

GESELLSCHAFT FÜR QUALITÄTSPRÜFUNG MBH

Onlinestudie zu dem Thema Banken

Untersuchungsgegenstand	In der Studie wurden Personen mit einem eigenen Konto zu Ihrer Hausbank befragt. Erhoben wurden unter anderem die Gründe für die Wahl einer Bank sowie die Nutzung digitaler Services.
Stichprobe	n= 1.010 Personen; bevölkerungsrepräsentativ nach Alter, Geschlecht und Bundesland
Befragungszeitraum	08. bis 15. Juni 2022
Genderhinweis	Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird bei Personenbezeichnungen und personenbezogenen Hauptwörtern die männliche Form verwendet. Entsprechende Begriffe gelten im Sinne der Gleichbehandlung grundsätzlich für alle Geschlechter. Die verkürzte Sprachform beinhaltet keine Wertung.
Runden	Zur besseren Lesbarkeit wurden Prozentwerte gerundet. Bei der Summierung der Teilergebnisse kann es dadurch in Einzelfällen zur Abweichung von 100 Prozent kommen.
Methode	Online-Umfrage unter in Deutschland lebenden Personen im Alter von 18 bis 69 Jahren über das aktiv und passiv rekrutierte Online Access Panel der SPLENDID RESEARCH GmbH.

Wie bewerten Kunden Ihre Hausbank und worauf legen Sie Wert bei der Wahl einer Hausbank ?

Eine repräsentative Online-Befragung unter 1.010 Deutschen zwischen 18 und 69 Jahren zum Thema Hausbanken und digitaler Funktionen der Banken

Top 3



36% Sparkasse



14% Volksbank/Raiffeisenbanken



8% Postbank

79% der Teilnehmer gefällt das digitale Angebot der Hausbank

+

71% der Probanden geben an, dass Ihnen die Erreichbarkeit ihrer Hausbank gefällt



Regelmäßige Nutzung

~ 19% Online Newsletter

~ 17% Online Produktabschluss

~ 15% Konto-Konfigurator

Digitales Angebot

12% der Befragten vermissen:

Online-Terminvereinbarung
Online-Produktabschluss
Konto-Konfigurator
Online-Kreditrechner

39% können sich nicht vorstellen ihr Geld über die Hausbank anzulegen

25% erwägen einen Wechsel der Hausbank

25%

Zu hohe Kosten/
Gebühren

54%

71%

39% können sich nicht vorstellen einen Kredit über die Hausbank aufzunehmen



Themen bei der Wahl einer Hausbank

1. 90% Kosten für das Girokonto
2. 86% Digitales Angebot
3. 83% Verständliche Darstellung von Angeboten und Kosten



53%

vermissen keine digitale Funktion

Bewertung der Hausbank

- Mit 36 Prozent ist die **Sparkasse** die häufigsten gewählte Hausbank in Deutschland. An zweiter Stelle liegt die **Volksbank** mit 14 Prozent.
- **Bei der aktuellen Bank gefällt** das digitale Angebot 79 Prozent der Kunden und 71 Prozent der Teilnehmer geben an, dass ihnen die Erreichbarkeit ihrer Hausbank mindestens "gut" gefällt.
- Ein Viertel der Befragten zieht einen **Wechsel der Hausbank** in Erwägung. Hauptgründe sind die zu hohen Gebühren (54 Prozent) und die nicht zufriedenstellende Erreichbarkeit der Bank (26 Prozent).
- Neben den Kosten für das Girokonto (90 Prozent) stellt auch die verständliche Darstellung der Angebote und der Kosten mit insgesamt 83 Prozent einen **wichtigen Faktor bei der Wahl der Hausbank** dar.
- 39 Prozent der Befragten können sich nicht vorstellen, einen Kredit bei der Hausbank aufzunehmen. Gleiches gilt für Geldanlagen über die Hausbank. In beiden Fällen sind die **hohen Kosten der Hausbanken** der Hauptgrund für die mangelnde Bereitschaft.
- Wird explizit nach einer **Hausbank für den Zahlungsverkehr** gesucht, sind die **Kosten für das Girokonto** sowie die **digitalen Angebote** die zwei wichtigsten Aspekte bei der Wahl.

