

EGC Kundenbankstudie 2016 – Digital Natives - persönlich, kompetent, digital

EGC EUROGROUP CONSULTING AG

4. Auflage der Kundenbankstudie
Frankfurt, im November 2016



EUROGROUP
CONSULTING

THE ART OF **MOBILIZATION**

Agenda

1. Zusammenfassung
2. Ausführliche Ergebnisse
3. Statistik

Die Generation Y will keinen vorgezeichneten Weg, sondern Ihre eigenen „Spielregeln“ aufstellen

Definition Generation Y (Digital Natives)

Wenn von der Generation Y gesprochen wird, dann sind damit vor allem junge Menschen im Alter zwischen 18 und 35 Jahren gemeint (geboren zwischen 1981 und 2004¹). Vertreter der Generation Y stammen meist aus behüteten Familienverhältnissen und weisen in der Regel einen hohen Bildungsgrad auf. Die große Mehrheit der Generation Y ist unverheiratet und hat noch keine Kinder. Die Gründung einer Familie spielt für die Generation Y jedoch eine zentrale Rolle.

Spricht man den Buchstaben Y englisch aus, dann klingt er wie das Fragewort „why“, also warum. Hierbei handelt es sich keinesfalls um einen Zufall. Wer die Generation Y charakterisieren will, kommt um ein Merkmal einfach nicht herum – die permanente Infragestellung.

Die Selbstverwirklichung der Generation Y beschreibt das neuartige Streben nach Glück und Sinnhaftigkeit. Sie wollen keinen vorgezeichneten Weg gehen, sondern ihre eigenen „Spielregeln“ aufstellen. Arbeiten, bzw. das Verdienen von Geld, ist zwar weiterhin wichtig, steht aber nicht mehr an erster Stelle.

Für die Generation Y ist die Work-Life-Balance – die Vereinbarung von Beruf und Privatleben kein urbaner Mythos, sondern durchaus möglich.

Ein Großteil der Generation Y gehört zu den *Digital Natives* – jenen Menschen, die mit dem Internet großgeworden sind und es ganz selbstverständlich nutzen. Diese Fähigkeit äußert sich in vielerlei Hinsicht positiv, beispielsweise im kreativen und innovativen Umgang mit sozialen Medien und der allgemeinen Online-Kommunikation.

Die vier „Kundenbank-Wahrheiten“ der Generation Y

	Radikalthese	Studienergebnis	Bankenherausforderung
Vertrauen	GenYler sind absolut misstrauisch ggü. Banken. Am Ende wechseln ohnehin alle zur Direktbank oder dem neuesten Fintech-Durchstarter.	Ja stimmt, GenYler sind misstrauischer als GenX, aber mehr als 2/3 denken gar nicht ans Wechseln. Sie haben einfach höhere Ansprüche.	<ul style="list-style-type: none"> • Vertrauen zurück gewinnen • Verlässlich, persönlich, nah • Konkrete Lösungen für ihre Alltagsprobleme bieten
Persönliche Beratung	Banken können demnächst die persönliche Beratung einstellen. GenYler werden künftig alle Bankgeschäfte selbst machen, ohne fremde Unterstützung.	Ganz im Gegenteil! Die GenY wünscht sich ganz explizit persönliche Unterstützung bei Ihren Finanzangelegenheiten, sogar mehr noch als die GenX.	<ul style="list-style-type: none"> • Da sein und kümmern • Kunden vom Mehrwert der persönlichen Beratung überzeugen
Kompetenz	Der traditionelle, kompetente Bankberater ist vom Aussterben bedroht. Die Servicekraft bzw. der Serviceterminal vor Ort genügen.	Stimmt nicht ganz! Für die „großen“ Themen wie BauFi, AV, BU, WP etc. braucht es Kompetenz dort wo der Kunde es verlangt: vor Ort in den Filialen.	<ul style="list-style-type: none"> • Regional kompetenzorientiertes, tragfähiges Filialnetz • Schnell sein; dies erfordert effiziente, innovative Strukturen und Prozesse
Digitale Services	Für GenY geht nichts mehr analog. Bankgeschäfte werden nur noch digital, sprich online getätigt.	Eindeutiges „Ja“! – Je nach Finanzprodukt zieht es die GenY entweder in die „Online-“ oder in die „Offline“-Welt, selbst in 10 Jahren noch.	<ul style="list-style-type: none"> • Ausbau digitale Services • Transformation der Filial- in eine Omnikanalbank

Vertrauen in Banken wächst, pers. Beratung weiterhin gefragt, aber: Kunden suchen nach dem persönlichen Bank-Mehrwert

1

**Gute
Nachricht**

Das Vertrauen der Kunden in die Bankenbranche ist wieder gewachsen. Nach einem Vertrauenseinbruch in 2014, kehrt die Zuversicht und der Glaube in die Banken langsam zurück.

2

Bestätigend

Die Regionalbanken stehen beim Vertrauens-Ranking vorne. Die Genossenschaftsbanken stehen knapp vor den Sparkassen. Private Banken (Deutsche Bank, Commerzbank, etc.) liegen im „Vertrauens-Ranking“ auf Platz 3.

3

Beachtlich

Besonders der Generation Y fällt es schwer, Vertrauen in ihre Bank zu entwickeln. Sie ist dadurch deutlich wechselbereiter. Nur jeder Vierte (27%) im Alter von 18-35 Jahren vertraut den Banken. Zum Vergleich: In der Generation X, also der Altersklasse von 36-56 Jahren, sind es immerhin 35 Prozent.

4

Daher wichtig

Die Studie zeigt, die Generation Y wünscht sich grundsätzlich persönliche Betreuung, sie muss aber vom Mehrwert einer persönlichen Beratung noch überzeugt werden. Während 22 Prozent der befragten „GenYler“ ein jährliches, ganzheitliches Beratungsgespräch für wichtig erachten, sind 37 Prozent noch unschlüssig, aber auch nicht abgeneigt.

Größten Bank-Mehrwert erzielt, wer „persönliches Kümmern“, Kompetenz, sowie ein digitales Rundum-Angebot bietet

5

Überall
ähnlich

In allen Filialbanken (Genossenschaftsbanken, Sparkassen, privaten Banken) gibt es rund ein Drittel unentschlossener Kunden, die jährlichen, ganzheitlichen Beratungsgesprächen neutral gegenüberstehen. Auch hier ist der Bank-Mehrwert aus Kundensicht nicht ausreichend spürbar.

6

Merkwürdig

Viele Bankkunden erfahren keine persönliche Beratung, obwohl sie es gerne würden. 39 Prozent aller Befragten haben keinen Ansprechpartner in der Bank (GenX 40%, GenY 38%). 15 Prozent davon würden sich allerdings einen persönlichen Bankberater wünschen. Weitere 55 Prozent würden „vielleicht“ einen persönlichen Ansprechpartner bevorzugen. Zusammen sind dies rund 18 Millionen deutsche Bankkunden, die mehr oder weniger auf der Suche nach einem persönlichen Berater sind.

