

## KAPITEL 4

Interessant sind die Gründe, warum Kunden noch nie an einem Bankevent teilgenommen haben. So gaben 34 % der Kunden an, die noch nie an einem Event waren, sie seien noch nie eingeladen oder von der Bank darauf aufmerksam gemacht worden. 30 % gaben an, sie hätten bislang keinen Bedarf gehabt, seien aber durchaus interessiert.



Sehr divers ist das Bild, werden die Kunden nach dem präferierten Touchpoint für eine Einladung zu einem Event gefragt. Hier dominiert zwar die E-Mail-Benachrichtigung (mit 31% aller Befragten) vor der schriftlichen Einladung per physischem Postversand (mit 22%), vor allem bei der «Analog»-Persona Sylvia. Ähnlich hohe Präferenzen gelten für die Mobile App (21%) oder eine Nachricht über das Kundenportal (20%). Lediglich 12% möchten Eventinformationen gerne dem Newsletter entnehmen. Immerhin 11% der befragten Bankkunden gaben an, eine Einladung als Nachricht auf dem Smartphone zu präferieren. Dieser Wert stagniert seit der Vorgängerbefragung #getintouch von 2020. 21% der Befragten gaben an, generell keine Einladungen zu Events zu wünschen. Die vollständige Bewertung aller Optionen zeigt die anschließende Abbildung 31: