

## DIGITALISIERUNG

## Video-Bankberatung überzeugt die Deutschen noch nicht

In der Digitalisierung der Bankberatung hat die Corona-Pandemie offenbar weit weniger Niederschlag gefunden, als man meinen könnte. Diesen Schluss legt eine Studie von Yougov nahe, für die im Februar 2021 insgesamt 4100 Verbraucher in Deutschland (2097), Österreich (1001) und der Schweiz (1002) repräsentativ für die Bevölkerung ab 18 Jahren befragt wurden. 91 Prozent der Verbraucher in Deutschland haben demnach noch nie von einer Video-Bankberatung Gebrauch gemacht, jeweils 2 Prozent haben das schon vor der Corona-Pandemie getan beziehungsweise sowohl vor als auch während der Pandemie und 3 Prozent während der Pandemie.

Ausschlaggebend für den geringen Nutzungsgrad ist vor allem fehlender Bedarf. Das geben 78 Prozent der Deutschen, 74 Prozent der Österreicher und 73 der Schweizer an. Die Umfrage offenbart jedoch auch noch ein beträchtliches Maß an Skepsis. So bezeichnen 28 Prozent der Befragten in Deutschland und Österreich und 25 Prozent der Eidgenossen eine Video-Bankberatung als für sie „persönlich nicht ansprechend“, knapp jeder Zehnte sorgt sich um den Datenschutz. Und vor allem in Deutschland fehlt teilweise (7 Prozent) noch die technische Ausstattung.

Die Mehrheit derjenigen, die noch nie eine Video-Bankberatung genutzt haben, kann sich auch (eher) nicht vorstellen, dies künftig zu tun. Dabei sind die Deutschen mit 59 Prozent skeptischer als Österreicher (54 Prozent) und Schweizer (55 Prozent).

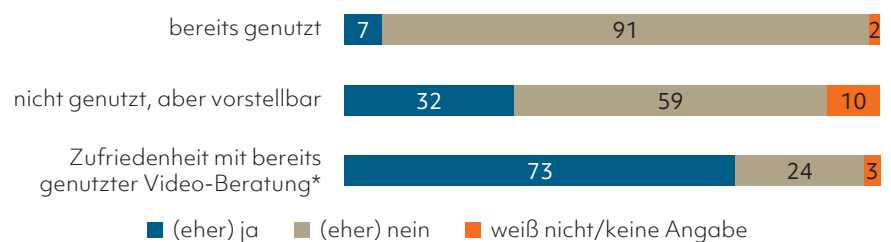
Hierzulande kann sich nur knapp jeder Dritte ohne Erfahrung mit einer Video-Bankberatung (eher) vorstellen, diese künftig zu nutzen (32 Prozent). In Österreich liegt der Anteil mit 39 Prozent am höchsten, in der Schweiz sind es 36 Prozent.

Deutschland hinkt den Umfrageergebnissen zufolge übrigens nicht nur bei der Bereitschaft hinterher, sich auf eine Beratung per Videochat einzulassen, sondern auch bei der Zufriedenheit nach erfolgter Nutzung. 24 Prozent derjenigen Befragten in Deutschland, die damit bereits Erfahrungen haben, bezeichnen sich als unzufrieden oder eher unzufrieden.

sammenhängen. So sind für die Deutschen Verständigungsschwierigkeiten zum Beispiel durch eine schlechte Internetverbindung sowie Probleme beim Austausch von Dokumenten (jeweils 44 Prozent) die meistgenannten Nachteile der Video-Bankberatung. Damit allein wird sich die im Ländervergleich geringe Zufriedenheit jedoch nicht erklären lassen. Denn die entsprechenden Werte in Österreich und der Schweiz sind vergleichbar oder liegen sogar noch höher.

Als Zielgruppe für Video-Bankberatung in Deutschland macht die Studie eher Männer als Frauen aus, vor allem in der Altersgruppe ab 45 Jahre.

## Jeder Vierte mit Video-Bankberatung nicht zufrieden



Nutzung von Video-Bankberatung in Deutschland und Erfahrungen damit in Prozent, n = 2097 Verbraucher, repräsentativ für die deutsche Bevölkerung ab 18 Jahren, \* n = 129 Befragte, die bereits Gebrauch mit einer Video-Beratung gemacht haben.

Quelle: Yougov

Damit liegt dieser Anteil um sechs beziehungsweise sieben Prozentpunkte höher als in Österreich und der Schweiz. Als zufrieden oder eher zufrieden äußern sich hierzulande 73 Prozent gegenüber 77 Prozent in Österreich und 79 Prozent in der Schweiz. Das mag ein Stück weit mit der digitalen Infrastruktur zu-

Viele von denen, die sich vorstellen können, eine solche digitale Beratung in Anspruch zu nehmen, sind technologieaffin und haben auch weniger Sicherheitsbedenken beim Onlinebanking. 69 Prozent können sich darüber hinaus auch vorstellen, ihre benötigten Versicherungen online abzuschließen. Red.