7

Erstaunlich

Die Existenz eines persönlichen Bankberaters ist nicht direkt vom Einkommen abhängig. Bis zu 40 Prozent der einkommensstarken Befragten (monatliches Nettoeinkommen > 1.000€) geben an keinen Bankberater zu haben. Nur einkommensschwache GenYler haben seltener einen persönlichen Ansprechpartner, hier sind es nur 53 Prozent.

8

Logisch

Der empfundene Wert einer persönlichen Beratung wird künftig noch deutlich mehr vom jeweiligen Produkt abhängen. Die Studie bestätigt bisherige Erkenntnisse auch mit Blick auf die nächsten zehn Jahre: Einfache Produkte (Girokonto, Kreditkarte, ...) will der Kunde zunehmend direkt Online abschließen können. Für komplexere Produkte, wie Baufinanzierung oder private Altersvorsorge, bevorzugt er auch in 2026 noch die „Offline-Welt“, d.h. die persönliche, kompetente Beratung.

Untersuchungsgegenstand: Im August 2016 führte EUROGROUP CONSULTING eine Studie zum Thema „Kundenbank 2016“ durch

Inhalt

- Im August 2016 führte die EGC EUROGROUP CONSULTING AG eine Studie zum Thema Retailkundengeschäft der Sparkassen und Banken durch.

Untersuchungsdesign

- Online-Befragung mit N = 1.508 Befragten ab 18 Jahren mit Hauptwohnsitz in Deutschland.
- Generation X: N = 706, Generation Y: N = 802.
- Um eine bevölkerungsrepräsentative Struktur der Daten zu erhalten, erfolgte die Erhebung nach vorgegebenen Quoten über die Merkmale Alter und Geschlecht. Weitere Verzerrungen wurden durch eine Gewichtung der Daten aufgehoben. Als Referenzdatei für die Gewichtung wurde der Mikrozensus zugrunde gelegt.

Befragungszeitraum

- 08. bis 19. August 2016

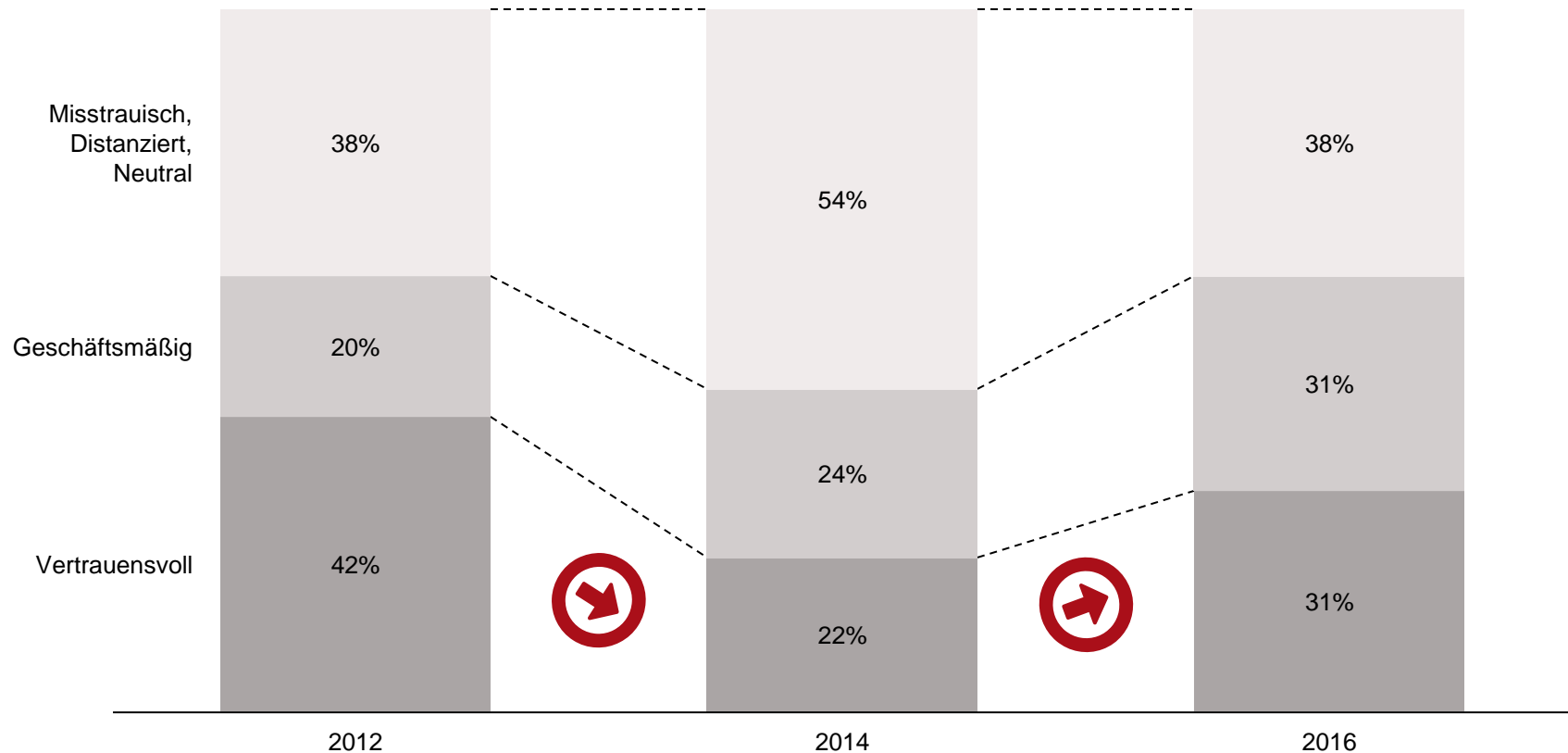
Agenda

1. Zusammenfassung
2. Ausführliche Ergebnisse
3. Statistik

Gute Nachricht: Das Vertrauen der Kunden in die Bankenbranche ist in 2016 wieder gestiegen

