

KAPITEL 1 HINTERGRUND DER STUDIE

1.1. Ausgangssituation und Ziele der Studie

Auch in dieser Studie rücken wir den Kunden¹ in den Mittelpunkt. Denn die Retailbanken in der DACH-Region reden seit Jahren schwergewichtig über die Bewältigung der Digitalisierung. Hier fokussieren sich alle Trendthemen und die populärsten Managemententscheide. Uns interessiert dabei, welche digitalen und analogen Berührungspunkte zum Kunden wirklich genutzt werden. Welche Kundenbedürfnisse können Banken heute erfüllen, wo gibt es Verbesserungspotenzial?

Die Initiatoren dieser Studie hat also der Bankkunde als Mensch interessiert. Sind deutschsprachige Bankkunden wirklich schon so digital? Welche Rolle spielen E-Banking, Chat, der physisch verschickte Kontoauszug, der Bankberater, das Contact Center mit dem wichtigsten Berührungspunkt Telefon, das Smartphone und seine Apps sowie der Schalter? Und vor allem interessierte uns, wann und wie Kunden diese Berührungspunkte nutzen, sprich wie diese Touchpoints zusammenspielen.

Diese Überlegungen zogen folgende Forschungsfragen nach sich:

- Welche Touchpoints nutzen Kunden?
- Wie bewerten Kunden diese Touchpoints?
- Welche Funktionen wollen Kunden?
- Was sind die wichtigsten Handlungsfelder der Zukunft?
- Wie integriert können Banken die Touchpoints aus Sicht ihrer Kundschaft bespielen?
- Welche Entwicklungen beobachten wir über die untersuchten Generationen?

¹Es sind stets Personen männlichen und weiblichen Geschlechts gleichermassen gemeint; aus Gründen der einfacheren Lesbarkeit wird im Folgenden nur die männliche Form verwendet.