

KAPITEL 4 DIE TOUCHPOINT-NUTZUNG VON BANKKUNDEN IN DER DACH-REGION

4.1. E-Banking und Mobile Banking – die Infrastruktur im Selfservice

Jeder nutzt heute E-Banking. Jeder? Nun ja, fast jeder. Gesamthaft nutzen 90 % der Befragten E-Banking. In der Gruppe der «digitalen Michaels» sogar 100 %. Am wenigsten nutzen die «analogen Sylvias» das E-Banking. Doch selbst in dieser Gruppe finden sich knapp 67 % der Nutzer. Und E-Banking wird überall genutzt: auf dem Land, in der Stadt, in den Randgebieten, also unabhängig vom Wohnort. Auch das Alter hat kaum einen Einfluss auf die E-Banking-Nutzung. E-Banking lässt sich also quasi als Basis-Infrastruktur der Bank-Kundenbeziehung bezeichnen.

Mobile Banking hingegen nutzen «nur» 82 % der Befragten. 262 Befragte, also 18 % der Befragten, nutzen das Mobile Banking nicht. Für die Nichtnutzung gaben 40 % der Befragten immer noch an, Sicherheitsbedenken zu haben. Das ist besonders interessant, bietet doch das Smartphone als «persönlichstes Device» (Kreutzer, Ralf T., *Online Marketing*, 2016, S. 109) in der Regel wesentlich bessere Möglichkeiten einer Sicherung (bspw. durch biometrische Erkennung) als der Laptop oder Desktop Computer. Hier liegt für die Banken nach wie vor eine spezifische Kommunikationsaufgabe, die Prinzipien und den Nutzen eines dreidimensionalen Sicherheitsverfahrens besser zu vermitteln. Gerade das ist über das Mobile Banking leicht abzubilden. Der Kunde hat etwas (das Smartphone), er weiss etwas (seine Geheimzahl) und er ist etwas (nämlich biometrisch eindeutig zu identifizieren).

Die meisten Kunden nutzen sowohl E-Banking als auch Mobile Banking. Dieser Anteil ist gegenüber der nur in der Schweiz durchgeführten Studie #getintouch von 2020 wesentlich angestiegen.