Digitale Funktionen

- Betrachtet man das Nutzungsverhalten digitaler Angebote, werden der **Newsletter** als Informationsquelle (19 Prozent) und der **Online-Produktabschluss** (17 Prozent) am meisten genutzt. 15 Prozent nutzen den **Konto-Konfigurator** und 14 Prozent die **Online-Terminvereinbarung**.
- Der verhältnismäßig niedrige Anteil an Nutzern zeigt sich ebenfalls in der geringen Nachfrage nach digitalen Funktionen. Die Hälfte der Bankkunden **vermisst keine** der genannten **digitalen Funktionen**; scheint also zufrieden zu sein mit dem digitalen Angebot.
- **Geringes Potenzial** besteht bei Online-Kreditrechner, -Terminvereinbarung, -Produktabschluss und Konto-Konfigurator, da diese von ungefähr jedem Zehnten vermisst werden.
- Nur fünf Prozent der Befragten vermissen einen **Newsletter**, der zugleich die meistgenutzte digitale Funktion (19 Prozent) ist. Auffällig ist, dass die erhobenen digitalen Funktionen nur in geringem Maße genutzt und gleichzeitig selten vermisst werden.
- Der Fokus scheint auf dem **Online-Banking** und den **dazugehörigen Apps** zu liegen: 86 Prozent der Befragten sind der Meinung, dass es ein wichtiges Thema bei der Wahl der Hausbank ist. Ferner geben 79 Prozent der Befragten an, dass Ihnen das **digitale Angebot (Online-Banking, App, Online-Terminvereinbarung etc.)** ihrer Hausbank gefällt.



