

KAPITEL 4

4.6. Freizeitthemen dominieren Bankevents in der Kundenwahrnehmung

Ein Viertel der Befragten (23 %) hat Erfahrungen mit einem Bankevent gemacht. Die Meisten davon in der Schweiz (28 % vs. 24 % in Österreich und lediglich 15 % in Deutschland). Dabei zeigt sich, dass die Befragten der Generation X Bankevents wesentlich weniger schätzen, als die Befragten aller anderen Generationen. Dies kann daran liegen, dass die Angehörigen der Generation X die meisten wichtigen Bankentscheidungen ihres Lebens bereits getroffen haben und wenig Updates benötigen. Die Generation Z hat in diesem Zusammenhang offenbar noch den grössten Bedarf. Hier geben 31 % an, schon einen Bankenevent besucht zu haben. Inhaltlich dominieren ganz klar die Freizeitthemen wie Sport, Musik oder Kultur. Sie machen 43 % aller Erfahrungen aus. 30 % der Eventbesucher besuchten einen Anlageevent, 24 % informierten sich zu den Themen der privaten Vorsorge. Lediglich 15 % der befragten Eventbesucher informierten sich in dieser Form über Finanzierungsthemen bzw. eine Hypothek. Die genaue Verteilung zeigt Abbildung 29:

