21.02.2020 – 09:30 Uhr

Bain-Studie zum Retail-Banking in der Schweiz / Mobile-Banking schafft loyale Kunden und neue Risiken

Zürich (ots) -

"Mobile First"-Kunden sind zufriedener als Nutzer traditioneller Kanäle

- Raiffeisen und Zürcher Kantonalbank haben in der Schweiz besonders loyale Kundschaft
- Digitale Kanäle erleichtern Produktkäufe jenseits der Hausbank
- Jüngere Kunden sind offen für Finanzprodukte von Technologieanbietern
- Traditionelle Banken können sich vor allem durch überzeugende digitale Kundenerlebnisse und den Aufbau von Ökosystemen behaupten

Smartphones und Tablets entwickeln sich in der Schweiz immer stärker zur zentralen Drehscheibe für Bankgeschäfte. Dem globalen Trend folgend setzt sich Mobile-Banking flächendeckend durch (https://www.bain.com/de/insights/snap-chart-retail-banking-2020-CH/). Dies ergab die aktuelle Studie "As Retail Banks Leak Value, Here's How They Can Stop It" der internationalen Unternehmensberatung Bain & Company, für die weltweit 134'000 Bankkunden befragt wurden, darunter 1'900 in der Schweiz. Darüber hinaus wird offensichtlich, welche Folgen die grosse Popularität digitaler Kanäle für traditionelle Banken hat.

Besonders loyale Kunden haben mehr Produkte ihrer Hausbank

Chancen bieten sich vor allem bei der Kundenbindung. Die mit dem Net Promoter Score® (NPS®) messbare Loyalität von "Mobile First"-Kunden liegt in der Schweiz mit 26 Prozent gut ein Viertel über dem Wert von Kontoinhabern, die mehrheitlich traditionelle Kanäle nutzen. Ein hoher NPS hat unmittelbare wirtschaftliche Auswirkungen. Denn besonders loyale Kunden besitzen der Studie zufolge mehr Produkte ihrer Bank, erwerben dort auch häufiger weitere Finanzprodukte und wechseln seltener.

In der Schweiz haben Raiffeisen und Zürcher Kantonalbank unverändert die loyalste Kundschaft. Branchenweit ging der NPS im Jahr 2019 allerdings leicht zurück. "Die Erwartungshaltung der Kunden wächst", erklärt Bain-Partner Dr. Dirk Vater, der die Praxisgruppe Financial Services in Europa, dem Mittleren Osten und Afrika (EMEA) leitet. Mit Blick auf den Trend hin zu Mobile-Banking betont er: "Die Banken sollten konsequent ihr digitales Angebot ausbauen."

Schweizer offen für Angebote von Tech-Konzernen

Nicht nur die steigende Erwartungshaltung bereitet Retail-Banken im digitalen Zeitalter Kopfzerbrechen. "Die Angebote und Konditionen sind vollständig transparent", erklärt Bain-Partner und Branchenexperte Dr. Jens Engelhardt. "Und damit sinkt die Hemmschwelle, sich für Finanzprodukte jenseits der Hausbank zu entscheiden." Zwar sind die Schweizer ihrer Hausbank deutlich treuer als Kunden in den meisten anderen Ländern. Doch im vergangenen Jahr wurde der Befragung zufolge immerhin ein Drittel der Kontoinhaber dem angestammten Institut beim Erwerb eines neuen Finanzprodukts untreu.

Lange Zeit standen nur die Banken miteinander in Wettbewerb. Nun drängen mit den Fintechs zunehmend neue Anbieter auf den Markt. Immerhin rund jeder vierte Schweizer wäre bereit, ein Finanzprodukt von einem Fintech zu erwerben. 30 Prozent wären offen für Angebote etablierter Technologiekonzerne. Besonders gross ist das Interesse bei den Kunden von morgen: 45 Prozent der 18- bis 24-Jährigen und 40 Prozent der 25- bis 34-Jährigen hätten nichts dagegen, ihre Geldgeschäfte über Unternehmen wie Amazon, Facebook oder Google abzuwickeln.

"Noch fehlen die entsprechenden Banking-Angebote von Technologiekonzernen", stellt Bain-Experte Engelhardt fest. "Doch die Wechselbereitschaft gerade der Jüngeren ist eine latente Gefahr. Je einfacher und überzeugender die Kreditinstitute ihr digitales Angebot gestalten, desto gelassener können sie möglichen Vorstössen neuer Konkurrenten entgegensehen."