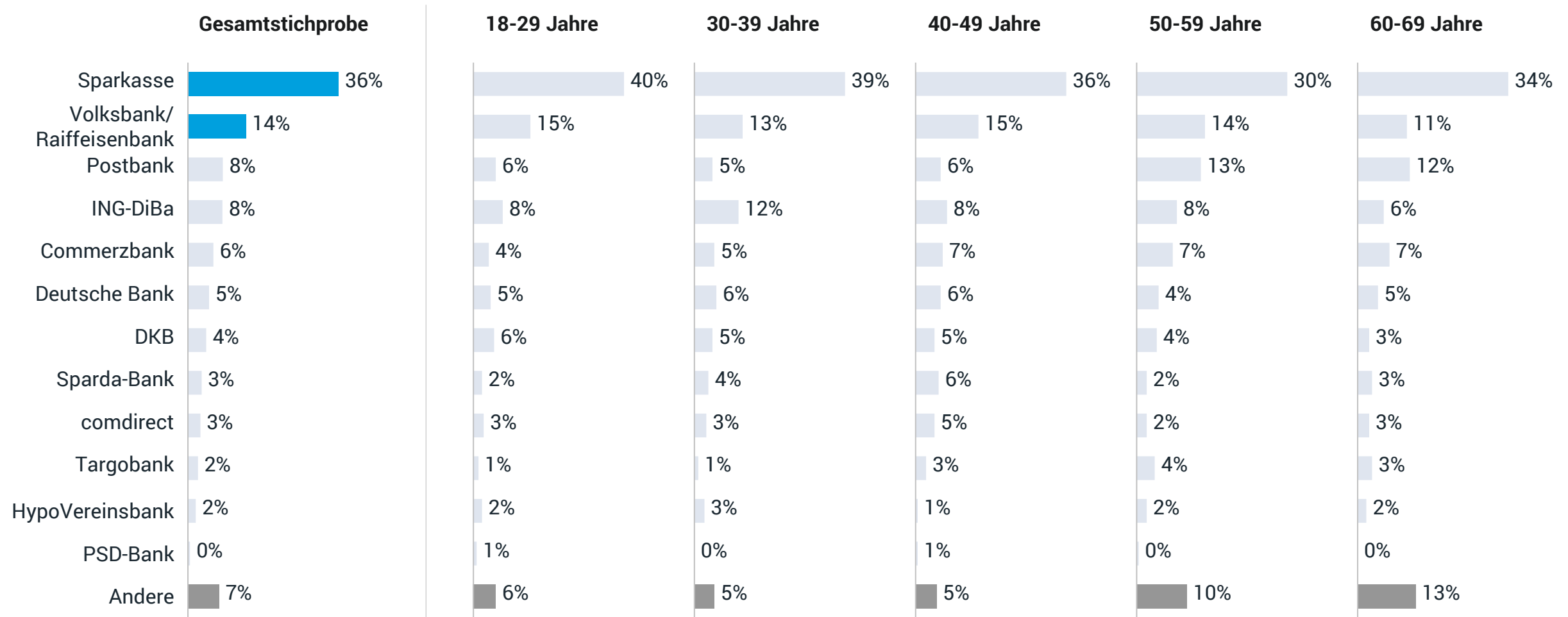
Bewertung der Hausbank



Digitale Funktionen

Soziodemografie

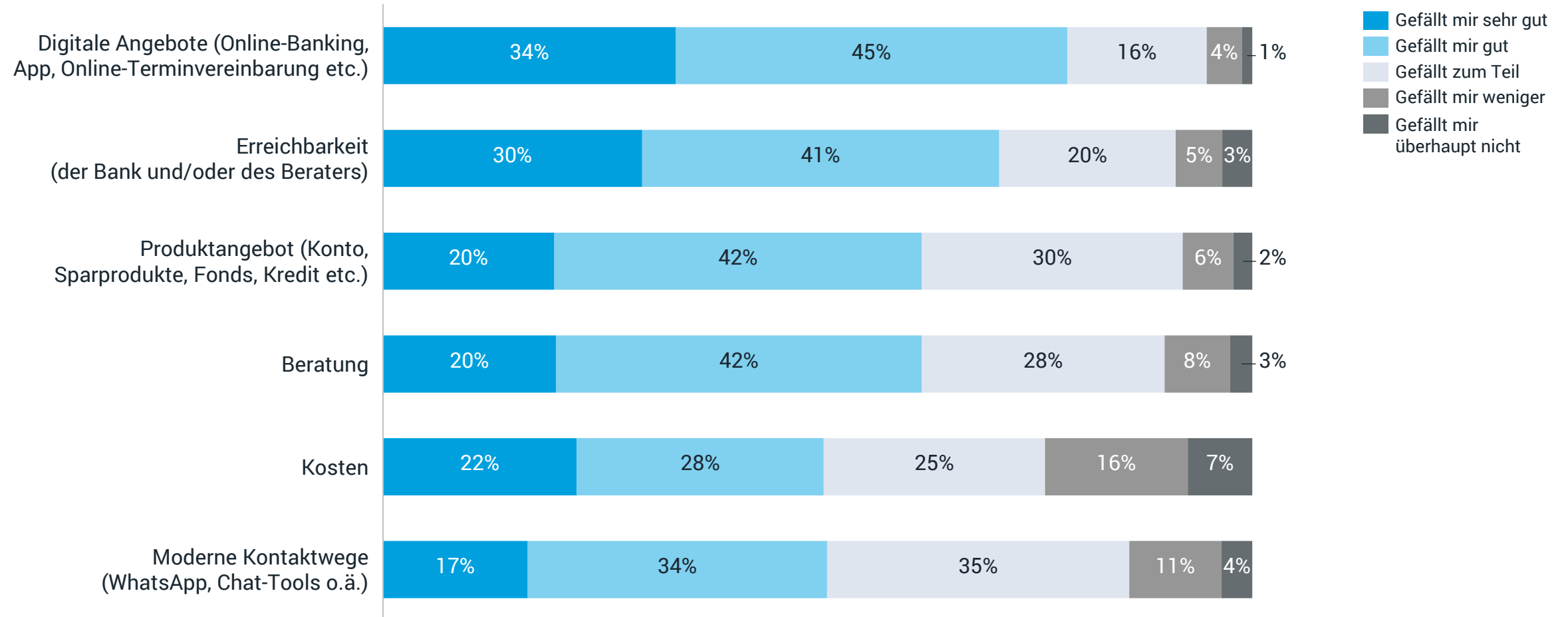
Die meisten Deutschen geben die Sparkasse (36 Prozent) als ihre Hausbank an; die Volksbank folgt mit 14 Prozent auf Platz zwei.



n = 1.010
 „Bei welcher Bank sind Sie im Moment Kunde (dem Konto bzw. bzgl. des Zahlungsverkehrs)?“

POSITIVES AN DER HAUSBANK

Die digitalen Angebote werden von über drei Vierteln der Probanden positiv wahrgenommen, auch die Erreichbarkeit bewertet die Mehrheit gut.

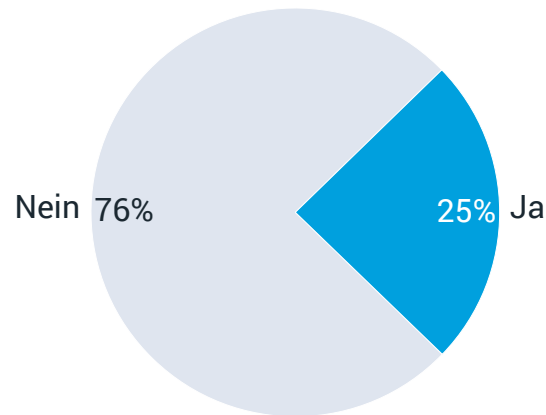


n = 1.010
„Was gefällt Ihnen bei Ihrer aktuellen Bank?“

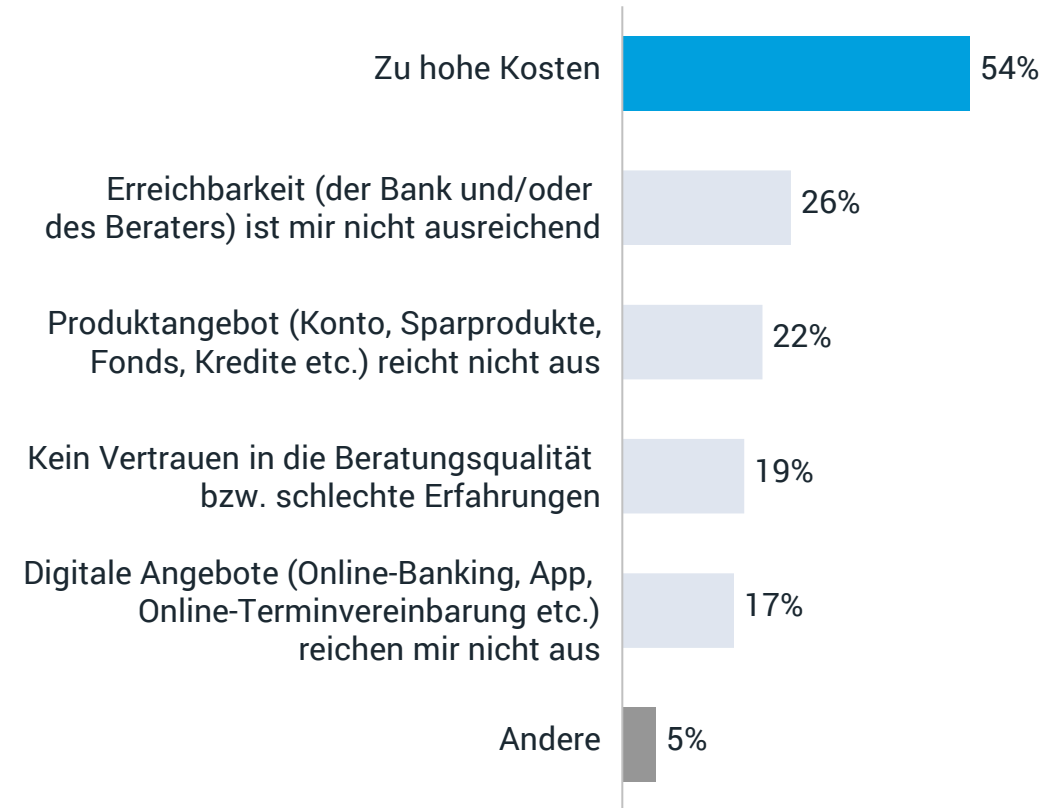
ERWÄGUNG EINES HAUSBANKWECHSELS

Jeder vierte Bankkunde zieht einen Wechsel der Hausbank in Betracht, als Hauptgrund werden zu hohe Kosten angegeben.

