

# ANHANG

---

<b>Abb. 36</b> , Akzeptanz der Einbindung von Chat (n=393).....	<b>49</b>	<b>Abb. 45</b> , Dokumente, die 2023 mit der Post verschickt wurden (n=1595).....	<b>54</b>
<b>Abb. 37</b> , Zufriedenheit mit dem Chat von Banken (n=816).....	<b>49</b>	<b>Abb. 46</b> , Physisch vs. online – Verträge wollen Kunden nach wie vor per Post! (n=1595).....	<b>55</b>
<b>Abb. 38</b> , Besprechungsthemen im Videoservice (n=263).....	<b>50</b>	<b>Abb. 47</b> , Warum wollen Kunden Dokumente physisch? (n=1595).....	<b>55</b>
<b>Abb. 39</b> , Nutzung von Social Media (n=1595)...	<b>51</b>	<b>Abb. 48</b> , physische Kontoauszüge geschlüsselt nach Persona (n=1595).....	<b>56</b>
<b>Abb. 40</b> , Ansprüche an Social Media (n=1595).....	<b>51</b>	<b>Abb. 49</b> , physische Kontoauszüge geschlüsselt nach Generation (n=1595).....	<b>56</b>
<b>Abb. 41</b> , Gründe für die Ablehnung von Social Media im Zusammenhang mit Bankgeschäften (n=739).....	<b>52</b>	<b>Abb. 50</b> , NPS-Kategorien (n=1595).....	<b>57</b>
<b>Abb. 42</b> , Verwendete Social Media Touchpoints in Bezug auf Retail Banking (n=1595).....	<b>52</b>	<b>Abb. 51</b> , Möglichkeiten für Cross-Selling (n=1595).....	<b>58</b>
<b>Abb. 43</b> , Retail Banken der DACH-Region sollten nicht zwingend im Metaverse präsent sein. (n=1595).....	<b>53</b>	<b>Abb. 52</b> , Homogene oder heterogene Kommunikation wahrgenommen durch den Kunden. (n=1595).....	<b>59</b>
<b>Abb. 44</b> , Was sollte eine Bank im Metaverse machen? (n=147).....	<b>53</b>	<b>Abb. 53</b> , Ansprache durch die Bank (n=1595) ..	<b>59</b>
		<b>Abb. 54</b> , AI in CX (Quelle: Hafner & Henn, CEX Trendradar).....	<b>63</b>

## Gestaltung

Guppy Design GmbH, Hamburg  
Tanja Deutschländer

## Grafiken & Illustrationen

Tanja Deutschländer, Thomas Kappes,  
streamlinehq.com

April 2024