

PRIVATKUNDENGESCHÄFT

Jeder zweite Bankkunde in Deutschland würde Finanzprodukte von Bigtechs kaufen

51 Prozent der Bankkunden in Deutschland würden ein Finanzprodukt von einem etablierten Technologieunternehmen kaufen. In den Altersgruppen bis 34 Jahre sind es sogar mehr als 60 Prozent. Das geht aus der Studie „In Search of Customers Who Love Their Bank“ von Bain & Company hervor. An der Befragung haben weltweit rund 152.000 Bankkunden in 29 Ländern teilgenommen, darunter 9.600 in Deutschland.

Und damit nicht genug – die Akzeptanz der Bigtechs im Finanzbereich wächst, die Technologieunternehmen holen auch in Sachen Vertrauen auf. Noch immer vertrauen die Deutschen zwar ihrer Hausbank mehr als jedem Tech-Unternehmen. Doch eine Mehrheit von 56 Prozent der Befragten vertraut zumindest einem der großen Tech-Konzerne inzwischen mehr als der Bankbranche insgesamt. Als besonders verlässlich wird dabei Paypal eingestuft, auf den

Plätzen zwei bis vier folgen Amazon, das Versandhandelsunternehmen Otto sowie Google.

Die Studie bietet allerdings auch eine gute Nachricht für die Branche: In jüngster Zeit wächst die mit dem Net Promoter Score (NPS) messbare Loyalität der Kunden gegenüber vielen Banken. Unverändert verfügen die beiden Direktbanken ING und DKB über die loyalsten Kunden – ein Indiz für die zentrale Bedeutung digitaler Kanäle für den Erfolg im Retail-Banking des 21. Jahrhunderts.

Der NPS liegt bei den „Mobile First“-Kunden mit 25 Prozent deutlich über dem Wert anderer Kanäle (9 Prozent). Das wiederum heißt: „Wenn die Banken die Vorstöße der Tech-Konzerne abwehren wollen, müssen sie ihren Kunden einfache digitale Interaktionen bieten“, so Bain-Partner Dr. Markus Bergmann. Red.