



SAS Studie: Einer von vier Bankkunden wird nie mehr eine Filiale betreten

Digitales Banking gewinnt mehr und mehr die Oberhand - und das bleibt auch nach der Pandemie so

Heidelberg, 15. Februar 2022 - 37 Prozent der privaten deutschen Bankkunden, die während der Pandemie den digitalen Kanal genutzt haben, wollen auch nach Corona dabei bleiben. Rund ein Viertel (23 Prozent) zieht Online- oder Mobile-Banking vor und will künftig ganz auf den Filialbesuch verzichten. Allerdings ist auch eine kleine Gegenbewegung zu erwarten: 24 Prozent werden bei Rückkehr zur "Normalität" wieder ausschließlich das Beratungsgespräch vor Ort suchen. Dies hat eine Studie ergeben, die SAS, einer der weltweit führenden Anbieter von Lösungen für Analytics und künstliche Intelligenz (KI), von 3Gem durchführen ließ.

Fast die Hälfte der Umfrageteilnehmer (46 Prozent) nutzt digitale oder mobile Banking-Services. 17 Prozent der Deutschen haben erst während des Lockdowns den digitalen oder mobilen Kanal als Kontaktmöglichkeit mit ihrem Finanzinstitut entdeckt. Die steigende Affinität hin zu digitalen Angeboten eröffnet Banken ganz neue Möglichkeiten einer personalisierten Ansprache.

Daten gegen Mehrwert

Die Mehrheit in Deutschland erlebt die Beziehung zu ihrer Bank auch in der Krise als positiv: Lediglich 19 Prozent haben seit Beginn der Pandemie eine Verschlechterung der Customer Experience wahrgenommen. Neben anderen Vorteilen wissen Bankkunden vor allem zu schätzen, dass die Digitalisierung (im Webshop und durch kontaktloses Bezahlen im Geschäft) den Kaufprozess schneller und einfacher macht - das gaben 22 Prozent der Befragten an.

Finanzinstitute haben jetzt mehr denn je die Chance, Wissen aus Kundendaten sinnvoll zu nutzen, denn fast ein Drittel der deutschen Verbraucher (29 Prozent) ist angesichts der Pandemie eher bereit, seine persönlichen Daten zu teilen. Entscheidend für jeweils einen von zehn Befragten ist jedoch der Gegenwert dafür - entweder in Form einer besseren Customer Experience oder direkt als Belohnungen wie Bonuspunkte, Preisnachlässe und kostenloser Versand.

Für die Studie wurden Verbraucher in der EMEA-Region befragt, darunter 1.000 aus Deutschland. Die komplette Studie steht hier zum Download bereit.

Informationen, wie sich heute die Customer Experience nachhaltig verbessern lässt, gibt es hier .

circa 2.100 Zeichen

Pressekontakt

Dr. Haffa & Partner GmbH

Frau Anja Klauck
Karlstraße 42
80333 München

haffapartner.de
postbox@haffapartner.de

Firmenkontakt

SAS Institute GmbH

Herr Thomas Maier
In der Neckarhelle 162
69118 Heidelberg

https://sas.com/de_de/home.html
thomas.maier@sas.com

SAS ist Marktführer im Bereich Analytics und mit drei Milliarden US-Dollar Umsatz einer der größten Softwarehersteller. Kunden weltweit setzen innovative Software und Services von SAS ein, um Daten in Wissen zu verwandeln und intelligente Geschäftsentscheidungen zu treffen. Seit 1976 verschafft SAS Kunden THE POWER TO KNOW.

Mit SAS entwickeln Unternehmen Strategien und setzen diese um, messen den eigenen Erfolg, gestalten ihre Kunden- und Lieferantenbeziehungen profitabel, steuern in Echtzeit die gesamte Organisation und erfüllen regulatorische Vorgaben.

Firmensitz der US-amerikanischen Muttergesellschaft ist Cary, North Carolina. SAS Deutschland hat seine Zentrale in Heidelberg und weitere Niederlassungen in Berlin, Frankfurt, Hamburg, und München. Weitere Informationen unter http://www.sas.com/de_de/company-information.html.

Anlage: Bild

