

## Aktuelle Studie: Bankkunden wünschen eine umfassende Beratung über alle Kanäle

**Neue Formen der Mediennutzung bieten auch im Hinblick auf die Finanzberatung zunehmende Möglichkeiten zur Informationsbeschaffung. So ist es heute nicht mehr ungewöhnlich, dass das Internet im Rahmen des Beratungsprozesses herangezogen wird. 70 % der Kunde nutzen bereits Vergleichsportale im Rahmen der Bankberatung. Sogar 78 % besuchen den Internet-Auftritt von Banken, um sich über Finanzprodukte zu informieren. Zu diesem Ergebnis kommt eine Befragung von 4795 Kunden, deren Ergebnisse in der Studie „Die Bankberatung im Umbruch“ aufgezeigt werden.**

Neue Formen der Mediennutzung bieten auch im Hinblick auf die Finanzberatung zunehmende Möglichkeiten zur Informationsbeschaffung. So ist es heute nicht mehr ungewöhnlich, dass das Internet im Rahmen des Beratungsprozesses herangezogen wird. 70 % der Kunde nutzen bereits Vergleichsportale im Rahmen der Bankberatung. Sogar 78 % besuchen den Internet-Auftritt von Banken, um sich über Finanzprodukte zu informieren. Zu diesem Ergebnis kommt eine Befragung von 4795 Kunden, deren Ergebnisse in der Studie „Die Bankberatung im Umbruch“ aufgezeigt werden.

Trotz der hohen Bedeutung der Online-Kanäle behält die persönliche Beratung in der Filiale ihren Stellenwert. 85 % der befragten Kunden sprechen mit ihrem persönlichen Berater in der Filiale. Umgekehrt hat der Besuch des Beraters beim Kunden derzeit kaum Gewicht. Lediglich 16 % Kunden nehmen eine persönliche Beratung bei sich zuhause in Anspruch.

ibi Abbildung

(Bild klicken zum Vergrößern)

Bei der Analyse des Nutzungsverhaltens von Personen, die die entsprechenden Kanäle bereits nutzen, zeigt sich, dass vor allem die Online-Recherche und -Beratung deutlich zunehmen wird: Vergleichsportale werden von 52 % häufiger herangezogen, der Internet-Auftritt von Banken von 47 %. Nur bei 3 % der Personen, die bereits Vergleichsportale bzw. den Internet-Auftritt von Banken besuchen, wird deren Nutzung zurückgehen. Auch der E-Mail-Kontakt mit der Bank sowie Social-Media-Anwendungen werden in Zukunft zur Bankberatung vermehrt in Anspruch genommen (43 % bzw. 42 %). Die Hälfte der Personen, die per E-Mail mit ihrer Bank bzw. ihrem Berater in Kontakt treten, wird diese Form der Kontaktaufnahme wie bisher nutzen.

Die persönliche Beratung zuhause wird bisher von 16 % der befragten Personen genutzt. In dieser Personengruppe wird diese Form der persönlichen Beratung einen Zuwachs von 31 % erfahren. 19 % geben dagegen an, die Beratung zuhause künftig weniger zu nutzen.

Im Hinblick auf die persönliche Beratung in der Filiale wird laut aktuellen Aussagen ein geringer Zuwachs zu verzeichnen sein: Zwar geben 12 % an, in Zukunft seltener den Berater in der Filiale aufzusuchen, jedoch wird er von rund einem Viertel der Personen (26 %), die bisher zur persönlichen Beratung in der Filiale erscheinen, häufiger aufgesucht. Die Mehrheit von 59 % wird den Berater wie bisher bei Finanzangelegenheiten heranziehen.

Vor allem elektronische Kanäle werden einen starken Zuwachs erfahren. Die persönliche Beratung in der Filiale und insbesondere der Abschluss vor Ort verlieren dabei nicht an Bedeutung. Die nahtlose Verbindung zwischen Online- und Offline-Kanälen innerhalb eines Beratungsprozesses wird deshalb sehr wichtig. Ein Berater-Chat oder Videounterstützung können diese Verbindung noch intensivieren. Die Anforderungen an Systemarchitektur und an Steuerung und Monitoring sind allerdings beträchtlich und große Herausforderungen für die Realisierung.

### **Über die Studie:**

Für die Studie „Die Bankberatung im Umbruch – Anforderungen, Konflikte und Lösungen aus Kunden- und Beratersicht“ von ibi research wurden 216 Bankberater unterschiedlicher Institutsgruppen sowie 4795 Kunden befragt. Die Befragungen wurden im Rahmen des Projekts „Systemgestützter Beratungsprozess“ durchgeführt, das ibi research zusammen mit elf Banken und IT-Dienstleister zur Optimierung des Beratungsprozesses in Banken und Sparkassen durchgeführt hat. Weitere Informationen unter [www.ibi.de/beratungsprozess](http://www.ibi.de/beratungsprozess)

### **Kontakt:**

Andrea Rosenlehner  
- Information Service -  
Telefon: 0941 / 943 1921  
Telefax: 0941 / 943 1888  
E-Mail: [andrea.rosenlehner@ibi.de](mailto:andrea.rosenlehner@ibi.de)

ibi research  
an der Universität Regensburg GmbH  
Galgenbergstraße 25  
93053 Regensburg  
Webseite: [www.ibi.de](http://www.ibi.de)

### **Über ibi research:**

Seit 1993 bildet die ibi research an der Universität Regensburg GmbH eine Brücke zwischen Universität und Praxis. Das Institut forscht und berät zu Fragestellungen rund um das Thema „Finanzdienstleistungen in der Informationsgesellschaft“. ibi research arbeitet auf den Themenfeldern Retail Banking, E-Business, IT-Governance und Geschäftsprozessmanagement. Zugleich bietet ibi research umfassende Beratungsleistungen zur Umsetzung der Forschungs- und Projektergebnisse an.