1 Vertrauensverhältnis zur Bank

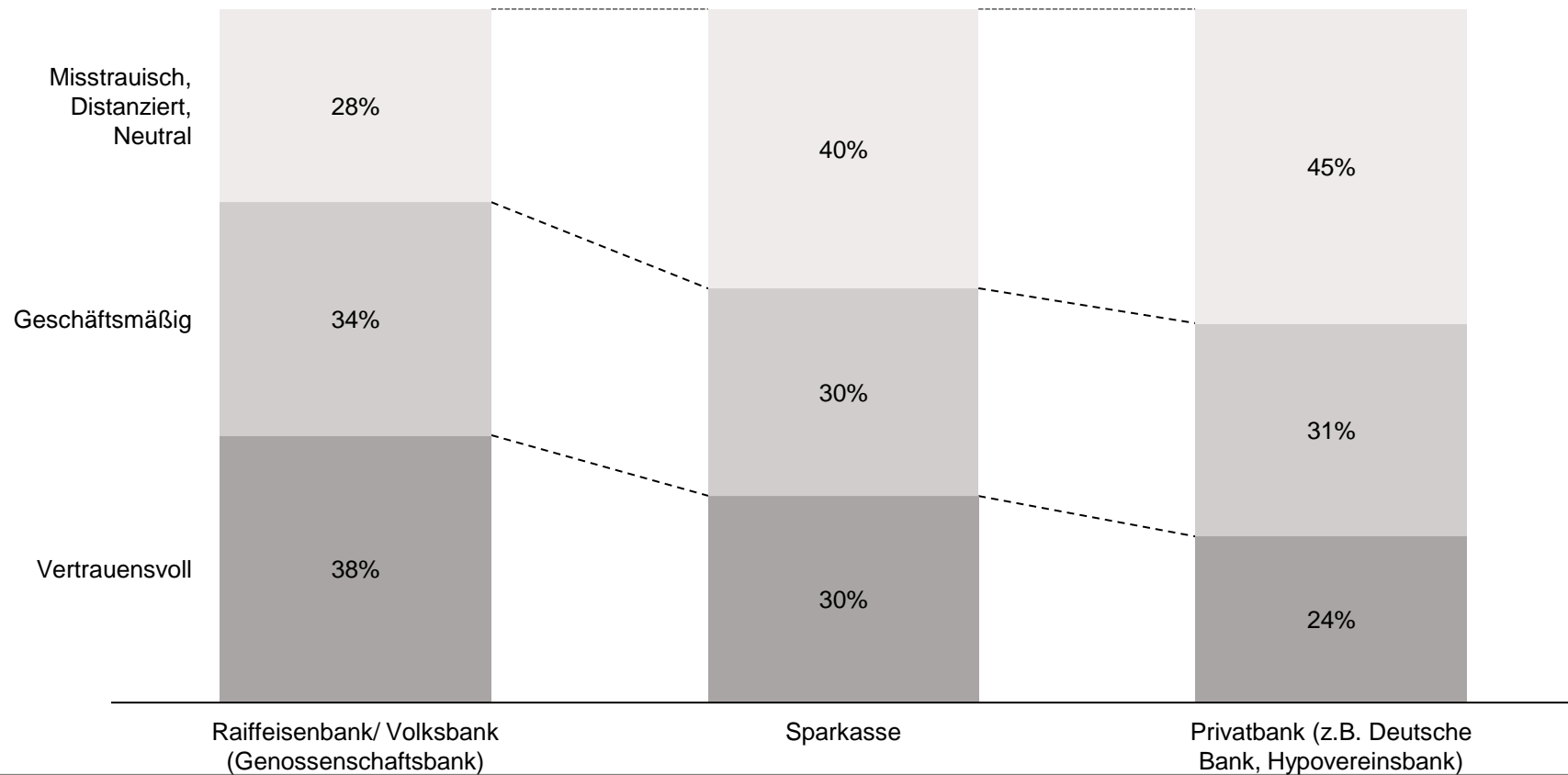
Wie würden Sie das Verhältnis zu Ihrer Bank bezeichnen?



Überraschend: Genossenschaftsbank-Kunden vertrauen ihrer Bank am meisten, dicht gefolgt von den Sparkassen

2 Vertrauensverhältnis zur Bank

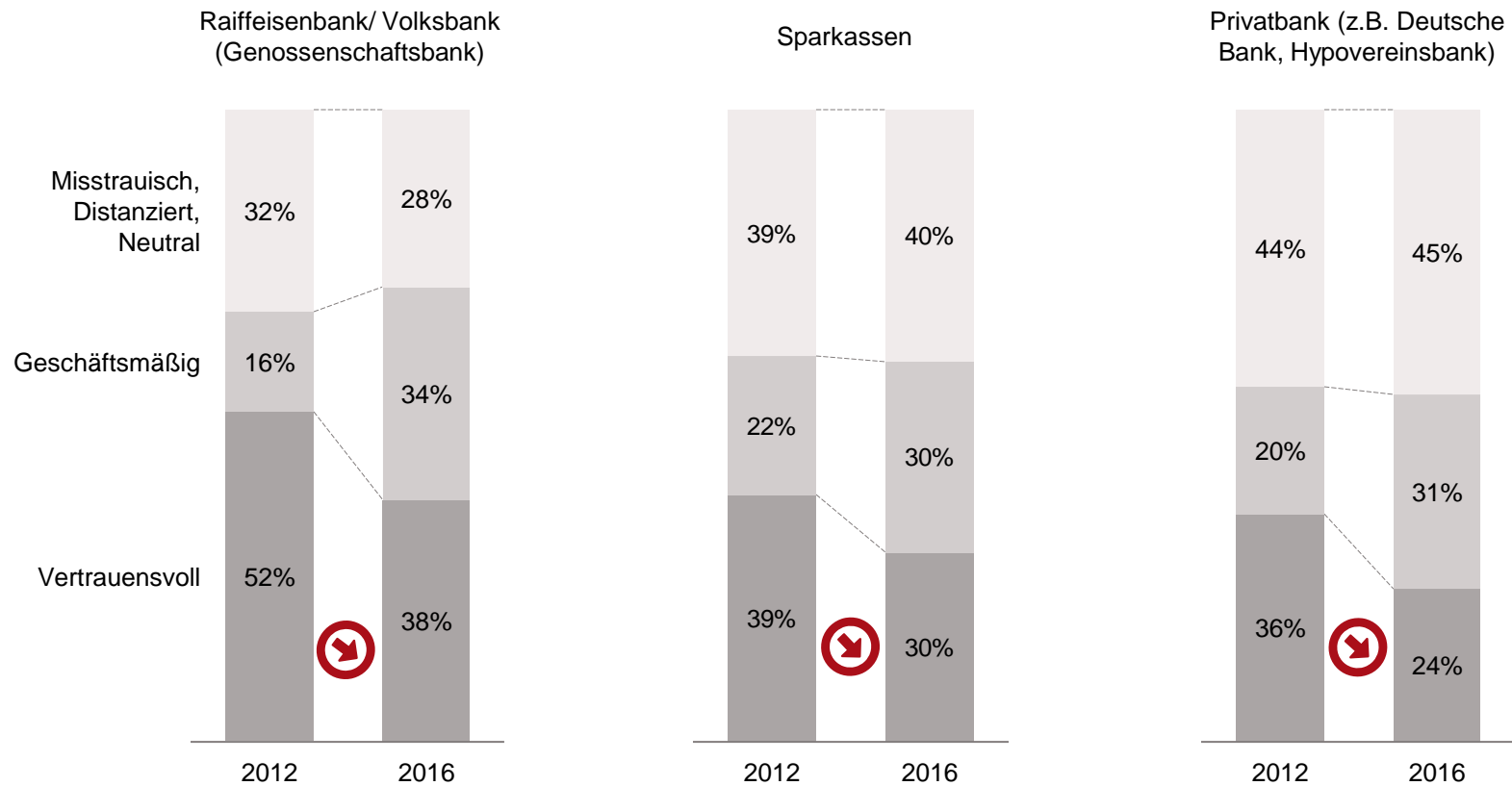
Wie würden Sie das Verhältnis zu Ihrer Bank bezeichnen?



