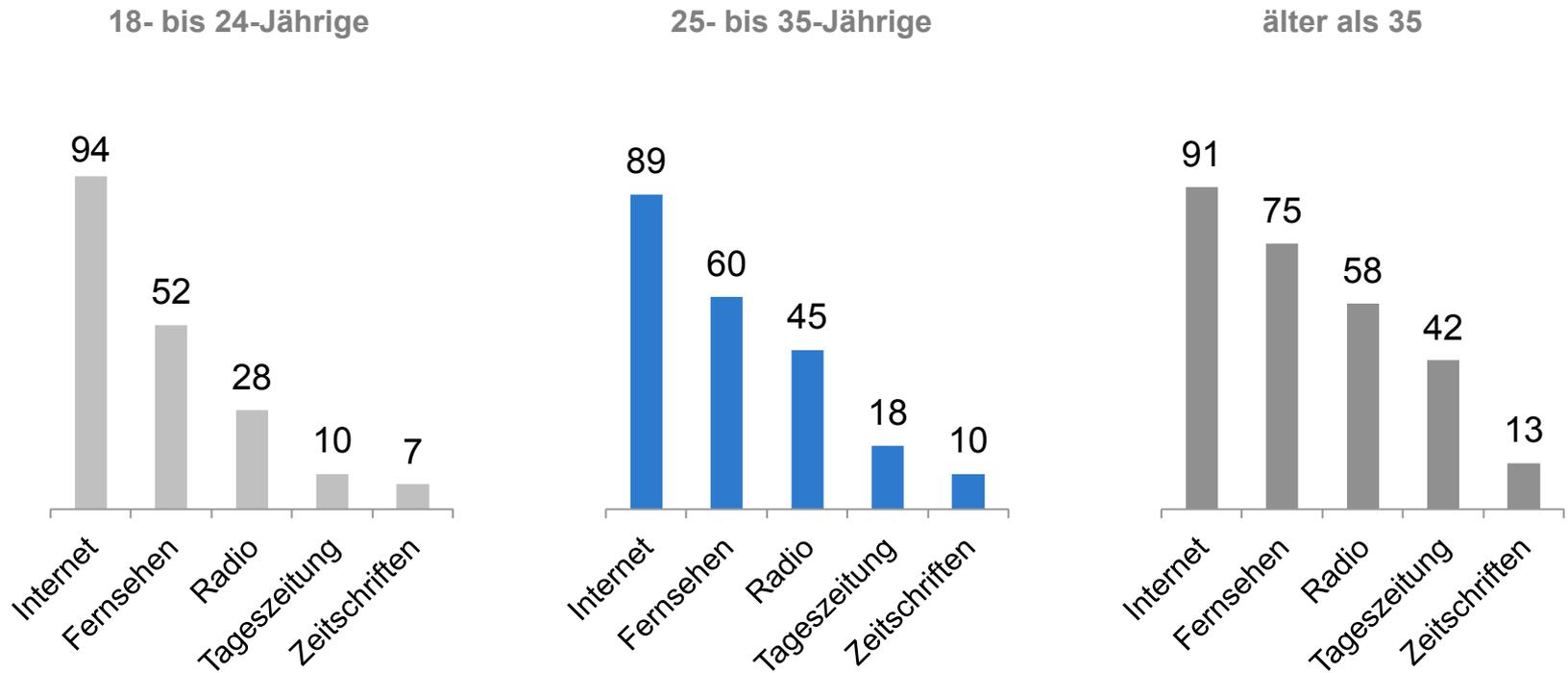
Frauen = 50,8%

Alte Bundesländer = 79,8%

Neue Bundesländer = 20,2%

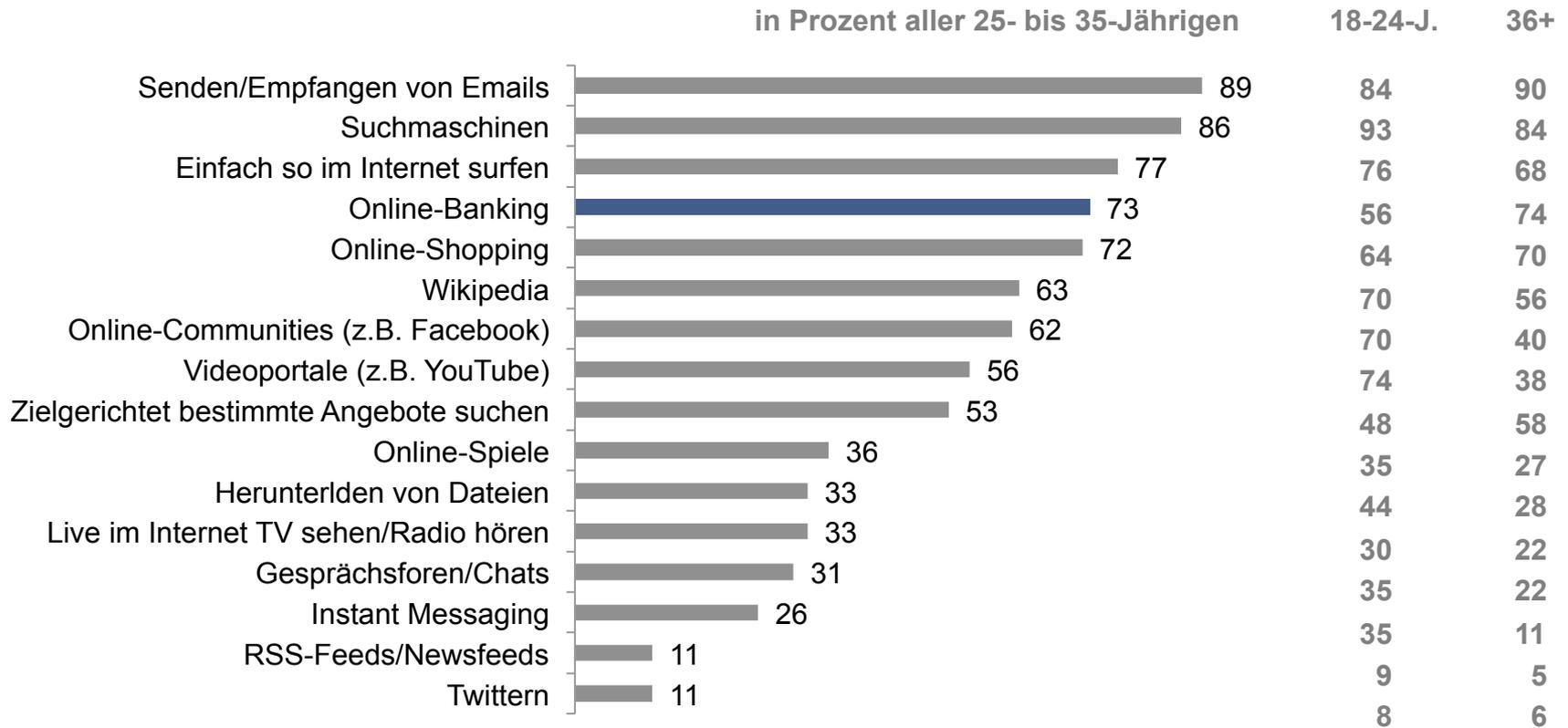
Mediennutzung verschiedener Altersgruppen

„Wie häufig nutzen Sie die folgenden Medien?“
 (Anteil derjenigen, die mit „täglich“ antworten, in Prozent je Altersgruppe)



