

## Pressemitteilung

Umfrage Bankwesen

### Trendwende: Bankfilialen müssen integraler Bestandteil der Digitalisierungsstrategie werden

*Dortmund, 31. Januar 2022* – Der aktuelle Branchen-Report „Was Bank-Kundinnen und -Kunden wünschen und was Unternehmen bieten“ des IT-Dienstleisters adesso zeigt eine klare Präferenz für eine digitale Customer Journey. Finanzdienstleister sollten deshalb gerade für die Kundenakquise ihren Onlineauftritt optimieren und digitale Finanzgeschäfte priorisieren.

Verbraucherinnen und Verbraucher nutzen heute stärker denn je digitale Kanäle, um sich über Angebote von Finanzdienstleistern zu informieren. Wer die Kundenreise online begonnen hat, der bleibt meist dem gewählten Kanal treu. Neben dem Onlineauftritt gewinnen auch soziale Netzwerke immer mehr an Bedeutung. Allerdings sind gerade Banken hier mit ihrem Portfolio noch wenig präsent.

#### **Customer Experience: Homepage ist beliebteste Informationsquelle**

Als Informationsquelle nutzen die meisten Endverbraucherinnen und Endverbraucher die Website des Anbieters (53 Prozent), wenn es um ihre Finanzen geht. Die Website liegt noch vor Suchmaschinen (45 Prozent) und Vergleichsportalen (30 Prozent) auf Platz eins. Geht es um den Abschluss von Finanzprodukten, wird der Unterschied noch deutlicher: Während rund zwei Drittel der Befragten Finanzprodukte über die Unternehmenswebsite erworben haben, sind es nur 13 Prozent, die dafür Vergleichsportale und Preisvergleichsseiten nutzen. Lediglich zwölf Prozent der Befragten kommen vor Ort in das Finanzinstitut.

Dazu Boris Bohn, Bereichsleiter Digital Channels bei adesso: „Mit Blick auf unsere Customer-Experience-Studie zeigt sich: In Zeiten, in denen Bankfilialen und Finanztransaktionen zunehmend virtualisiert werden, ist es umso wichtiger, anlassbezogen eine optimale Customer Experience zu bieten, um dauerhaft wettbewerbsfähig zu bleiben.“

#### **Personalisiertes Marketing differenziert betrachten**

Werbung auf Basis von Interessen, Hobbys und vorher gekauften Artikeln wird doppelt so häufig akzeptiert, wie wenn sie sich auf Alter, Familienstand oder

Suchverläufe bezieht. Allgemein liegt besonderes Potenzial bei den jüngeren Zielgruppen, da diese aufgeschlossener als ältere Befragte sind. Besonders positiv werden mit 62 Prozent vorausgefüllte Formulare bewertet, die den Kaufprozess beschleunigen. Geht es um weitere Kommunikationsformen, bewerten die meisten Angebote wie Online-Banner und personalisierte Mails als positiv (je 29 Prozent Zustimmung).

### **Online trifft offline: Omnichannel gilt nicht für Bankkundinnen und -kunden**

Dreiviertel der Kundinnen und Kunden wählen einen klaren Weg innerhalb der Customer Journey: entweder ist dieser komplett online (45 Prozent) oder offline (30 Prozent). Nur einer von vier Bankkundinnen und -Kunden vermischt online mit offline. Doppelt so viele Männer wie Frauen wickeln Bankgeschäfte online ab. Deshalb sollte gerade vor Ort die Kommunikation auf weibliche Zielgruppen abgestimmt sein.

Ingo Gregus, Geschäftsführer bei der adesso-Tochter adesso experience GmbH, dazu: „Die Strategie Digital First wird die Zukunft der Bank weiter bestimmen. Wer im digitalen Kanal unterwegs ist, wird nicht mehr in die Filiale gehen. Entscheidend wird sein, die Filiale zu einem integralen Bestandteil der gesamten Digitalisierungsstrategie zu transformieren. Die Filiale muss also digitaler werden.“

### **Social Commerce: Digitale Möglichkeiten richtig nutzen**

Um der wachsenden Bedeutung von Social Media im Bereich der Customer Journey gerecht zu werden, können Finanzdienstleister die Plattformen als Informationskanal nutzen. Es kann sich auszahlen, mutig zu sein, denn viele Mitbewerber sind hier noch nicht sehr präsent. Ungenutztes Potenzial liegt vor allem bei YouTube, da diesen Kanal bisher nur 44 Prozent der Unternehmen als Marketing-Kanal nutzen, sich dort aber mit 88 Prozent die meisten Kundinnen und Kunden tummeln.

