

EY Global Consumer Banking Survey 2016

Welche Bedeutung und Relevanz
haben Banken für ihre Kunden noch?

Pressegespräch

Frankfurt, 17. Oktober 2016

Design der Studie

Ihr Ansprechpartner



Ulrich M. Trinkaus

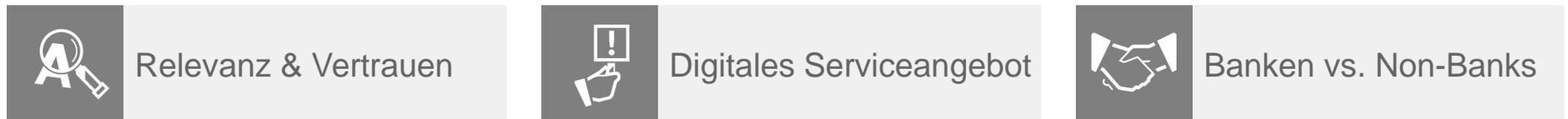
Ernst & Young GmbH
Partner, Retail Banking
Mergenthalerallee 3 – 5
65760 Eschborn
+49 6196 996 25173
Ulrich.Trinkaus@de.ey.com

- ▶ Für den Global Consumer Banking Survey werden seit 2010 jährlich weltweit Bankkunden befragt.
- ▶ Im Frühjahr 2016 wurden rund 55.000 volljährige Personen in 32 Ländern befragt, die selbst Finanzentscheidungen treffen.
In Deutschland wurden mehr als 2000 Bankkunden befragt.
- ▶ Befragungssample in Deutschland
 - ▶ Weibliche Befragte: 51 Prozent
 - ▶ Männliche Befragte: 49 Prozent
 - ▶ Altersstruktur
 - 18 – 34 Jahre: 27 Prozent
 - 35 – 49 Jahre: 24 Prozent
 - 50 Jahre und älter: 48 Prozent

Hintergrund und Ziele der Studie

- ▶ Alle zwei Jahre veröffentlicht EY eine Studie mit Fokus auf das **Retail Banking** – die **Global Consumer Banking Survey**. Die Studie untersucht dabei die Einstellung und Ansicht von Bankkunden zu den wichtigsten und aktuellen Themen der Bankenbranche.
- ▶ Das Ziel ist es, **Einsichten** in das **Kundenverhalten** zu gewinnen, um zu verstehen, wie Banken trotz der sich **verändernden Marktbedingungen** und **Kundenbedürfnisse** relevant für ihre Kunden bleiben können. Auch sollte sich von den Ergebnissen ableiten lassen, wie die **Loyalität** und **Zufriedenheit** des Kunden gesteigert werden kann.
- ▶ Insbesondere wird sowohl das digitale Konsumentenverhalten als auch das digitale Leistungsangebot der Banken untersucht.

Die drei wesentlichen Dimensionen der Studie:

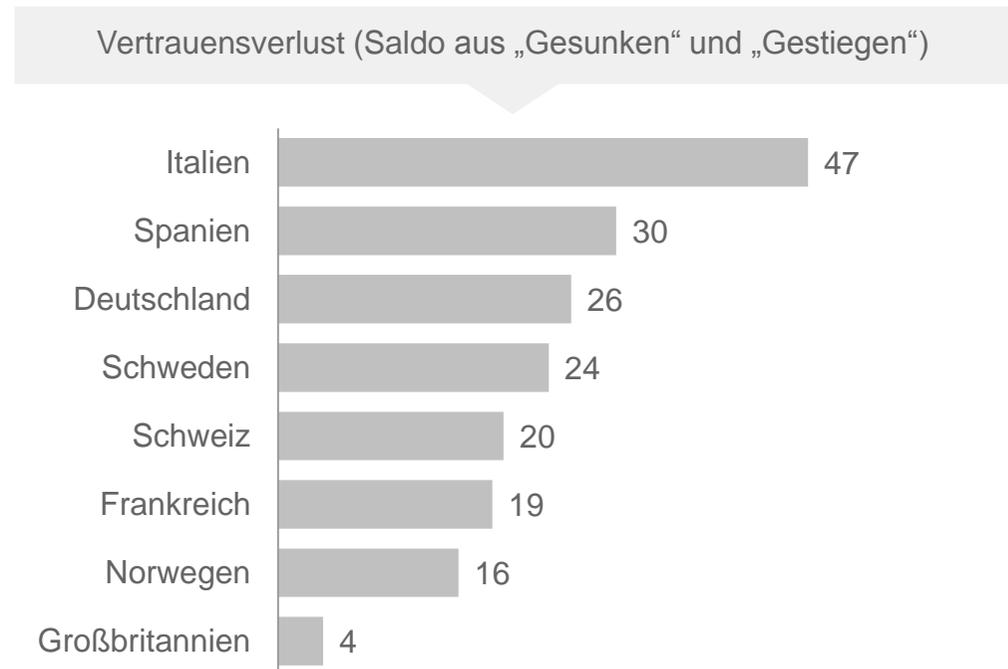
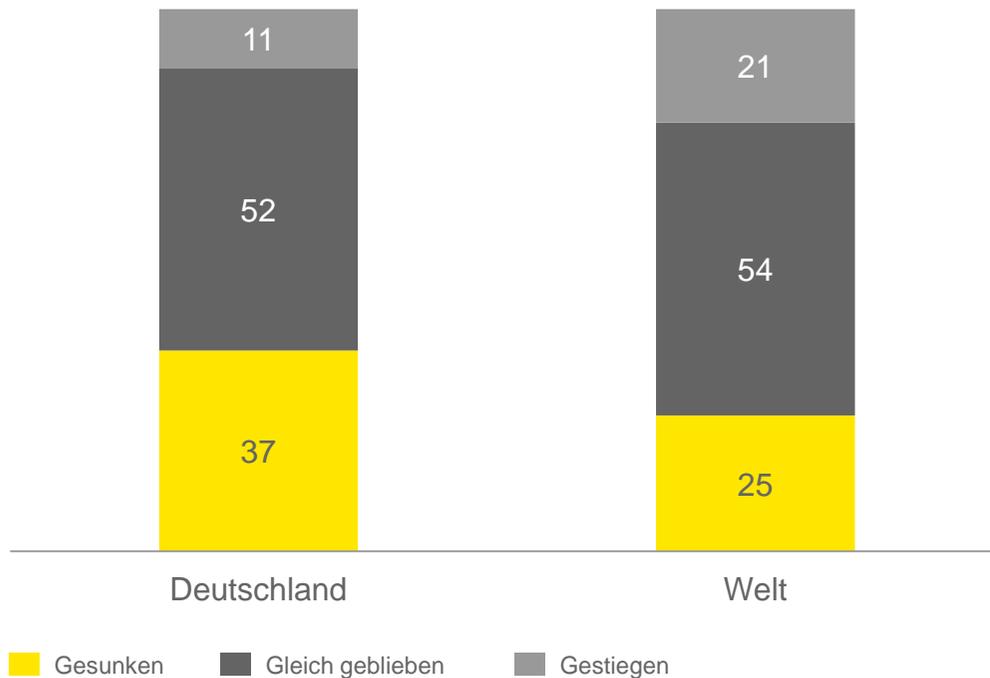


Relevanz der Banken und Vertrauen der Kunden



Das Vertrauen in die Bankenbranche sinkt weiter – in Deutschland noch stärker als im weltweiten Vergleich

„Wie hat sich Ihr Vertrauen in die Bankenbranche in den vergangenen zwölf Monaten verändert?“

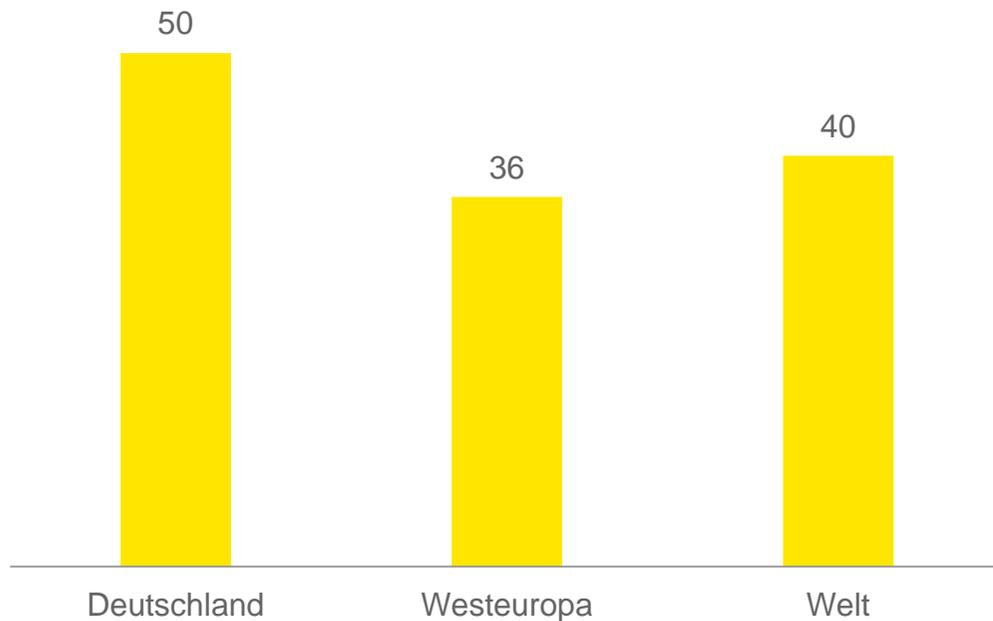


- ▶ Auch im neunten Jahr nach Ausbruch der Finanzkrise sinkt weltweit das Vertrauen der Kunden in die Banken, insbesondere in den Krisenländern.
- ▶ In Deutschland geben zwei von fünf Bankkunden an, dass ihr Vertrauen in die Bankenbranche gesunken sei, von einem Vertrauensgewinn berichten nur 11 Prozent der Befragten.

Alle Angaben in Prozent

Deutsche Kunden Vertrauen ihrer Hausbank ...

„Wie groß ist Ihr Vertrauen in Ihren primären Finanzdienstleister?“



Kunden, die ihrer Hausbank voll vertrauen (Auswahl)

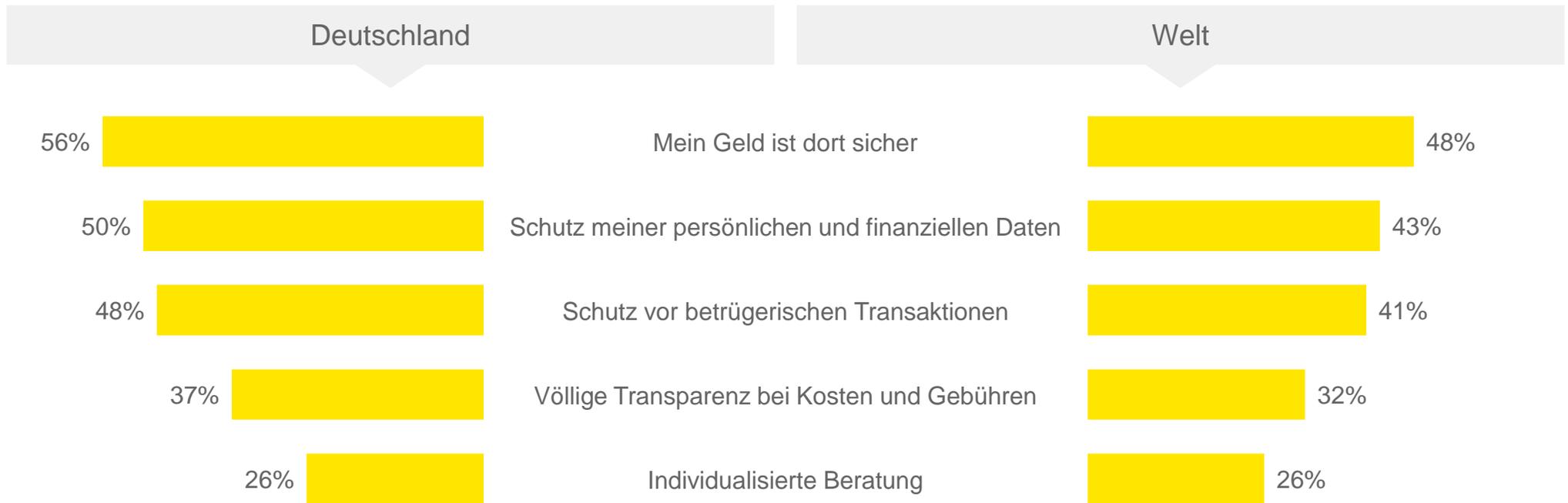
Schweiz	57
Deutschland	50
Norwegen	47
Schweden	39
Dänemark	38
Griechenland	35
Großbritannien	35
Frankreich	34
Finnland	33
Holland	29
Spanien	27
Italien	24
Irland	21