Vielfältige Internet-Nutzung

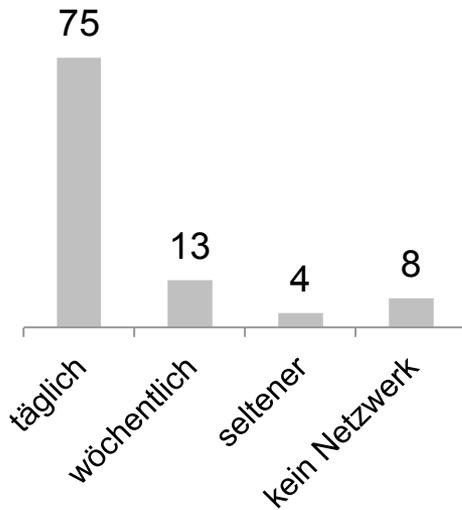
„Für welche Zwecke / Anwendungen nutzen Sie das Internet mindestens einmal in der Woche?“



Nutzung sozialer Netzwerke in verschiedenen Altersgruppen

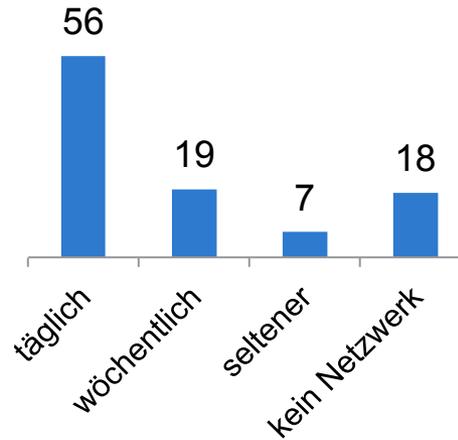
„Wie häufig nutzen Sie soziale Netzwerke?“ (in Prozent je Altersgruppe)

18- bis 24-Jährige



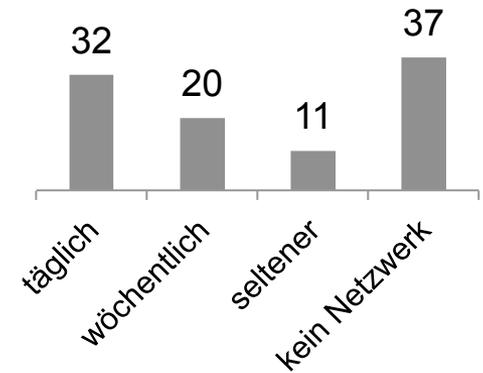
vor allem:
 Facebook (85%)
 GooglePlus (15%)
 VZ-Netzwerke (12%)

25- bis 35-Jährige



vor allem:
 Facebook (72%)
 XING (18%)
 VZ-Netzwerke (15%)

älter als 35



vor allem:
 Facebook (47%)
 Wer-kennt-wen (18%)
 XING (13%)

Gründe für die Nutzung sozialer Netzwerke

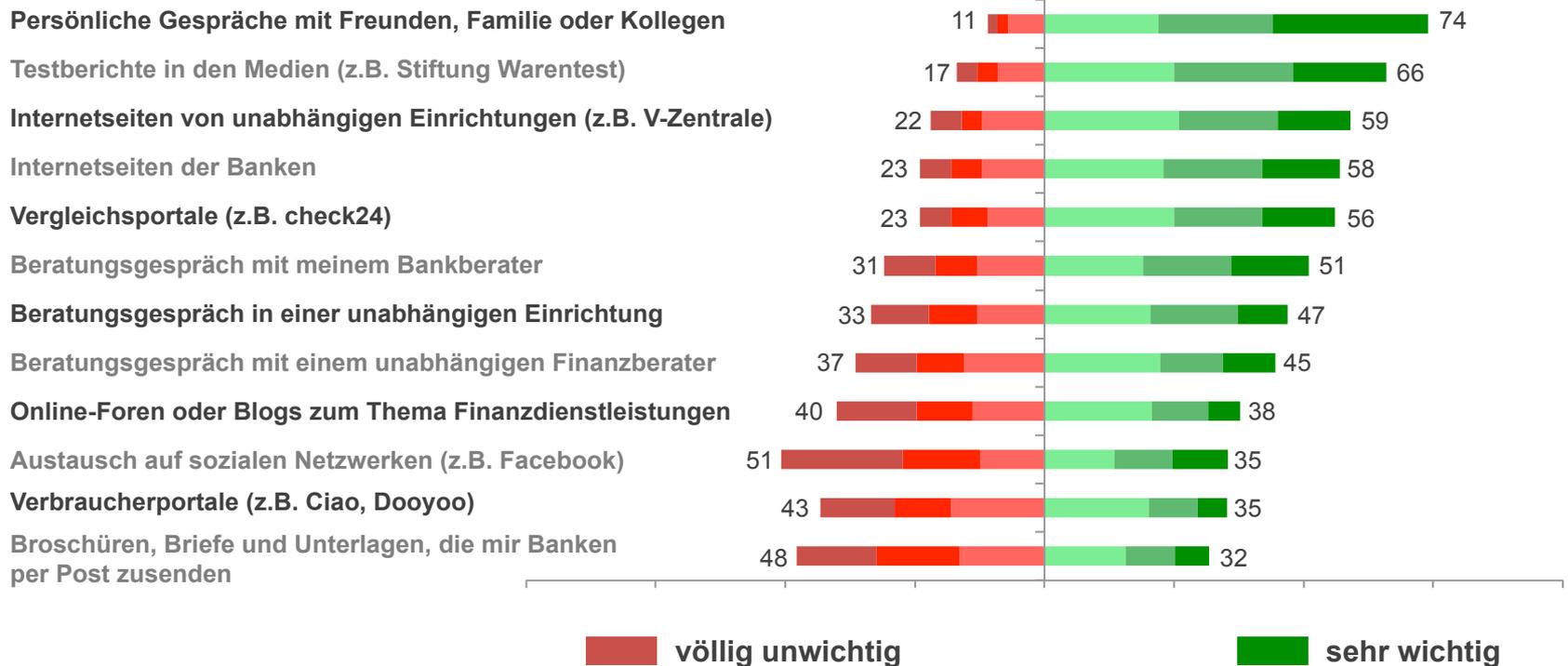
„Aus welchen Gründen nutzen Sie soziale Netzwerke?“



Die Wichtigkeit verschiedener Quellen, um sich über Finanzdienstleistungen zu informieren