### **Über die Studie**

Die adesso-Studie blickt detailliert auf die E-Commerce-Auswirkungen der letzten Monate in einzelnen Branchen und auf die Einstellungen sowie das Verhalten von Verbraucherinnen und Verbrauchern. Dazu wurden bevölkerungsrepräsentativ 1.000 Online-Kundinnen und -Kunden zu ihrem Einkaufsverhalten sowie 373 Unternehmen zu ihren Customer-Experience-Management-Aktivitäten befragt.

Die Studie „Was Bank-Kundinnen und -Kunden wünschen und was Unternehmen bieten“ ist unter folgendem Link verfügbar: [adesso.de/cx-studie-banking](https://www.adesso.de/cx-studie-banking)

Presseinformation und Bildmaterial sind im Internet  
abrufbar unter: [www.adesso.de/presse](https://www.adesso.de/presse)

## **adesso**

adesso ist einer der führenden IT-Dienstleister im deutschsprachigen Raum und konzentriert sich mit Beratung sowie individueller Softwareentwicklung auf die Kerngeschäftsprozesse von Unternehmen und öffentlichen Verwaltungen. Die Strategie von adesso beruht auf drei Säulen: einem umfassenden Branchen-Know-how der Mitarbeitenden, einer breiten, herstellerneutralen Technologiekompetenz und erprobten Methoden bei der Umsetzung von Softwareprojekten. Das Ergebnis sind IT-Lösungen, mit denen Unternehmen wettbewerbsfähiger werden. Zu den Kernbranchen von adesso zählen Versicherungen/Rückversicherungen, Banken und Finanzdienstleistung, Gesundheitswesen, Lotterie, Energieversorgung, Öffentliche Verwaltung, Automotive, Verkehrsbetriebe und Handel.

adesso wurde 1997 in Dortmund gegründet und beschäftigt aktuell in der adesso Group über 5.600 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (nach Vollzeitäquivalent/FTE). Die Aktie ist im regulierten Markt notiert. Zu den wichtigsten Kunden zählen im Bankensegment u.a. Commerzbank, KfW, DZ Bank, Helaba, Union Investment, BayernLB und DekaBank, im Versicherungsbereich u.a. Münchener Rück, Hannover Rück, DEVK, DAK, Zurich Versicherung, Medizinischer Dienst der Krankenversicherung (MDK-IT) sowie branchenübergreifend u.a. Daimler, Bosch, Westdeutsche Lotterie, Swisslos, DZR Deutsches Zahnärztliches Rechenzentrum, TÜV Rheinland, REWAG, Beschaffungsamt des Bundesministeriums des Innern und Bayerisches Staatsministerium der Justiz.

Weitere Informationen unter [www.adesso.de](http://www.adesso.de) sowie:

Unternehmens-Blog: <https://www.adesso.de/de/news/blog>

Twitter: [https://twitter.com/adesso\\_SE](https://twitter.com/adesso_SE)

Facebook: <http://www.facebook.com/adessoSE>

### **Pressekontakt:**

#### **adesso SE**

Eva Wiedemann  
Geschäftsstelle München  
Streitfeldstr. 25  
81673 München  
Tel.: +49 (0) 162 2921282  
[eva.wiedemann@adesso.de](mailto:eva.wiedemann@adesso.de)  
[www.adesso.de](http://www.adesso.de)

#### **Rotwand Digitale PR GmbH**

Anton Martic  
Eggernstraße 6  
81667 München  
Tel.: +49 (0) 89 7167223-10  
[anton.martic@rotwand.net](mailto:anton.martic@rotwand.net)  
[www.rotwand.net](http://www.rotwand.net)