Signifikant: Vertrauensverlust über alle Banksektoren, stärkster Vertrauensverlust bei Genossenschaftsbanken auszumachen

2 Vergleich Vertrauensverhältnis zur Bank 2012 - 2016

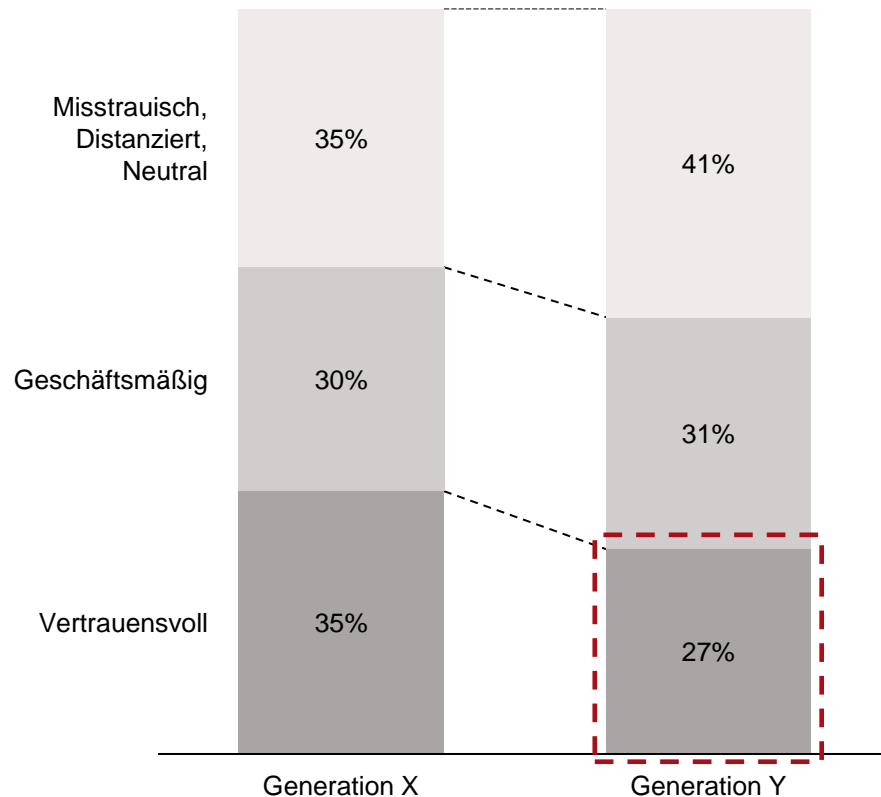
Wie würden Sie das Verhältnis zu Ihrer Bank bezeichnen?



Beachtlich: Besonders der Generation Y fällt es schwer, Vertrauen in ihre Bank zu entwickeln und ist dadurch wechselbereiter

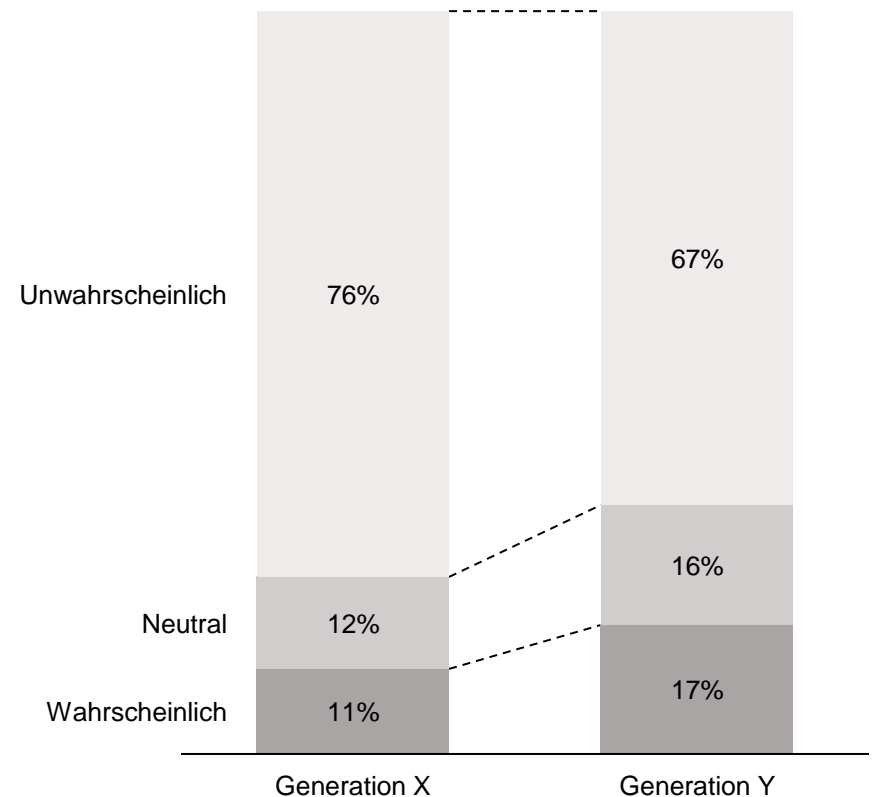
3 Vertrauensverhältnis

Wie würden Sie das Verhältnis zu Ihrer Bank bezeichnen?



Wechselbereitschaft

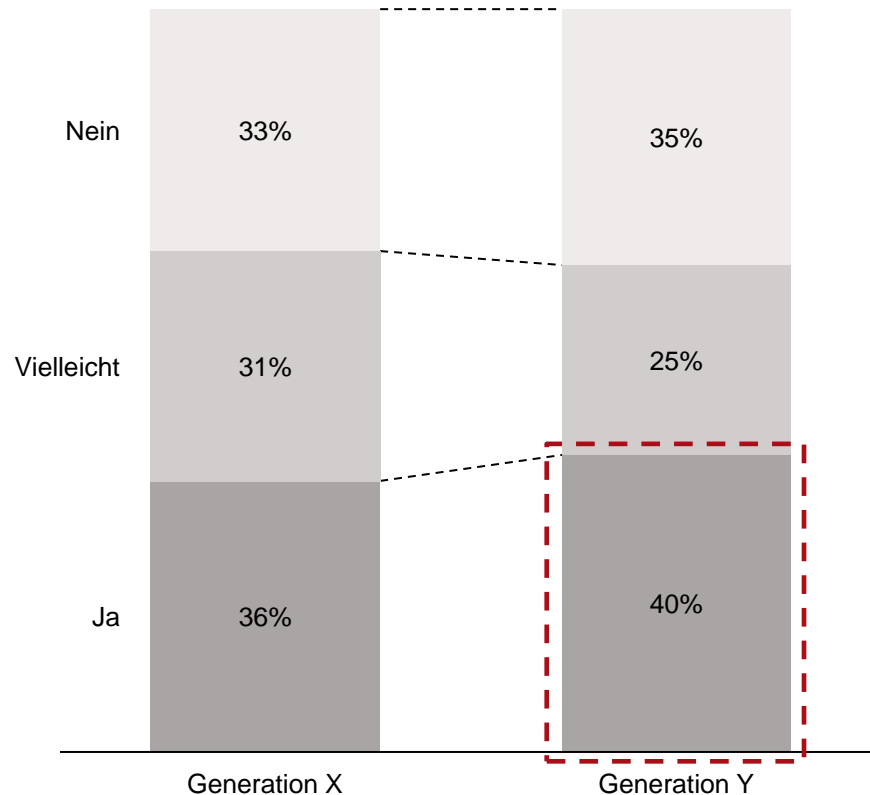
Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie im nächsten Jahr Ihre Hauptbank wechseln?



Daher wichtig: Generation Y wünscht sich grds. persönliche Betreuung, Mehrwert einer Beratung muss noch überzeugen

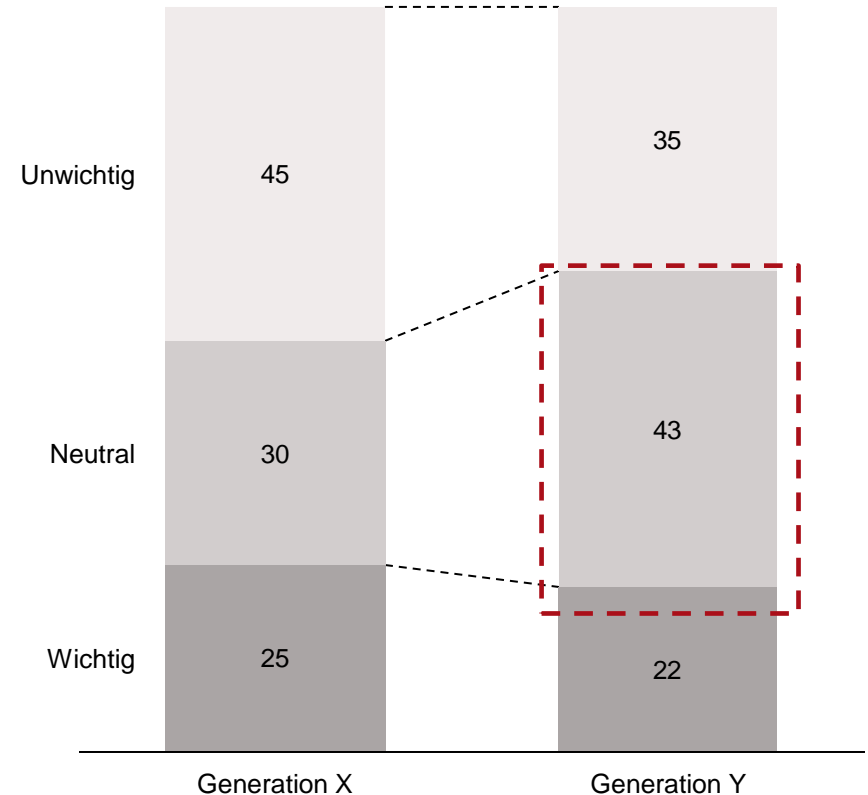
4 Persönlicher Ansprechpartner

Bevorzugen Sie es einen persönlichen Ansprechpartner in Ihrer Bank zu haben?



5 Jährliches Beratungsgespräch

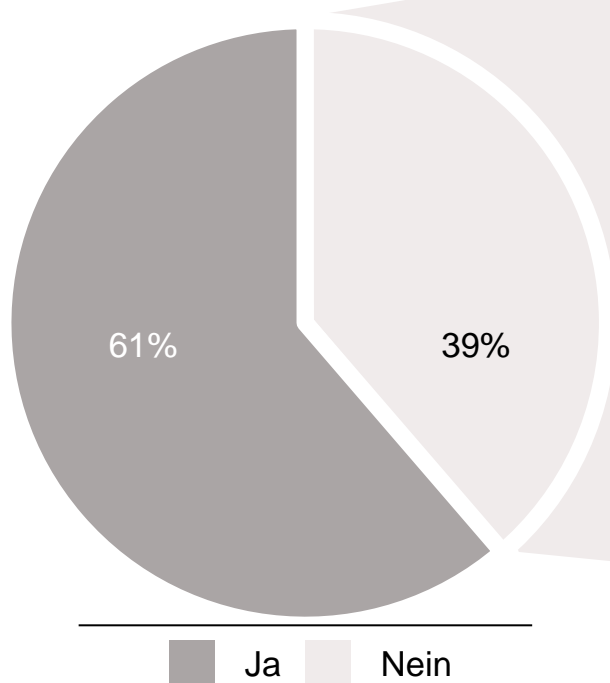
Wie wichtig ist es Ihnen einmal im Jahr ein ganzheitliches Beratungsgespräch mit Ihrem Bankberater zu führen?



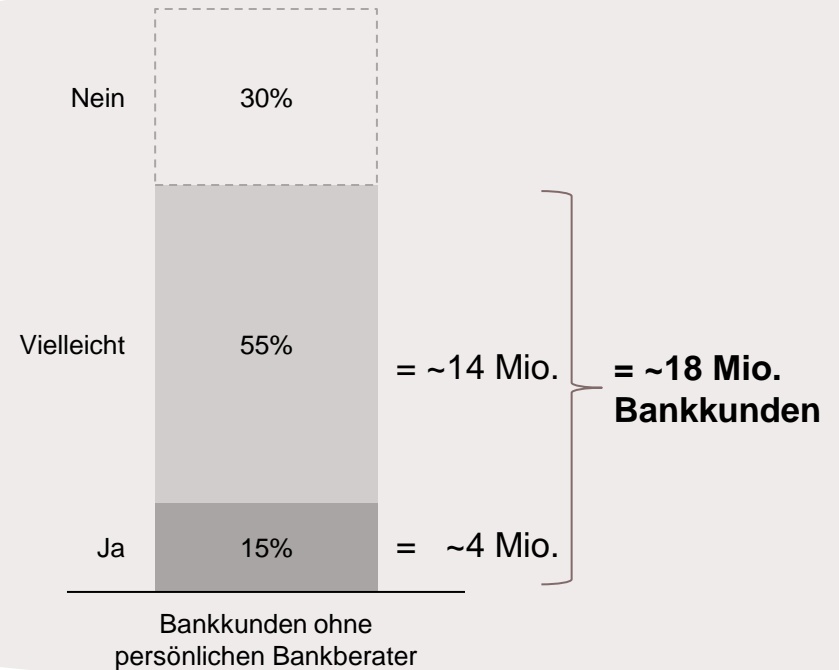
Und doch merkwürdig: Viele Bankkunden kaum pers. beraten, obwohl sie es gerne würden – Potenzial: bis zu 18 Mio. Kunden

6 Persönlicher Ansprechpartner

Haben Sie einen persönlichen Ansprechpartner in Ihrer Bank?