Mit zusätzlichen Dienstleistungen Kunden binden

Der Bain-Studie zufolge stärkt darüber hinaus der Auf- und Ausbau von Ökosystemen die Kundenloyalität. Das

umfasst die Zusammenarbeit auch mit externen Partnern, so dass Kunden selbst bei komplexen Transaktionen wie einem Immobilienkauf eine Lösung aus einer Hand erhalten. 76 Prozent der Schweizer sind an solchen Ökosystemangeboten grundsätzlich interessiert.

Was etwa in der Versicherungswirtschaft schon funktioniert, ist auch im Retail-Banking möglich. "Tatsache ist, dass Ökosysteme einen wichtigen Beitrag zur Kundenloyalität leisten", betont Bain-Partner Vater. "Denn sie schaffen positive Kundenerlebnisse und vertiefen die Bindung." Hierbei kann die Bank-App zur Drehscheibe für alle Fragen rund um Kapitalanlage, Immobilie und andere Themen zu werden.

Eine Abbildung zur Pressemitteilung finden Sie hier: https://www.bain.com/de/insights/snap-chart-retail-banking-2020-CH/

Über die Studie

Bain & Company ermittelt weltweit einmal jährlich die Loyalität privater Bankkunden, ihre Produktnutzung und die hierfür verwendeten Kanäle. Die Befragung erstreckt sich auf alle wichtigen Institutsgruppen. Privat- und Direktbanken zählen ebenso dazu wie Genossenschaften und Sparkassen. Aussagen zu Einzelinstituten werden nur getroffen, wenn mehr als 200 Antworten vorliegen. Für die aktuelle Studie wurden 2019 weltweit rund 134'000 Kontoinhaber in 22 Ländern befragt, darunter rund 1'900 in der Schweiz. Auf Anfrage lassen sich Auswertungen für einzelne Länder und Institutsgruppen erstellen. Die hohe Grundgesamtheit der Befragten und die international einheitliche Fragenstruktur geben zudem einen Überblick über aktuelle Entwicklungen im globalen Retail-Banking-Markt.

Über den Net Promoter Score® (NPS®) Bain misst die Kundenzufriedenheit seit mehr als zehn Jahren branchen- und länderübergreifend mit dem Net Promoter Score® (NPS®). Diese Kennzahl ergibt sich aus den Antworten auf eine einzige Frage: "Auf einer Skala von 0 bis 10, wie wahrscheinlich ist es, dass Sie diese Bank einem Freund oder Kollegen weiterempfehlen?" Die Antworten werden drei Kategorien zugeordnet. Dabei hat sich gezeigt, dass nur Werte von 9 und 10 für wirklich loyale Kunden stehen ("Promotoren"), 7 und 8 passiv Zufriedene sind und Bewertungen von 6 an abwärts als Kritiker eingestuft werden müssen. Wird der Anteil der Kritiker von dem der Promotoren subtrahiert, ergibt sich der NPS.

Bain & Company

Bain & Company ist eine international führende Unternehmensberatung, die Entscheider weltweit bei der Zukunftsgestaltung unterstützt. Mit unseren 58 Büros in 37 Ländern sind wir in unmittelbarer Nähe unserer Kunden. Wir arbeiten gemeinsam mit ihnen daran, den Wettbewerb zu übertreffen und neue Standards in den jeweiligen Branchen zu setzen. Partner aus unserem Ökosystem digitaler Innovatoren ergänzen unsere Expertise und sorgen mit dafür, dass wir für unsere Kunden bessere, schnellere und nachhaltigere Ergebnisse erzielen. Seit unserer Gründung 1973 messen wir unseren Erfolg am Erfolg unserer Kunden. Wir sind stolz darauf, dass wir die höchste Weiterempfehlungsrate in der Beratungsbranche haben und dass unsere Kunden die Börsenindizes um das Vierfache übertreffen. Erfahren Sie mehr unter: www.bain-company.ch, www.bain.de. Folgen Sie uns auf: LinkedIn, Facebook, Xing, Bain Insights App.

Kontakt:

Pressekontakt:
Patrick Pelster
Bain & Company Switzerland, Inc.
Sihlporte 3
8001 Zürich
E-Mail: patrick.pelster@bain.com
Tel.: +41 79 201 8647

Diese Meldung kann unter https://www.presseportal.ch/de/pm/100018214/100842074 abgerufen werden.