

KAPITEL 3

ihre Kontoauszüge per Post zu erhalten. Es gibt in diesem Befragungssample insgesamt 10 % «Sylvias», in der Schweiz ist der Anteil jedoch mit 12 % der Befragten deutlich höher als in den anderen Ländern (je 9 %). Im Vergleich zur Vorgängerstudie *#getintouch* aus dem Jahr 2020 hat sich der Anteil der analogen Sylvias in der Schweiz jedoch um 40 % reduziert.



Michael

Die «Digital»-Persona

Die «Digital»-Persona nutzt maximal zwei analoge Touchpoints und zwischen fünf und zehn digitale Touchpoints. Sie ist tendenziell eher männlich (57 %). In dieser Gruppe nutzen 100 % der Befragten E-Banking und 96 % nutzen Mobile Banking. 31 % der befragten Personen gehören zu dieser Persona. Gerade in Österreich ist sie mittlerweile ebenso dominant (36 %) wie die «Wenig Touchpoints»-Persona Petra (37 %). Die wenigsten «Michaels» gibt es anteilmässig in Deutschland (25 %). Das starke Wachstum in der Schweiz im Vergleich zur Vorgängerstudie *#getintouch* von 2020 um knapp 100 % führen wir auf die Entwicklungen während der Coronapandemie zurück. Gerade im Bereich der Payments sehen wir eine ähnliche Entwicklung auch in anderen IFZ-Studien.



Hans (Dampf)

Die «Viel Touchpoints»-Persona

Die «Viel Touchpoints»-Persona nutzt mehr als zwei analoge Touchpoints und zwischen fünf und zehn digitale Touchpoints. Die Persona ist eher männlich (52 %). Diese Persona umfasst vor allem Millennials der Generation Y (49 %). 94 % der Befragten nutzen Mobile Banking. Diese Persona ist gut über digitale wie analoge Werbung und Newsletter erreichbar, 55 % dieser Gruppe erhalten ihren Kontoauszug per Post und etwas mehr als ein Drittel (37 %) möchte das auch in Zukunft so haben. Aber Hans nutzt auch Online-Tools wie Hypothekar- oder Vorsorgerechner (65 %). Interessant ist, dass der Berater für diese Gruppe die mit Abstand wichtigste Rolle im Vergleich zu den anderen drei betrachteten Kundengruppen spielt (92 %). Auch ist diese Persona sogar häufiger am Bankschalter zu finden als die «Analog»-Persona Sylvia. Mit 17 % befragten Personen umfasst das Befragungssample allerdings vergleichsweise wenige «Hans Dampfs». Im Vergleich zur 2020er Studie *#getintouch* zeigen sich bei dieser Persona die wenigsten Veränderungen.