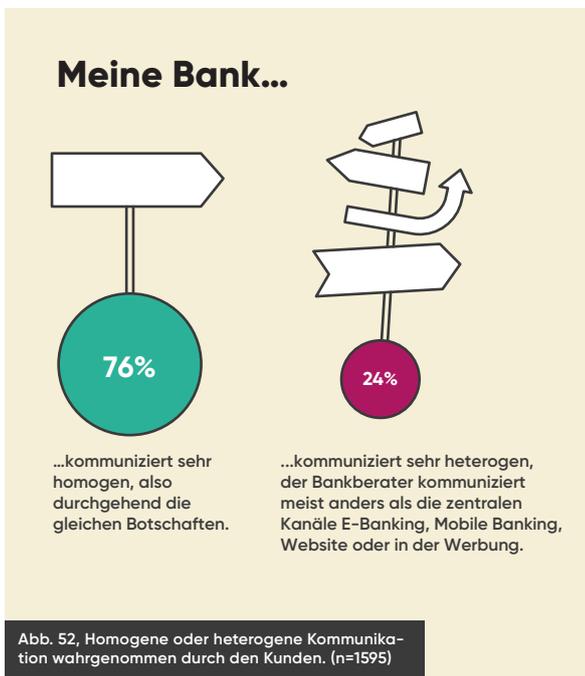


KAPITEL 5

Auch wird die Kommunikation der Bank als mehrheitlich einheitlich wahrgenommen. So geben 76% der Befragten an, ihre Bank kommuniziere sehr homogen, also durchgehend, die gleichen Botschaften. 24% empfinden die Bank-Kommunikation als heterogen. So kommuniziert der Bankberater meist anders als die zentralen Kanäle E-Banking, Mobile Banking oder die Website.



Grundsätzlich ist festzustellen, dass die «Analog»-Persona Sylvia (30%) und der «Viel Touchpoints»-Nutzer Hans (31%) die meisten Einschätzungen als «heterogen» vornehmen. Sie erleben häufig mehr analoge und digitale Touchpoints nebeneinander.

Bei der Ansprache sind die Kunden recht unterschiedlicher Meinung, ob sie mit «Du» oder per «Sie» angesprochen werden wollen. Knapp die Hälfte der befragten Bankkunden bevorzugt dabei nach wie vor das «Sie».