„Wie wichtig sind die folgenden Quellen für Sie, um sich über verschiedene Anbieter und Angebote im Bereich der Finanzdienstleistungen zu informieren.“

in Prozent aller 25- bis 35-Jährigen

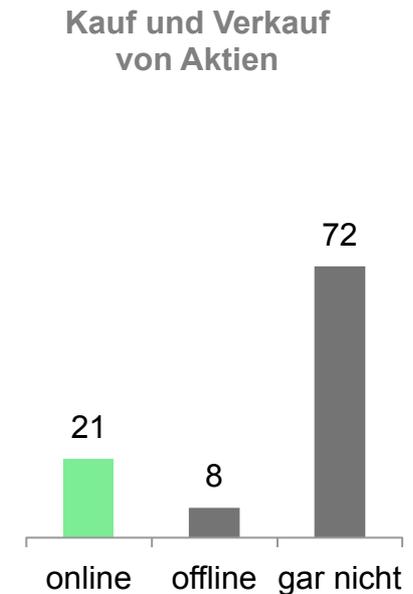
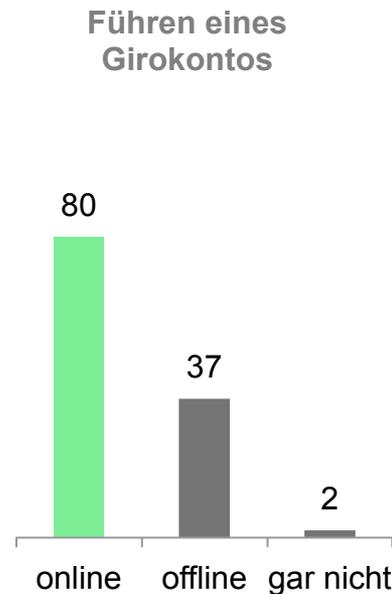
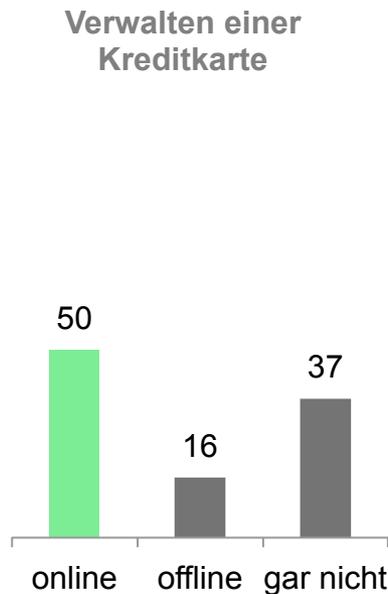


Die zu 100% fehlenden Werte entfallen auf die Antwort „teils/teils“.



Gegenwart: Aktuelle Nutzung von Finanzdienstleistungen

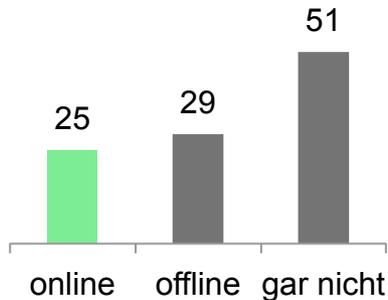
„Welche Finanzdienstleistungen nutzen Sie zurzeit privat? Dabei interessiert uns wieder, ob Sie die Dienstleistungen offline oder online nutzen. Mehrfachnennungen sind möglich.“
 (Angaben in Prozent der 25- bis 35-Jährigen)



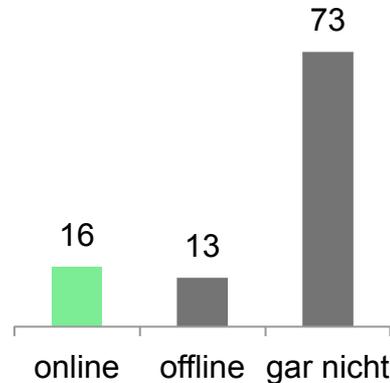
Gegenwart: Aktuelle Nutzung von Finanzdienstleistungen

„Welche Finanzdienstleistungen nutzen Sie zurzeit privat? Dabei interessiert uns wieder, ob Sie die Dienstleistungen offline oder online nutzen. Mehrfachnennungen sind möglich.“
 (Angaben in Prozent der 25- bis 35-Jährigen)

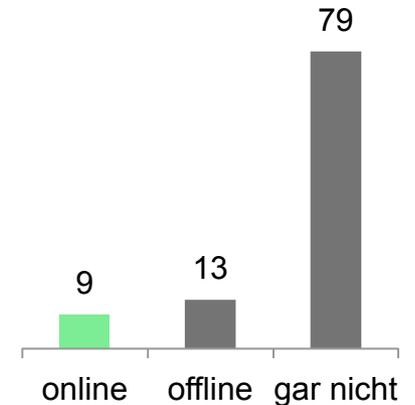
Verwalten einer längerfristigen Geldanlage (Festgeld, Bausparen)



Verwalten eines Kleinkredits bis 50.000 Euro



Verwalten eines größeren Kredits oder einer Hypothek



Offene Frage zur „Bank der Zukunft“: die 30 häufigsten Nennungen

„Ganz allgemein – wie wünschen Sie sich die Bank der Zukunft? Was soll sie können? Wie soll sie sein?“ 416 der 1.219 Digital Natives zwischen 25 und 35 Jahren haben auf diese offene Frage geantwortet. Dargestellt sind die 30 häufigsten Begriffe. Je größer der Begriff dargestellt ist, desto häufiger wurde er genannt.