Hausbankwechsel



Gründe für den möglichen Wechsel

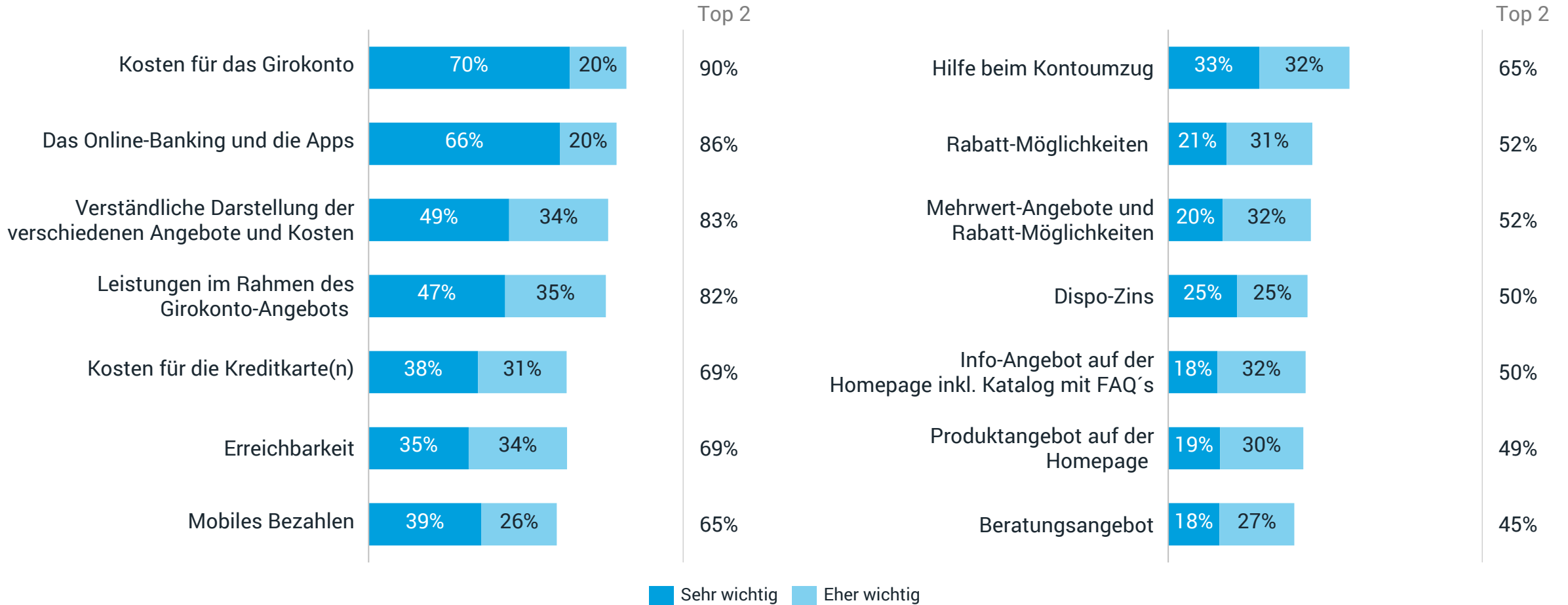


n = 1.010; n_{Möglicher Wechsel der Hausbank} = 247

„Überlegen Sie aktuell, die Hausbank zu wechseln?“, „Aus welchen Gründen überlegen Sie aktuell, die Hausbank zu wechseln?“ (Mehrfachauswahl; max. 2 Antworten)

THEMEN BEI DER WAHL EINER HAUSBANK

Neun von zehn Befragten geben an, dass die Kosten bei der Wahl der Hausbank von Bedeutung sind; auch Online-Apps sind sehr relevant.



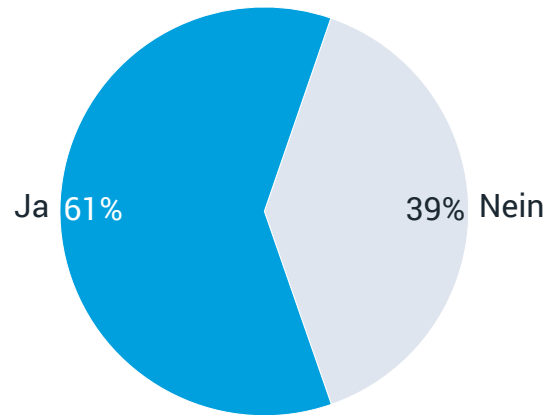
n = 1.010
 „Wenn Sie eine neue Hausbank suchen; welche Themen sind für Sie als Kunde für die Wahl am wichtigsten?“

Top2: „Sehr wichtig“ und „Eher wichtig“
 Skala: : „Sehr wichtig“, „Eher wichtig“, „Teils-teils“, „Eher unwichtig“, „Nicht wichtig“