- ▶ Vertrauen in die Hausbanken in Deutschland am zweithöchsten.
- ▶ Geringstes Vertrauen in den von der Finanzkrise schwer getroffenen Ländern Spanien, Italien und Irland

„Kunden, die ihrer Hausbank voll vertrauen“ | Alle Angaben in Prozent

... und nennen Sicherheit und Schutz vor Betrug als wichtigste Gründe für ihr Vertrauen

„Wie groß ist Ihr Vertrauen in Ihren primären Finanzdienstleister im Hinblick auf die folgenden Aspekte?“

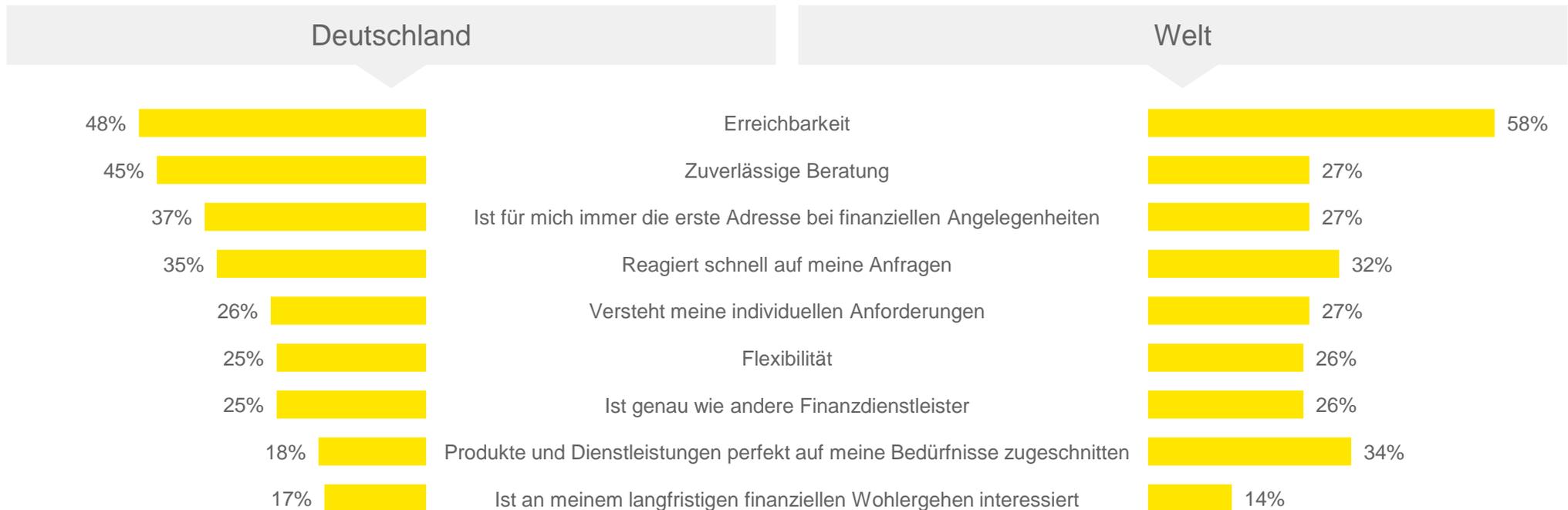


- ▶ Mehr als jeder zweite Kunde in Deutschland gibt „Sicherheit“ als wesentlichen Grund für das Vertrauen in die Hausbank an
- ▶ Weltweit glauben weniger Kunden, dass ihr Geld oder ihre Daten bei ihrer jeweiligen Hausbank sicher sind

Hausbank gilt als gut erreichbar und zuverlässig – geht aber zu wenig auf individuelle Bedürfnisse ein



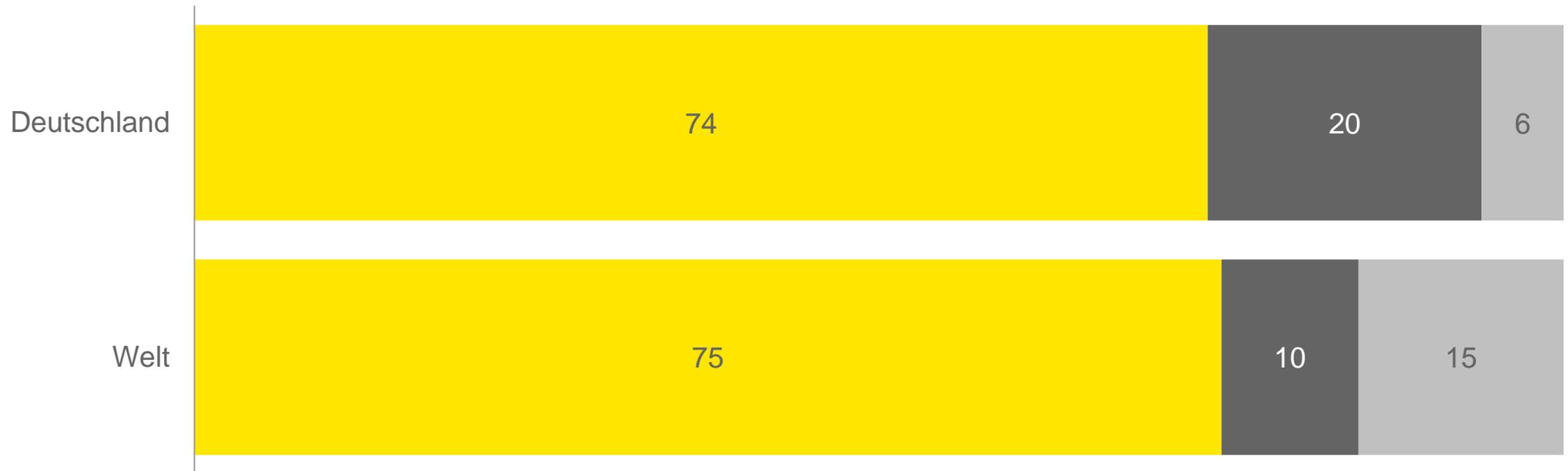
„Welcher der folgenden Aspekte trifft auf ihre Hausbank zu?“