Stimmen zur „Bank der Zukunft“: Zufriedene und Personen ohne konkrete Vorstellung (25- bis 35-Jährige)

Alles ok.
Braucht sich nichts ändern... (43)

Bin mit meiner Bank
(sehr) zufrieden!
(27)

Da fällt mir spontan nichts ein, da
Banken und deren Dienstleistungen
bisher in meinem Leben keine große
Rolle gespielt haben. (1)

Ich finde die Banken machen es
schon ganz gut. Ich lege Wert
auf viele Online-Angebote, auf
die ich immer Zugriff habe. (1)

Genau so, wie sie jetzt sind. Sowohl
online, als auch in der Filiale gibt es
die Möglichkeit, sich beraten zu las-
sen. Auf keinen Fall noch mehr
Online-Produkte, sondern lieber die
Filialen behalten und keine Jobs
reduzieren. (3)

Hab ich mir noch keine
Gedanken drüber
gemacht. (7)

keine Ahnung (40)

??? Ich lass mich überraschen... (4)

126 Aussagen. „Ganz allgemein – wie wünschen Sie sich die Bank der Zukunft? Was soll sie können? Wie soll sie sein?“



Stimmen zur „Bank der Zukunft“: grundsätzliche Kritik an Banken (25- bis 35-Jährige)

Aristoteles meinte, dass Geld, welches sich selbst vermehrt (Zinsen), pervers sei. Dem habe ich nichts hinzuzufügen. (5)

Banken müssen schnellstens das Vertrauen zurückgewinnen und vor allem ihre Zockermentalität ablegen. Für mich sind Banken zur Zeit alles andere als seriös. (22)

Bodenständiger als man Banken in den letzten Jahren erlebt hat. (8)

Die sollen für mich arbeiten und nicht für die Börse oder den Vorstand. Keine Boni, wenn Manager mein Geld verspielen (30)

Die Bank sollte weniger geldgierig sein. (27)

Aufhören an der Börsen zu zocken und Milliarden zu versenken, die wir dann über Steuern bezahlen !!! (17)

Besser es gibt keine Banken mehr. (6)

Banken sollten besser vom Staat kontrolliert werden. (3)

Die Bank der Zukunft soll ihren Mund halten und tun, was die Kunden ihr sagen. (1)

Keine Spekulationen auf Lebensmittel oder Waffen. Anlage nur in nachhaltige Produkte. (29)

148 Aussagen. „Ganz allgemein – wie wünschen Sie sich die Bank der Zukunft? Was soll sie können? Wie soll sie sein?“



Stimmen zur „Bank der Zukunft“: Stimmen im Kontext von „günstig“ (25- bis 35-Jährige)

Banken sollten höhere Guthaben-Zinsen zahlen. (43)

Keine Kontoführungsgebühren; nicht nur Girokonto kostenlos. (44)

Günstige Konditionen. (127)

Gutes Preis-Leistungs-Verhältnis. (11)

Keine Gebühren für kleine Service-Leistungen (z.B. Zuschicken von Kontoauszügen) sowie für Geldabheben an Automaten. (23)

Niedrigere Kredit- und Überziehungszinsen. (41)

Schnellere Überweisungen (wie Paypal); schnellere Bearbeitung von Kreditanträgen. (42)

Kredite leichter vergeben. (16)

Gleiche Konditionen online und offline. (2)

349 Aussagen. „Ganz allgemein – wie wünschen Sie sich die Bank der Zukunft? Was soll sie können? Wie soll sie sein?“



Stimmen zur „Bank der Zukunft“: Stimmen im Kontext von „Beratung“ (25- bis 35-Jährige)

Bank soll 24 Stunden erreichbar sein. (35)

Gute Erreichbarkeit; telefonisch und online; bessere Öffnungszeiten. (103)

Mehr „beraten“ und weniger „verkaufen“. Auch: Kunden besser beraten und nicht unnötige Verträge anbieten (wg. Provision). (57)

Kompetente Berater. (41)

Auf jeden Fall soll eine Bank immer einen *persönlichen* Ansprechpartner zur Verfügung stellen (vor Ort, auch Chat, Skype oder Telefon). (41)

Einfach; verständlich kommunizieren; unkompliziert. (116)

Keine unaufgeforderte Werbung. (12)

Vor-Ort-Präsenz; viele Filialen, mehr Geldautomaten. (40)

Auf Kunden individuell zugeschnittene Angebote unterbreiten; auf Kunden eingehen; offen sein; kundenfreundlich/-orientiert (120)

Freundlich; zuvorkommend (30)

595 Aussagen. „Ganz allgemein – wie wünschen Sie sich die Bank der Zukunft? Was soll sie können? Wie soll sie sein?“



Stimmen zur „Bank der Zukunft“: Stimmen im Kontext von „Online-Banking“ (25- bis 35-Jährige)

Sicheres Online-Banking. (59)

Mehr Online-Angebote. (39)

Alle Dienste sollten online nutzbar sein. (61)

Dienste auch über Smartphone bedienen. (4)

Einfach zu bedienen. (16)

Generell: Alles aus einer Hand. (8)

Online und Filialen in Kombination; oft: alle Standard-Geschäfte online, Beratung offline (53)

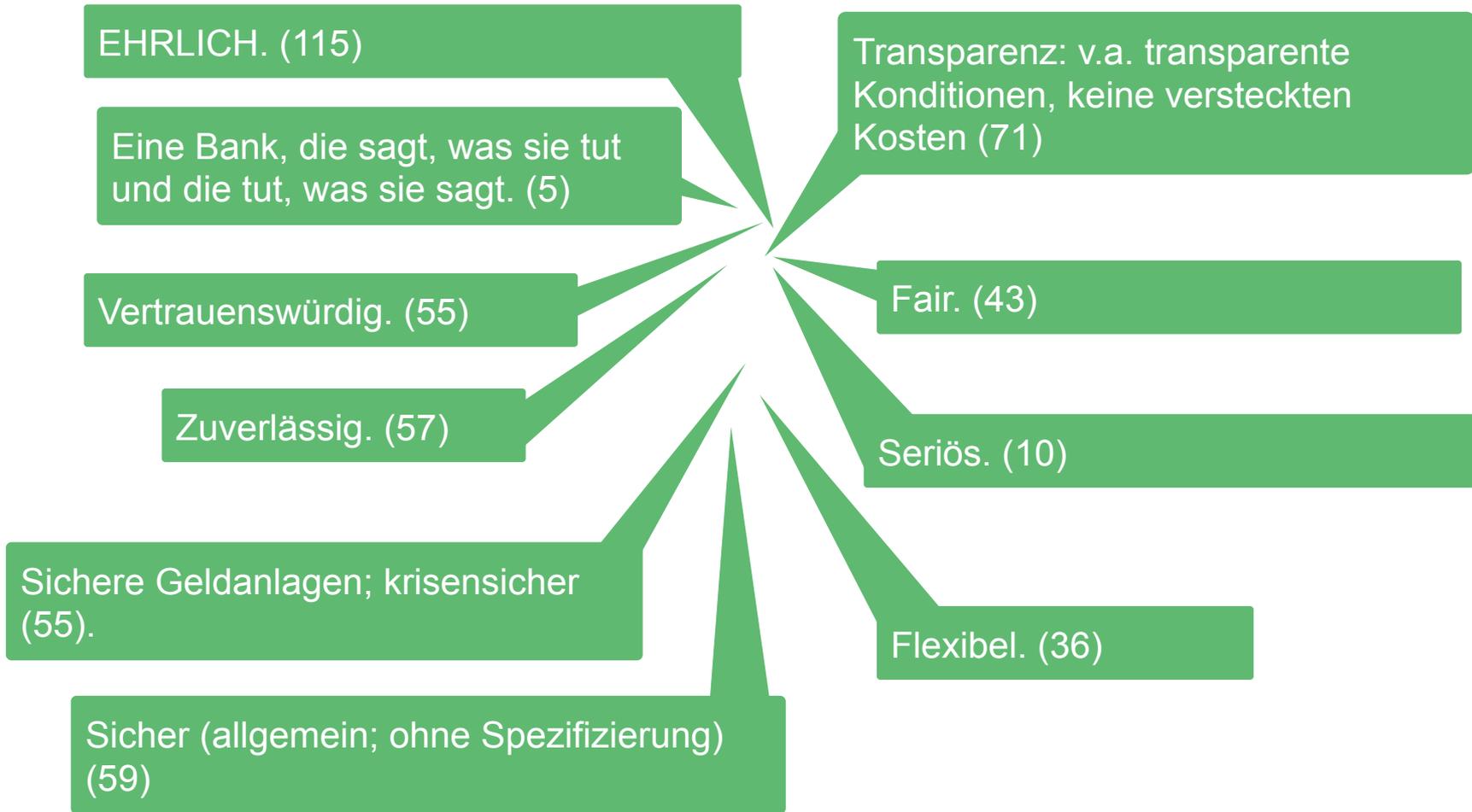
Typische Aussage 1: „Ich bevorzuge ein Filialbank, aber mit der Möglichkeit, kleinere Angelegenheiten schnell online regeln zu können.“

Typische Aussage 2: „Hauptsächlich möchte ich Online-Banking nutzen, damit ich zeitlich und örtlich unabhängig sein kann. Ich wünsche mir aber immer auch eine vertrauenswürdige, kompetente Ansprechperson. Geld abheben sollte bankenübergreifend in allen Filialen möglich sein.“

240 Aussagen. „Ganz allgemein – wie wünschen Sie sich die Bank der Zukunft? Was soll sie können? Wie soll sie sein?“



Stimmen zur „Bank der Zukunft“: Stimmen im Kontext von „Ehrlichkeit“ (25- bis 35-Jährige)



506 Aussagen. „Ganz allgemein – wie wünschen Sie sich die Bank der Zukunft? Was soll sie können? Wie soll sie sein?“



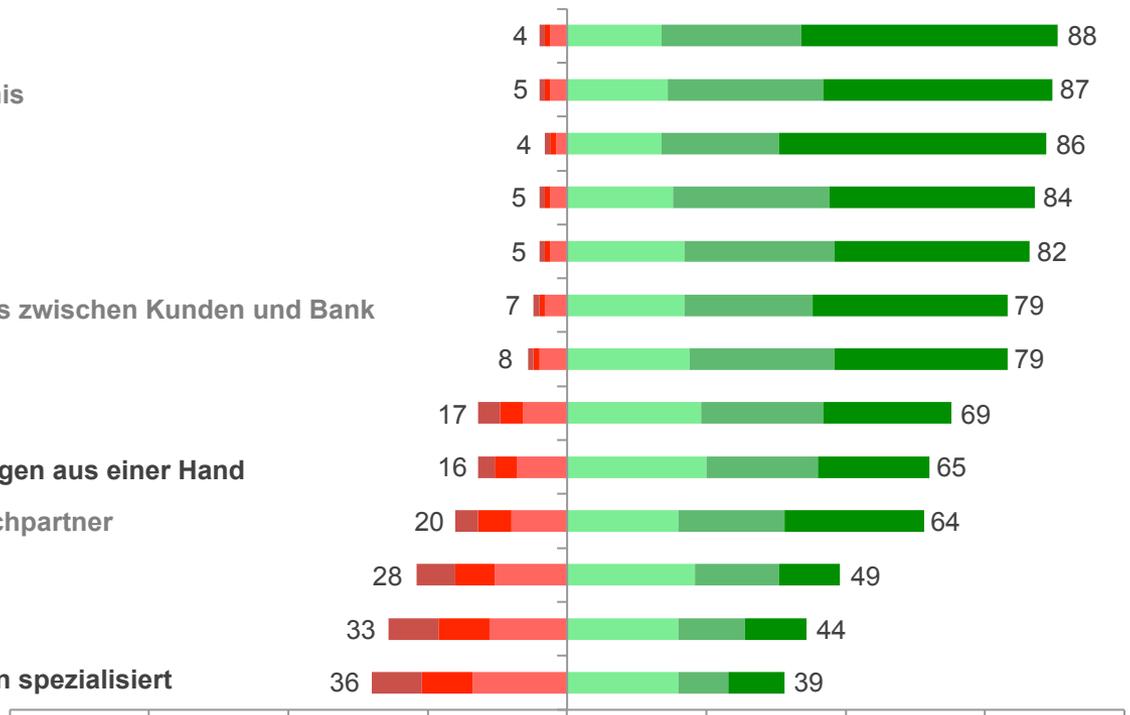
Merkmale einer „guten Bank“

„Wenn Sie einmal ganz allgemein an Banken und andere Finanzdienstleister denken: Wie wichtig sind Ihnen die folgenden Eigenschaften, wenn Sie die Leistungen der Banken und Finanzdienstleister bewerten möchten?“

Eine gute Bank ...