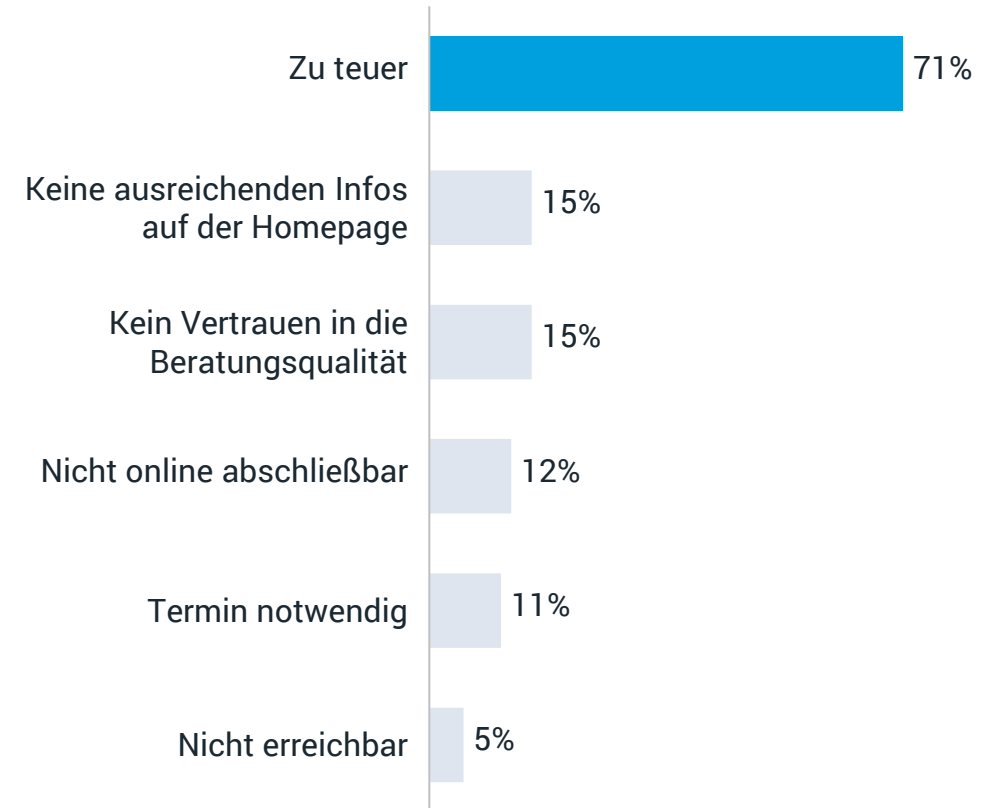
ERWÄGUNG EINES KREDITS BEI DER HAUSBANK

Für 61 Prozent der Befragten wäre die Hausbank die erste Wahl für die Aufnahme eines Kredits; gegen die Hausbank sprechen die Kosten.

Kredit bei der Hausbank



Gründe gegen die Hausbank



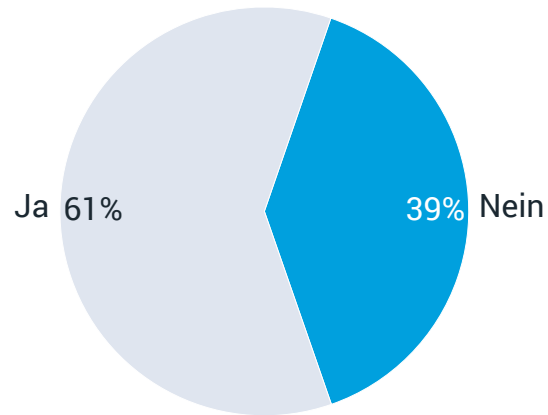
n = 1.010; n_{Kein Hausbank-Kredit} = 389

„Wenn Sie aktuell einen Kredit benötigen würden, wäre dann Ihre aktuelle Bank Ihre erste Wahl?“; „Warum wäre Ihre aktuelle Bank nicht Ihre erste Wahl, wenn Sie einen Kredit benötigen würden?“ (Mehrfachauswahl; max. 2 Antworten)