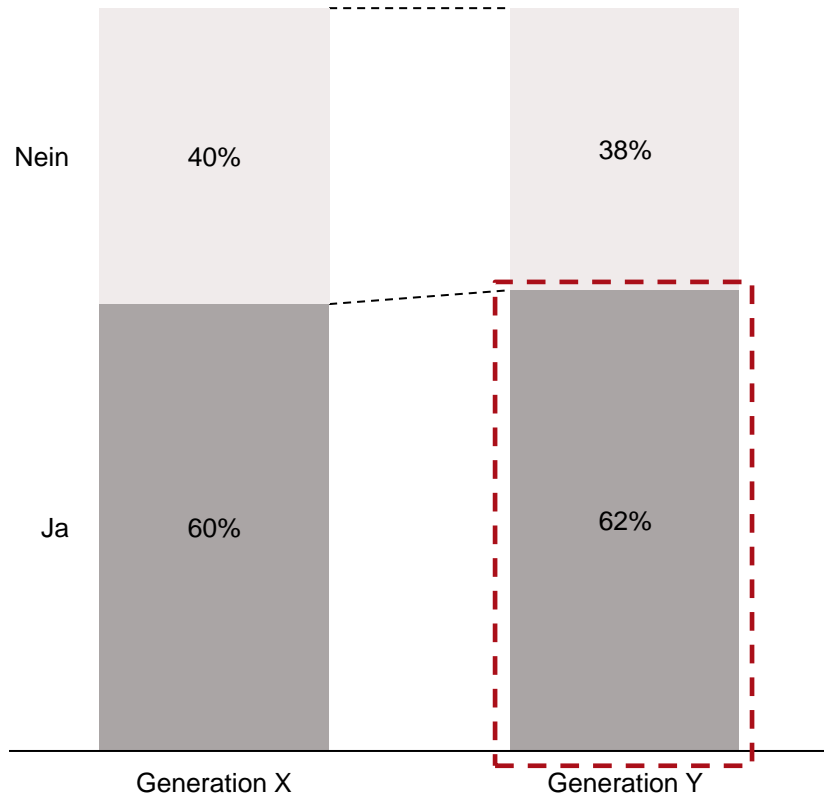
Bevorzugen Sie es einen persönlichen Ansprechpartner in Ihrer Bank zu haben?



Potenzial: Der Großteil der Generation Y ohne pers. Ansprechpartner wünscht sich einen festen Kontaktpunkt in der Bank

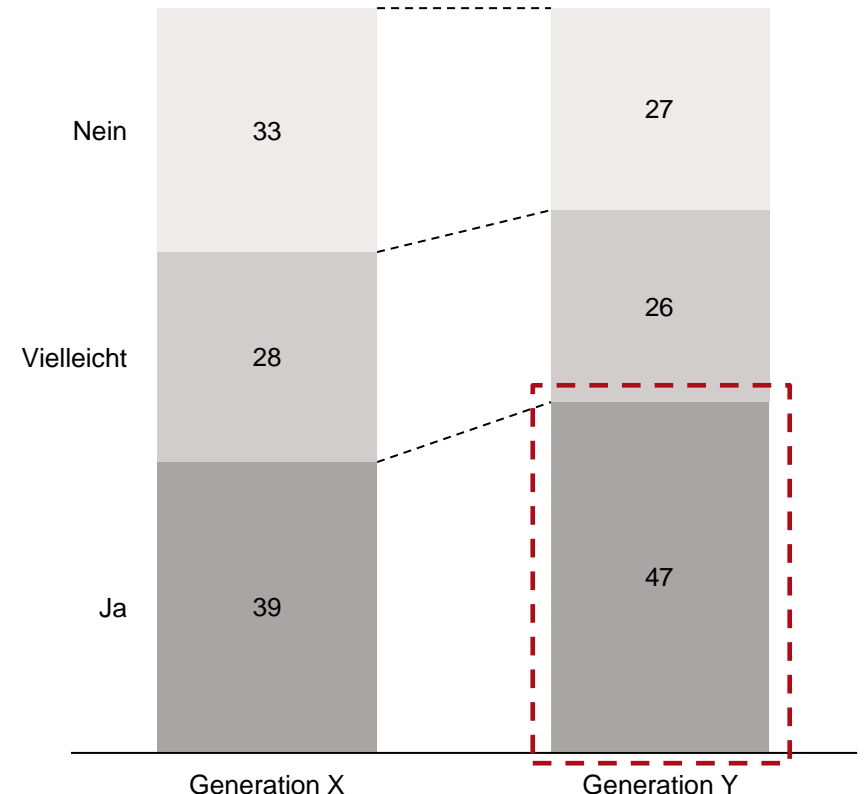
7 Existenz persönlicher Ansprechpartner

Haben Sie einen persönlichen Ansprechpartner in Ihrer Bank?



Wunsch nach persönlichem Ansprechpartner

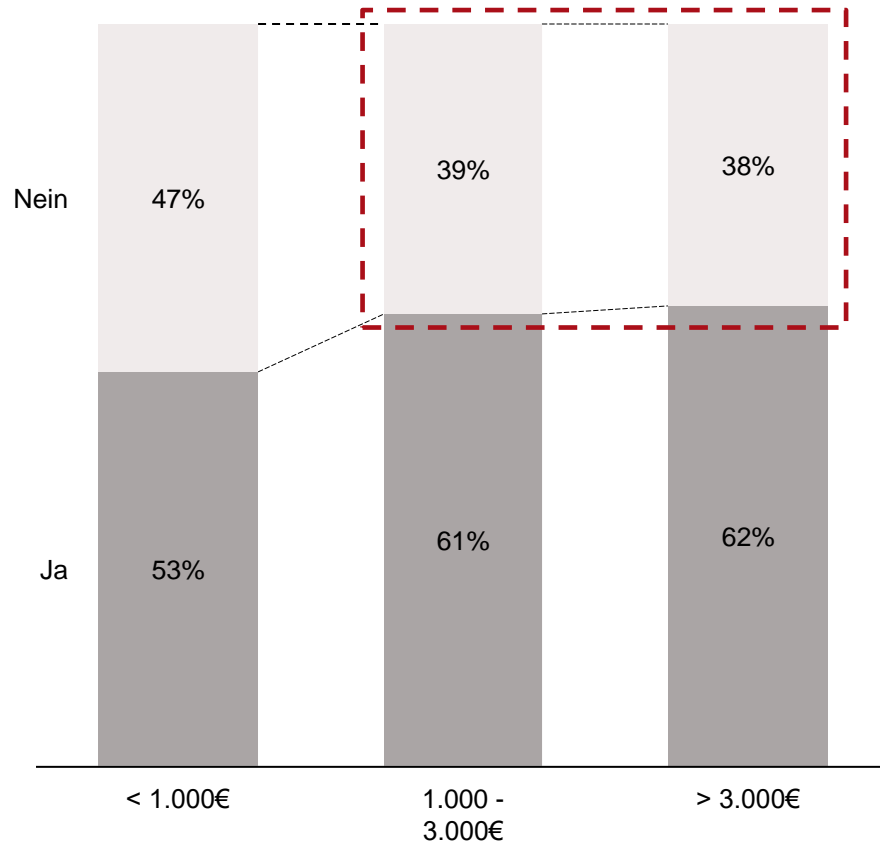
Bevorzugen Sie es einen persönlichen Ansprechpartner in Ihrer Bank zu haben?



Einkommensunabhängig: Generationsübergreifend haben bis zu 40% der einkommensstarken Personen keinen pers. Bankberater

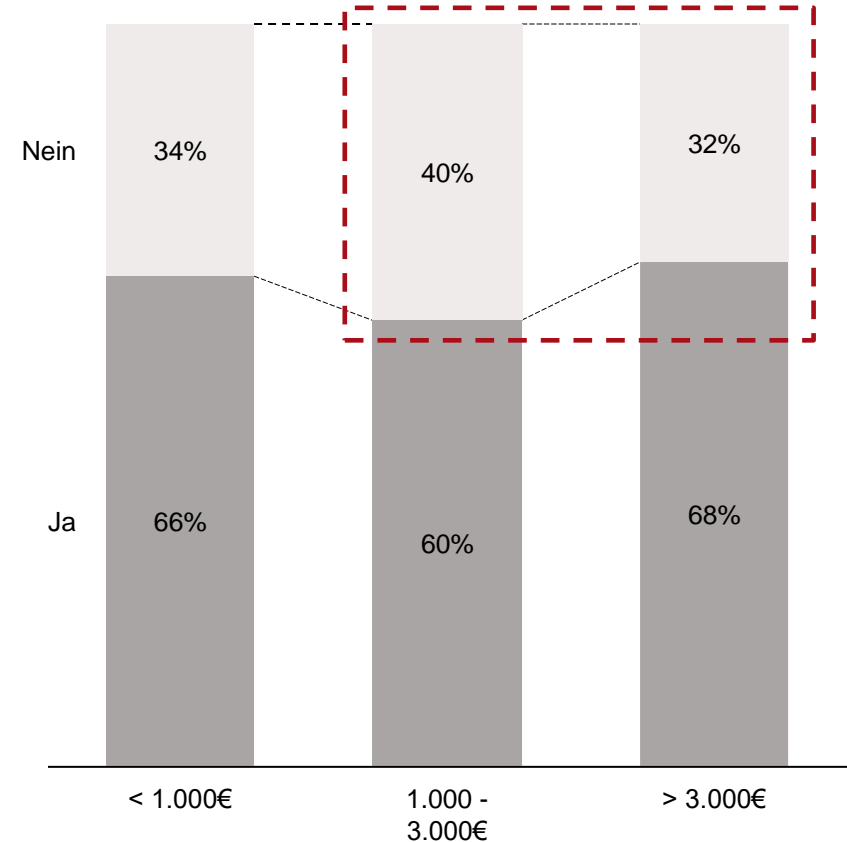
7 Monatliches Nettoeinkommen – Generation X

Haben Sie einen persönlichen Ansprechpartner in Ihrer Bank?



Monatliches Nettoeinkommen – Generation Y

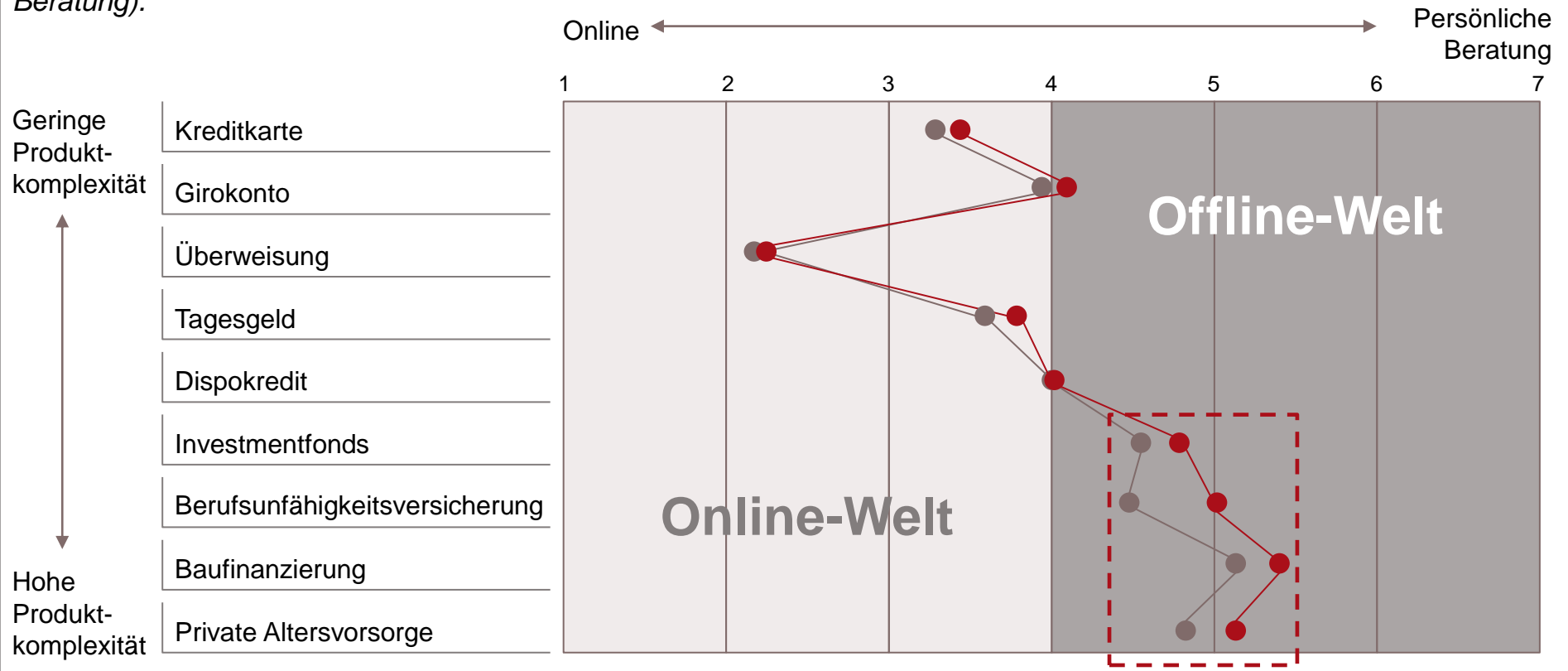
Haben Sie einen persönlichen Ansprechpartner in Ihrer Bank?