- ▶ Deutsche Bankkunden sehen ihren primären Finanzdienstleister als zuverlässigen Berater, der stets erreichbar für Sie ist
- ▶ Nur jeder fünfte Bankkunde findet, dass seine Hausbank auf seine individuellen Bedürfnisse eingeht. Banken müssen daher ihre Kunden besser verstehen um ein individuelles Angebot und Kundenerlebnis zu liefern.

Banken mit breitem Filialnetz nach wie vor gefragt

„Welche Art Anbieter betrachten Sie als Ihren wichtigsten bzw. „primären“ Finanzdienstleister?“



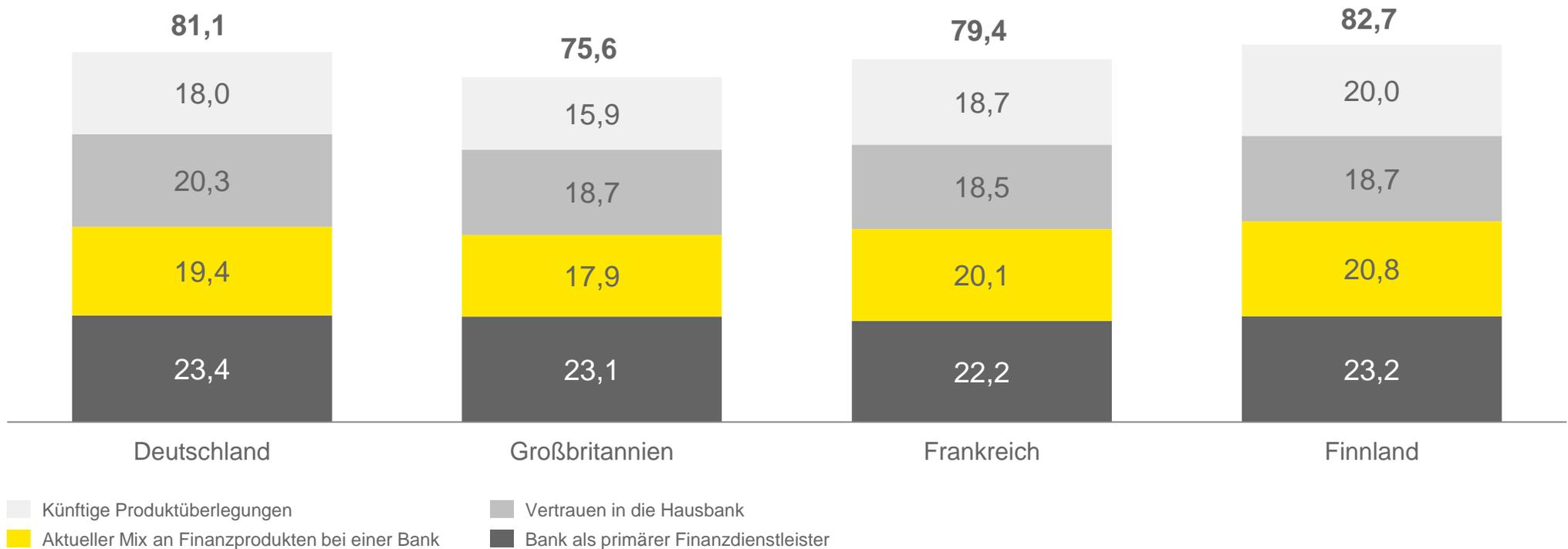
■ Filialbank ■ Direktbank ■ Andere/Nicht-Banken

- ▶ Filialbanken in Deutschland nach wie vor gefragt
- ▶ Allerdings nutzt bereits jeder fünfte Deutsche Direktbanken
- ▶ Im weltweiten Vergleich werden alternative Finanzdienstleister in Deutschland signifikant weniger genutzt

Angaben in Prozent

Bank Relevanz Index: In Deutschland haben Banken für Kunden überdurchschnittlich hohe Bedeutung

