

PRIVATKUNDENGESCHÄFT

Nur noch fünf Prozent der Kontakte über die Filiale

Deutsche Bankkunden stellen ihren Hausbanken insgesamt ein durchwachsendes Zeugnis aus. Das geht aus der seit 2015 jährlich durchgeführten Studie Performance Against Customer Expectations – PACE – von FIS zur Kundenzufriedenheit hervor. In den Kernmärkten Deutschland, Indien, USA und UK wurden jeweils mehr als 1000 Bankkunden zu ihrer Zufriedenheit sowie ihrer Einstellung gegenüber neuen Technologien und Services befragt. In Deutschland wissen lediglich die Direktbanken mit 85 Prozent zufriedenen Kunden zu überzeugen und konnten damit ihr gutes Vorjahresergebnis (82 Prozent) weiter verbessern. Bei Großbanken, Genossenschaftsbanken und Sparkassen sind die Ergebnisse weniger überzeugend: Während bei den Großbanken sowie den Genossenschaftsbanken jeweils 62 Prozent der Befragten angaben, extrem beziehungsweise sehr zufrieden zu sein, waren es bei den Sparkassen lediglich 56 Prozent. Die Direktbanken punkten beim Kunden mit günstiger Preisgestaltung, guter Transparenz und ihrer digitalen Kompetenz. Bei den Filialbanken führt die Straffung der Filialnetze bei Kunden zu Unmut.

Bei den Punkten Vertrauenswürdigkeit und Sicherheit entsprechen deutsche Kreditinstitute den Erwartungen nicht. Beide Punkte sind für Bankkunden essenziell und werden in ihrer Relevanz für das Verhältnis zur Bank mit 76 beziehungsweise 75 Prozent bewertet. Es bleibt eine Lücke von 19 beziehungsweise 18 Prozentpunkten zu den wahrgenommenen Werten. Kunden bemängeln, dass Transaktionen nicht ausreichend sicher seien, ferner bestehen Bedenken in puncto Datenschutz und Datenverwendung.

Auch die durchgehende Customer Experience entspricht häufig nicht den

Vorstellungen der Kunden. Hier lässt sich zwischen Erwartung und tatsächlicher Bewertung eine Diskrepanz von 11 Punkten feststellen.

Säulenübergreifend lässt sich ein deutlicher Wandel in der Kanalnutzung beobachten. In Deutschland finden lediglich noch fünf Prozent der Kontakte zwischen Institut und Kunde in der Filiale statt. Über die Website waren es 40 Prozent der Kontakte. Bereits 36 Prozent der Kontakte erfolgen via App, im Vorjahr waren es nur 20 Prozent. Die Nutzung von Geldautomaten ist gegenüber 2018 von 21 Prozent auf 16 Prozent zurückgegangen, auch der telefonische Kontakt ist von sieben Prozent auf vier Prozent geschrumpft. Immerhin 24 Prozent der Sparkassenkunden gaben an, eine App der Hausbank zu kennen. Die Nutzungsbereitschaft war bei allen Kundensegmenten jedoch deutlich höher.

Bei der Frage, in welchen Bereichen Kunden sich Investitionen wünschen, liegen digitale Services wie Mobile Payment oder Voice Banking nicht an erster Stelle. Stattdessen geben 61 Prozent der Befragten an, sich Technologien zu wünschen, deren Einsatz letztlich die Bankgebühren reduzieren werden.

Open Banking sehen die deutschen Verbraucher Open Banking deutlich positiver als im letzten Jahr. Erheblich mehr Verbraucher glauben, dass die Vorteile die Risiken überwiegen (17 Prozent gegenüber 9 Prozent im Jahr 2018). Immerhin jeder zehnte Befragte nutzt die Dienste eines Fintechs. Beim Rennen um den direkten Zugang zum Kunden liegen Banken aber vorne: Bei der Entscheidung zwischen Bank und Fintech gaben 73 Prozent an, eher die App einer Bank nutzen zu wollen. Red.