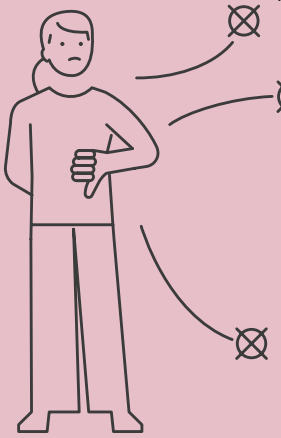
KAPITEL 4

Multiexperience-Ansatzes gibt es hier jedoch für die Banken viel zu tun. Lediglich eine Minderheit der Befragten bejaht Aussagen wie:

Bankkundenaussagen



«Mein E- oder Mobile Banking liefert mir exakt die gleiche Information wie mein Berater.»

«In meinem E- oder Mobile Banking finde ich alle Informationen auch zu Beratungsgesprächen, die ich mit der Bank gehabt habe.»

«Mein E- oder Mobile Banking liefert mir bessere Informationen als mein Berater»

Abb. 12, Bewertung der Erfahrungen mit dem Schalterbesuch (n=1490)

Es ist den Banken offenbar bis heute nicht gelungen, alle Informationen über die Kundenbeziehung auch dem Kunden zur Verfügung zu stellen. So entsteht nach wie vor Intransparenz und der Kunde ist nicht in der Lage, die Beziehung zur Bank gänzlich digital zu führen. Hintergrund hier ist die (strategische) Entscheidung der Bank, dem Berater die Beziehungsführung zu überlassen, obwohl Kunden ihre Berater im Vergleich zur Anzahl von Interaktionen im E- oder Mobile Banking verhältnismässig wenig sehen oder hören.

Über diese Sachverhalte hinaus ist interessant, welche Funktionalitäten des E- oder Mobile Bankings die Befragten nutzen und schätzen. Dabei wurden 26 Funktionalitäten nach Wichtigkeit auf einer Skala von 0 (gar nicht wichtig) bis 4 (sehr wichtig) beurteilt.

 © 2024 Hochschule Luzern Institut für Finanzdienstleistungen Zug