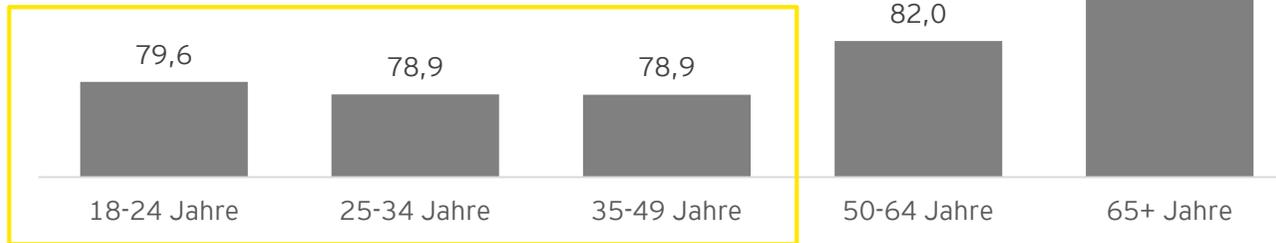
Weltweit: 75,1



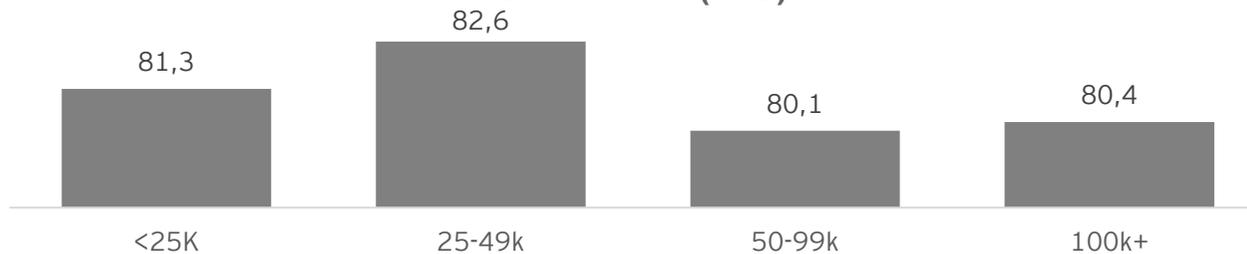
- ▶ Von 100 möglichen Punkten erhalten deutsche Banken 81,1 – das ist deutlich mehr als der globale Durchschnitt von 75,1
- ▶ Lediglich skandinavische Länder kommen auf ähnlich hohe oder höhere Werte

Jedoch neigen junge Kunden mit hohem Bildungsniveau zu alternativen Finanzdienstleistern

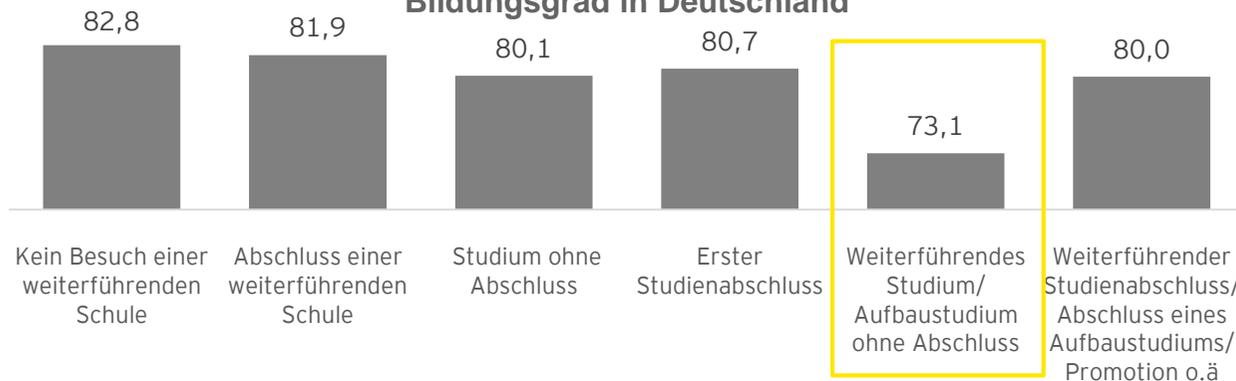
Bank-Relevanz nach Altersgruppen in Deutschland



Bank-Relevanz nach Einkommen in Deutschland (USD)



Bank-Relevanz nach Bildungsgrad in Deutschland



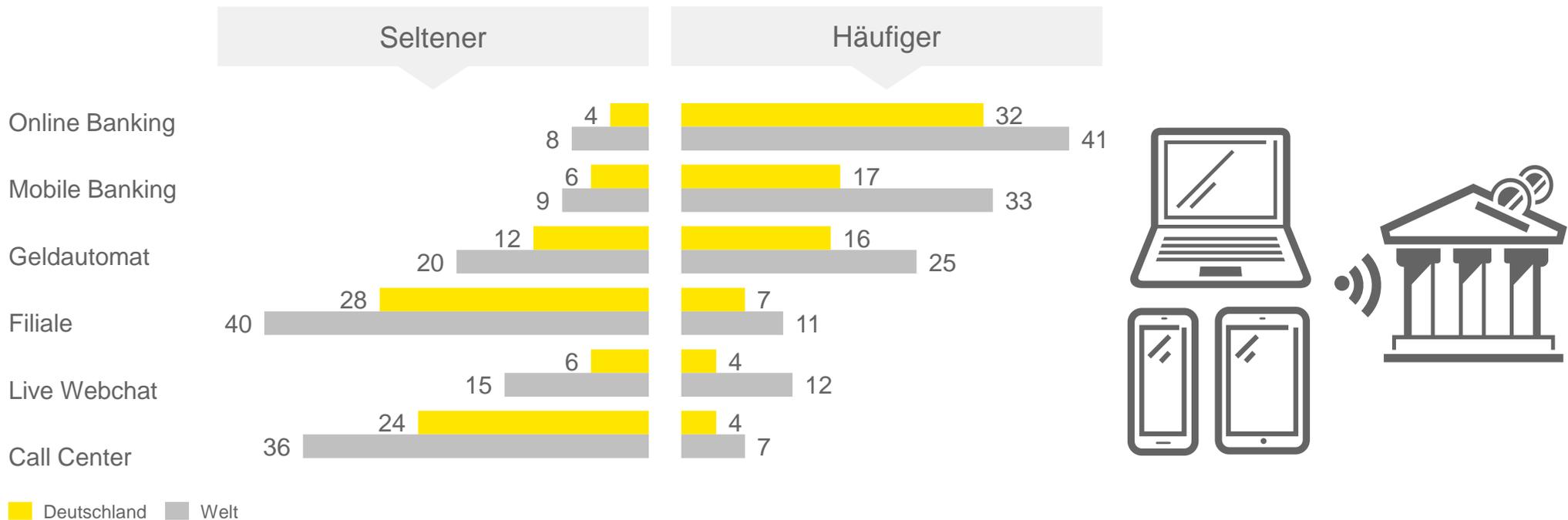
- ▶ Junge Kunden mit hohem Bildungsniveau und gutem Verdienst neigen zu alternativen Finanzprodukten und – dienstleistern
- ▶ Insbesondere bei Befragten, die ihren Master anstreben liegt der Bank Relevanz Index mit 73,1 deutlich unter dem Durchschnittswert für Deutschland (81,1)

Digitaler Auftritt der Banken



Bankkunden nutzen zunehmend das Internet – in Deutschland zögerlicher als im Rest der Welt

“Welche der folgenden Kanäle nutzen Sie heute “häufiger” oder “seltener” als vor 12 Monaten zur Interaktion mit ihren Finanzdienstleistern?”

