

INHALT

4.9. Videoberatung – noch ein echtes Nischenthema	50
4.10. Social Media – im Banking ein ambivalentes Thema	51
4.11. Das Metaverse – nur ein Hype?	53
4.12. Bedeutung von Post-Korrespondenz – nicht nur für die «analoge Sylvia» unverzichtbar	54
5. Die Retailbanken sind grösstenteils kundenorientiert	57
6. Fazit und Empfehlungen für die Retailbanken in der DACH-Region	60
7. Technologie zur Sicherstellung eines differenzierenden Kundenerlebnisses im Banking	62
Anhang	65