Klar zu erkennen: Generation Y hat einen höheren Wunsch nach persönlicher Beratung als Generation X auf jeder Produktebene

8 Beratungspräferenz im Jahr 2016

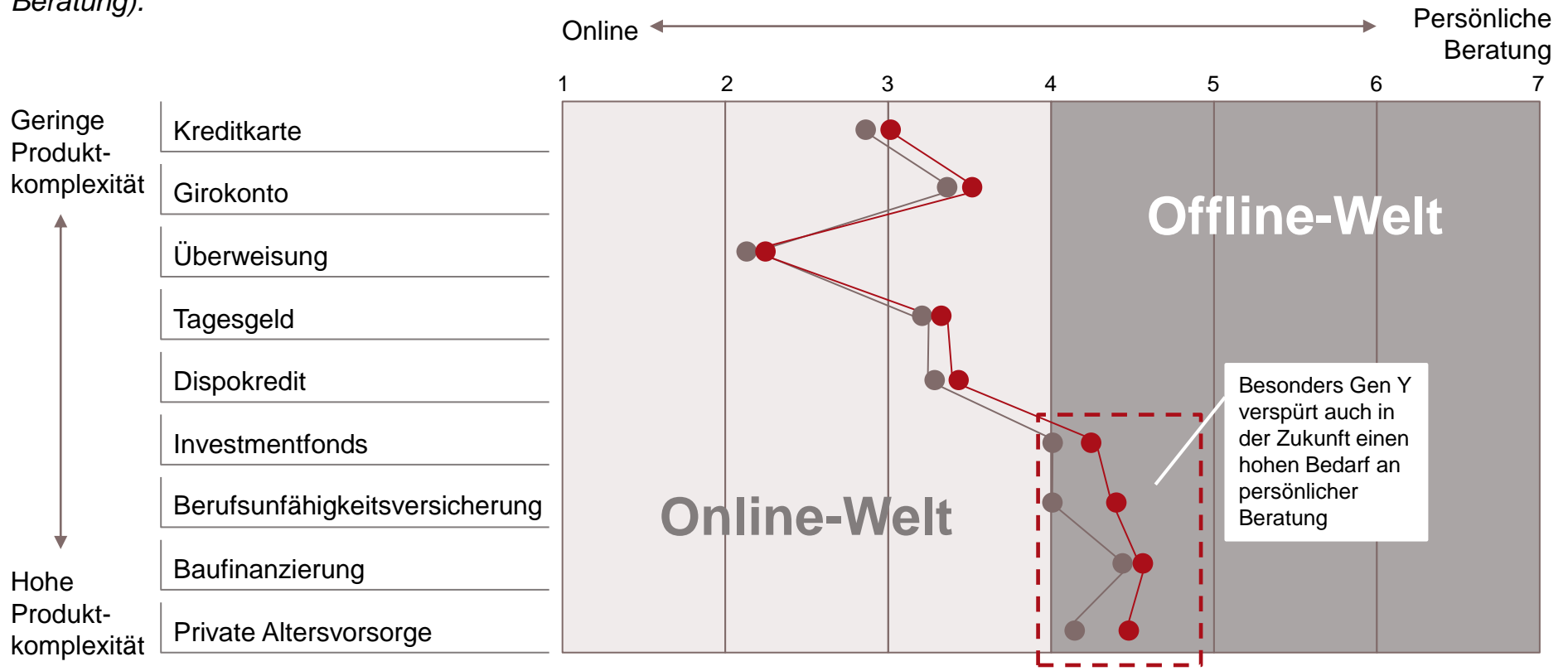
Bitte geben Sie an, wie viel persönlicher Kontakt Ihnen wichtig ist beim Kauf der unten genannten Finanzprodukte und Dienstleistungen auf einer Skala von 1 (kein persönlicher Kontakt, ausschließlich Online Banking) bis 7 (persönliche Beratung).



Trend: Generation Y verspürt auch in der Zukunft einen höheren Bedarf an persönlicher Beratung als Generation X

8 Beratungspräferenz im Jahr 2026

Bitte geben Sie an, wie viel persönlicher Kontakt Ihnen wichtig ist beim Kauf der unten genannten Finanzprodukte und Dienstleistungen auf einer Skala von 1 (kein persönlicher Kontakt, ausschließlich Online Banking) bis 7 (persönliche Beratung).



Agenda

1. Zusammenfassung
2. Ausführliche Ergebnisse
3. Statistik

Untersuchungsansatz

Befragungszeitraum	August 2016
Grundgesamtheit	Bundesbürger ab dem 18. bis einschließlich dem 65. Lebensjahr
Befragungsgebiet	Deutschland
Befragungsart	Online-Befragung
Stichprobe	N = 1.508 (Vergleichswerte 2014: N = 1.000, 2013: N = 1.250, 2012: N = 1.000)
Fragebogen	Durchführendes Marktforschungsinstitut: Bilendi
Vergleichswerte	Quelle: EGC Kundenbankstudie 2012-2014

Die Autoren der Kundenbankstudie 2016

EUROGROUP CONSULTING

Heinrich Piermeier

Partner



EGC EUROGROUP CONSULTING AG
Thurn-und-Taxis-Platz 6
60313 Frankfurt am Main

Telefon: + 49 69 247 50 55 - 72
Fax: + 49 69 247 50 55 - 73
Mobil: + 49 172 6 86 46 14

Mail: Heinrich.Piermeier@eurogroupconsulting.de
Internet: www.eurogroupconsulting.de

Maximilian Esser

Consultant



EGC EUROGROUP CONSULTING AG
Thurn-und-Taxis-Platz 6
60313 Frankfurt am Main

Telefon: + 49 69 247 50 55 - 0
Fax: + 49 69 247 50 55 - 50
Mobil: + 49 151 40 53 61 11

Maximilian.Esser@eurogroupconsulting.de
www.eurogroupconsulting.de

THE ART OF MOBILIZATION

Impressum

Dieses Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt.

Stand: November 2016

Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen schriftlichen Zustimmung der EGC EUROGROUP CONSULTING AG.

Kontakt:

EGC EUROGROUP CONSULTING AG

Heinrich Piermeier

Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischer Form. Eine Weitergabe an Dritte ist nicht gestattet.

Tel.: 0049 - 69 - 247 50 55 - 72

Fax: 0049 - 69 - 247 50 55 - 73

Heinrich.Piermeier@eurogroupconsulting.de

www.eurogroupconsulting.de

THE ART OF MOBILIZATION