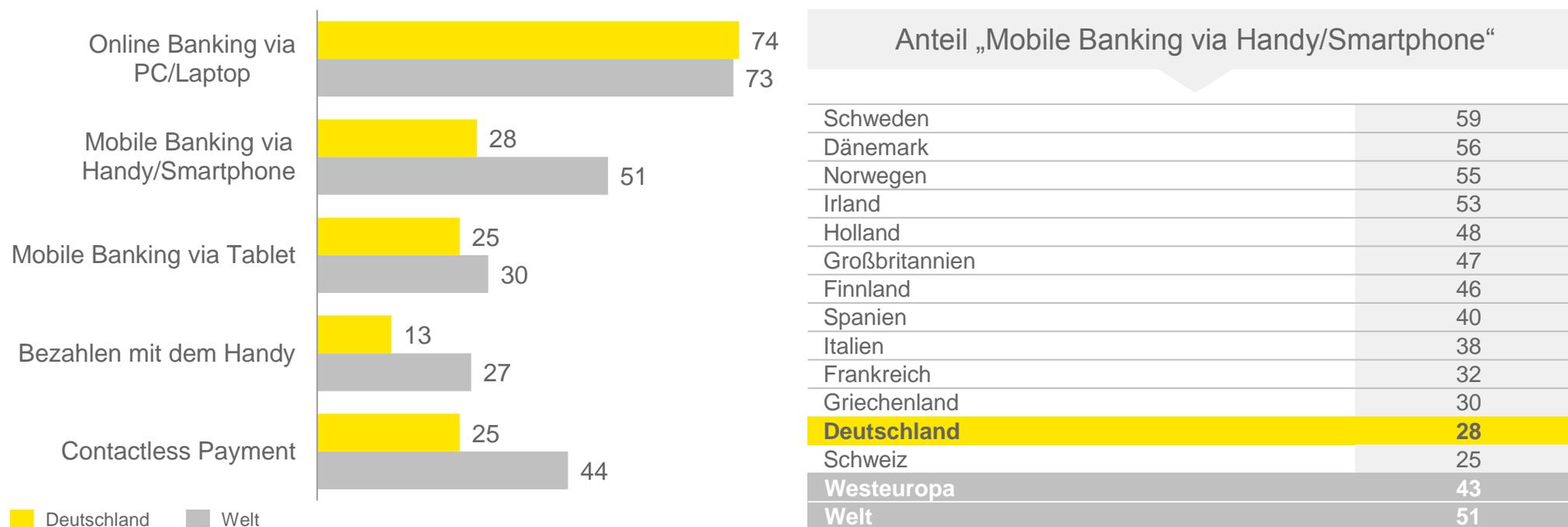


- ▶ Onlinebanking und Mobilebanking nehmen zu – in Deutschland sind die Kunden allerdings zurückhaltender als im weltweiten Vergleich
- ▶ Die Filiale wird immer seltener aufgesucht – drei von zehn Kunden in Deutschland sind im vergangenen Jahr seltener in ihre Bankfiliale gegangen

Mobile Banking in Deutschland und der Schweiz am seltensten genutzt



„Welchen der folgenden Services haben Sie in den vergangenen 12 Monaten genutzt?“



- ▶ Die Kommunikation mit dem Finanzdienstleister findet immer mehr über digitale Kanäle statt
- ▶ Anzahl der Mobile-Banking-Nutzer ist in Deutschland noch sehr gering

Bankkunden verwalten ihre Finanzen zunehmend selbst online oder mobil – in Deutschland noch Potenzial



DEUTSCHLAND



WELT

Durch Digitalisierung ist es viel einfacher geworden, Finanzprodukte bei mehreren Dienstleistern zu verwalten

59%

71%

Ich bin heutzutage weniger auf Banken angewiesen, weil es mehr Möglichkeiten gibt meine Finanzen selbst zu verwalten

43%

41%

Deutsche Banken müssen ihr digitales Serviceangebot verbessern



„Welche der folgenden Branchen bieten Ihrer Ansicht nach das beste digitale Leistungsangebot (z.B. Benutzerfreundlichkeit Online/Mobile etc. ...)?“