- ... hält, was sie verspricht
- ... bietet ein gutes Preis-/Leistungsverhältnis
- ... bietet absolute Sicherheit
- ... bietet günstige Konditionen
- ... drückt sich verständlich aus
- ... garantiert ein vertrauensvolles Verhältnis zwischen Kunden und Bank
- ... ist jederzeit erreichbar
- ... befindet sich in meiner Nähe
- ... bietet alle wichtigen Finanzdienstleistungen aus einer Hand
- ... hat für mich einen persönlichen Ansprechpartner
- ... ist sehr bekannt
- ... hat eine lange Tradition
- ... ist auf bestimmte Finanzdienstleistungen spezialisiert

in Prozent aller 25- bis 35-Jährigen



völlig unwichtig

sehr wichtig

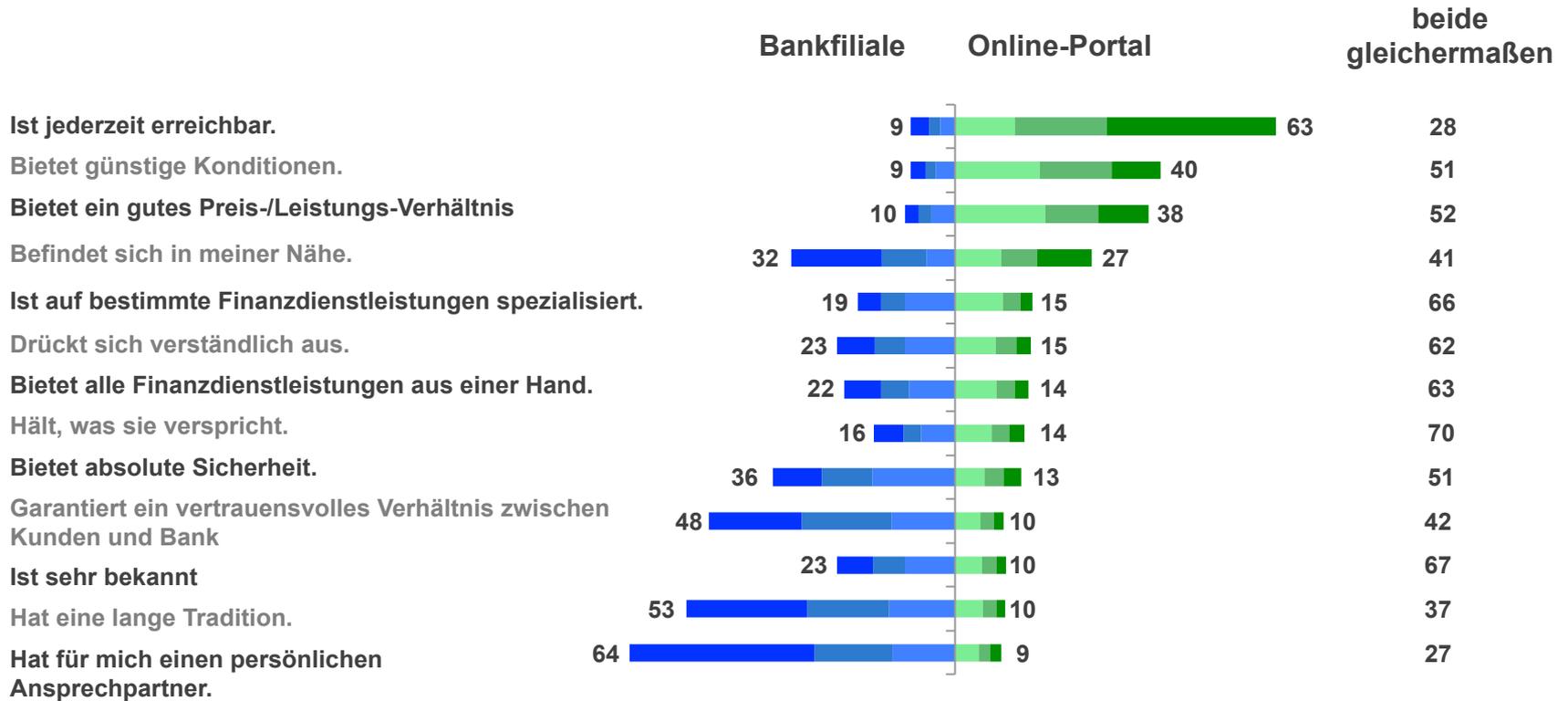
Die zu 100% fehlenden Werte entfallen auf die Antwort „teils/teils“.



Prof. Dr. Frank Brettschneider

Eigenschaften von Online- und Offline-Banking

„Wenn Sie die Leistungen, die Sie in einer Bankfiliale nutzen können, mit den Leistungen, die Sie auf dem Online-Portal einer Bank nutzen können, vergleichen: Wo treffen diese Eigenschaften stärker zu?“ (in Prozent der 25- bis 35-Jährigen)



Ansprechpartner „Die Bank der Zukunft“

Prof. Dr. Frank Brettschneider

Universität Hohenheim
Lehrstuhl für Kommunikationswissenschaft
Fruwirthstraße 46
70599 Stuttgart

Tel. 0711-459-24030

frank.brettschneider@uni-hohenheim.de
www.uni-hohenheim.de/komm/