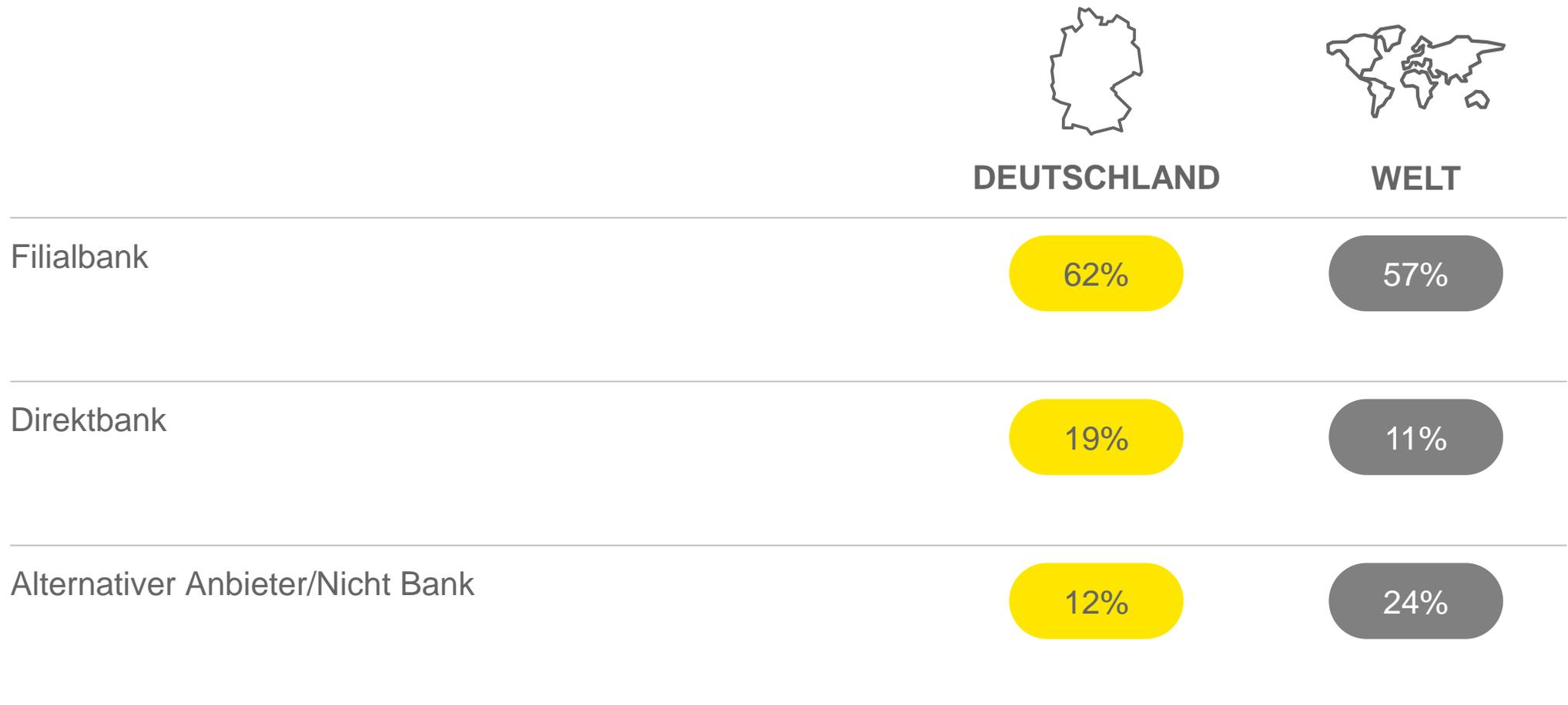
- ▶ Nur jeder vierte Deutsche Bankkunde glaubt, dass Banken das beste digitale Leistungsangebot haben
- ▶ Weltweit finden immerhin 44 Prozent der Bankkunden das digitale Angebot der Banken überzeugend
- ▶ Reiseanbieter und Unterhaltungsbranche (Medien und Entertainment) werden am besten bewertet

Konkurrenz von Direktbanken und Non-Banks



Bei bereits einem Drittel der Kunden finden neue Finanzprodukte Beachtung, wenn sie von einer Direktbank oder Non-Bank angeboten werden

„Bei welcher Art von Unternehmen wären Sie am meisten interessiert, wenn dieses eine neue Finanzdienstleistung oder ein neues Finanzprodukt (online oder in der Filiale) anbieten würde?“



Mehr als jeder vierte Deutsche bezieht Finanzdienstleistungen nicht von einer Bank



„Haben Sie in den vergangenen 12 Monaten Finanzprodukte oder -dienstleistungen online/mobil nicht von einer Bank bezogen?“ (Anteil „ja“)

Deutschland

28

Welt

47

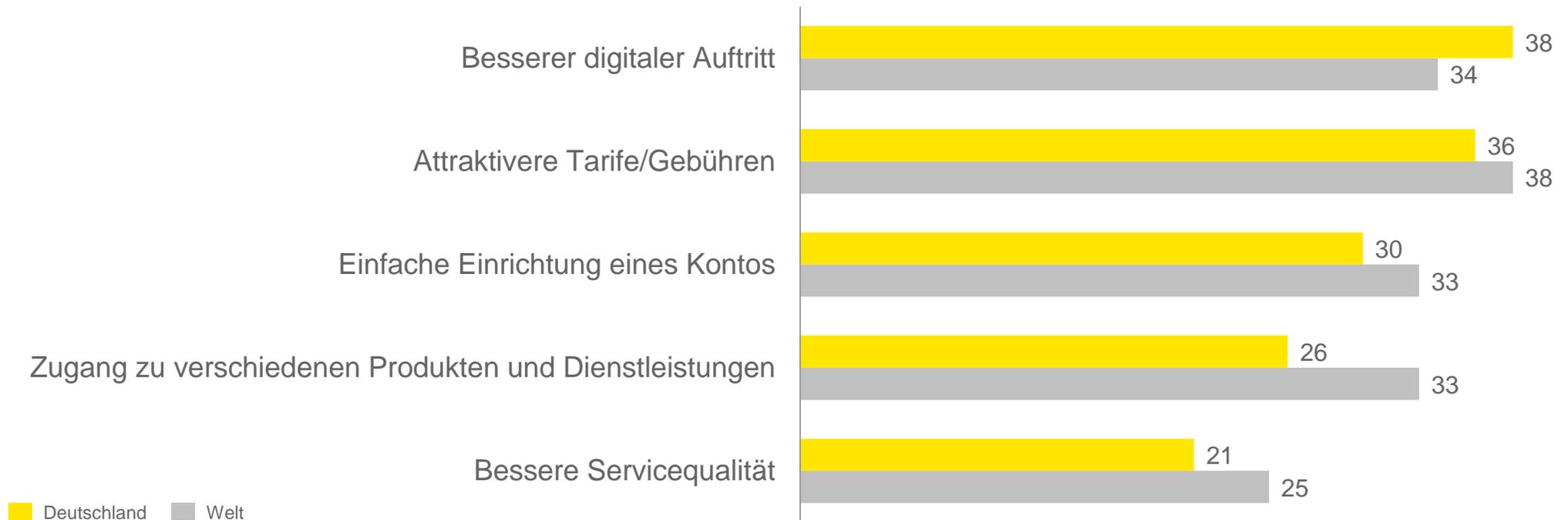
- ▶ Jeder vierte Deutsche bezieht Finanzdienstleistungen nicht von einer Bank
- ▶ Weltweit greift bereits fast die Hälfte der Bankkunden für Finanzprodukte auf andere Anbieter zurück

Angaben in Prozent

Besseres digitales Angebot und attraktivere Preise Hauptgründe für Wechsel zu Non-Banks



„Was sind die Hauptgründe dafür, Finanzdienstleistungen über andere Anbieter als Banken zu beziehen?“



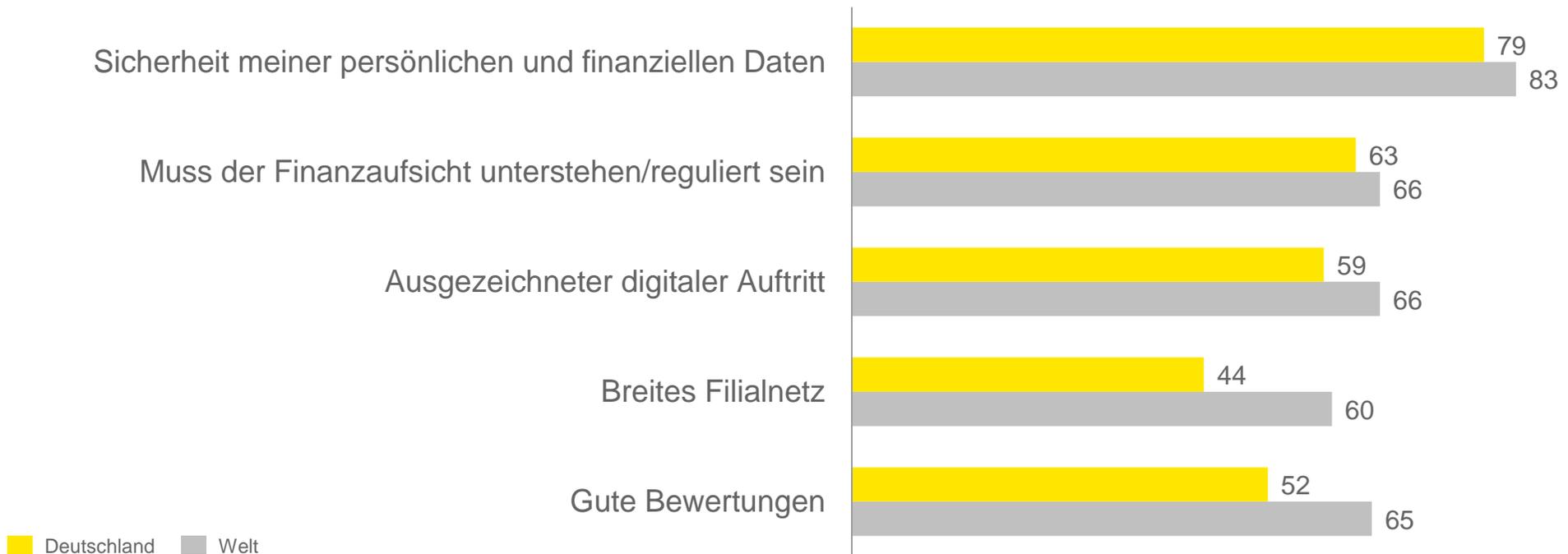
- ▶ Mehr als jeder dritte Deutsche entscheidet sich für eine Alternative zur Bank wegen des besseren digitalen Auftritts und attraktiverer Gebühren.
- ▶ Für ein Drittel ist zudem die einfache Einrichtung eines Kontos ausschlaggebend

Angaben in Prozent

Sicherheit steht bei deutschen Kunden im Fokus



„Welche der folgenden Aspekte sind Ihnen bei der Wahl eines alternativen Finanzdienstleisters wichtig?“



- ▶ Acht von zehn Bankkunden achten bei der Wahl von alternativen Finanzdienstleistern zuallererst auf die Sicherheit
- ▶ Der digitale Auftritt ist immerhin für 59 Prozent der deutschen Kunden entscheidend – weltweit achten sogar zwei Drittel der Kunden darauf

Angaben in Prozent

EY | Assurance | Tax | Transactions | Advisory

Die globale EY-Organisation im Überblick

Die globale EY-Organisation ist einer der Marktführer in der Wirtschaftsprüfung, Steuerberatung, Transaktionsberatung und Managementberatung. Mit unserer Erfahrung, unserem Wissen und unseren Leistungen stärken wir weltweit das Vertrauen in die Wirtschaft und die Finanzmärkte. Dafür sind wir bestens gerüstet: mit hervorragend ausgebildeten Mitarbeitern, starken Teams, exzellenten Leistungen und einem sprichwörtlichen Kundenservice. Unser Ziel ist es, Dinge voranzubringen und entscheidend besser zu machen – für unsere Mitarbeiter, unsere Mandanten und die Gesellschaft, in der wir leben. Dafür steht unser weltweiter Anspruch „Building a better working world“.

Die globale EY-Organisation besteht aus den Mitgliedsunternehmen von Ernst & Young Global Limited (EYG). Jedes EYG-Mitgliedsunternehmen ist rechtlich selbstständig und unabhängig und haftet nicht für das Handeln und Unterlassen der jeweils anderen Mitgliedsunternehmen. Ernst & Young Global Limited ist eine Gesellschaft mit beschränkter Haftung nach englischem Recht und erbringt keine Leistungen für Mandanten. Weitere Informationen finden Sie unter www.ey.com.

In Deutschland ist EY an 22 Standorten präsent. „EY“ und „wir“ beziehen sich in dieser Publikation auf alle deutschen Mitgliedsunternehmen von Ernst & Young Global Limited.

Diese Publikation ist lediglich als allgemeine, unverbindliche Information gedacht und kann daher nicht als Ersatz für eine detaillierte Recherche oder eine fachkundige Beratung oder Auskunft dienen. Obwohl sie mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt wurde, besteht kein Anspruch auf sachliche Richtigkeit, Vollständigkeit und/oder Aktualität; insbesondere kann diese Publikation nicht den besonderen Umständen des Einzelfalls Rechnung tragen. Eine Verwendung liegt damit in der eigenen Verantwortung des Lesers. Jegliche Haftung seitens der Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft und/oder anderer Mitgliedsunternehmen der globalen EY-Organisation wird ausgeschlossen. Bei jedem spezifischen Anliegen sollte ein geeigneter Berater zurate gezogen werden.

©2016 Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

All Rights Reserved.

www.de.ey.com.