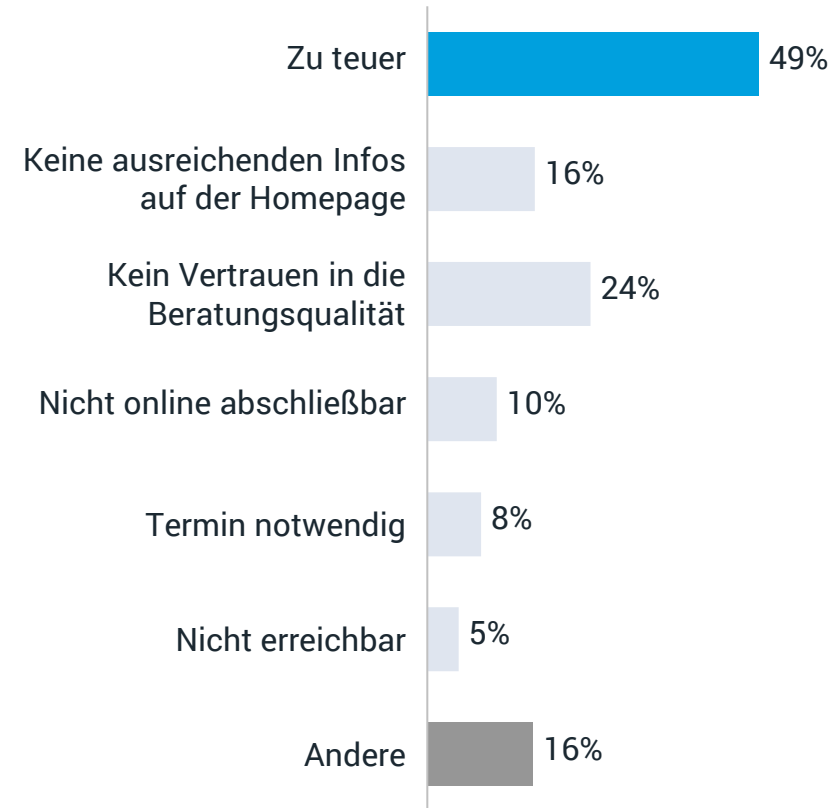
ERWÄGUNG EINER GELDANLAGE ÜBER DIE HAUSBANK

39 Prozent der Deutschen würden ihr Geld nicht über die Hausbank anlegen; die Hälfte gibt hier zu hohen Kosten als Grund an.

Geldanlage über die Hausbank



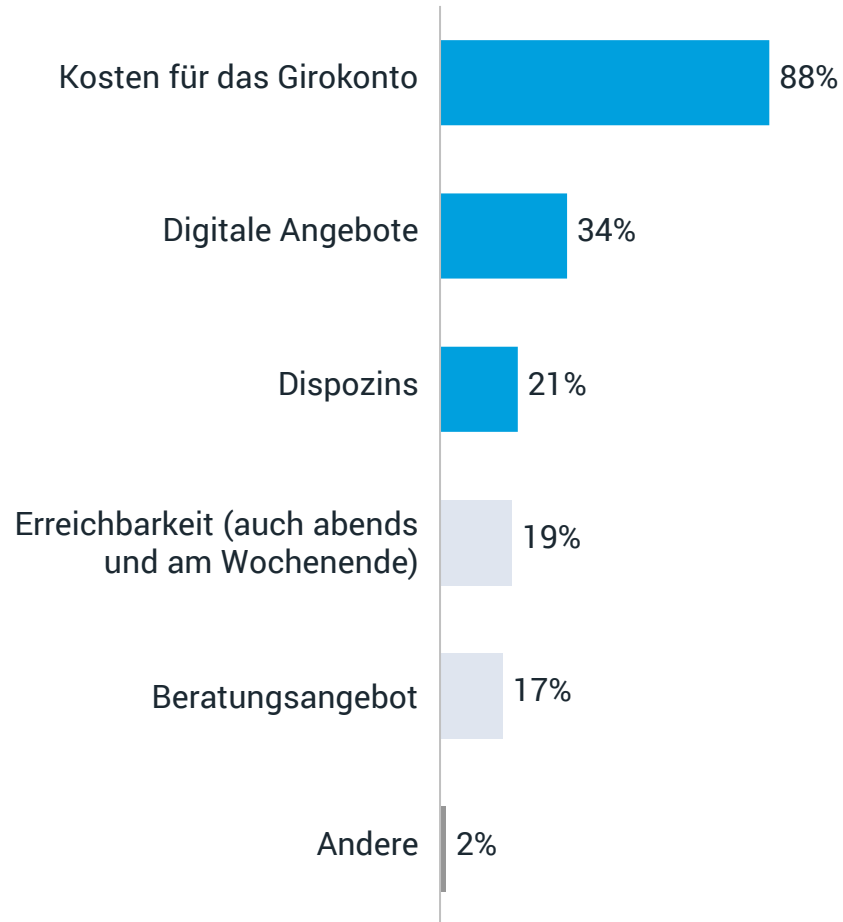
Gründe gegen die Hausbank



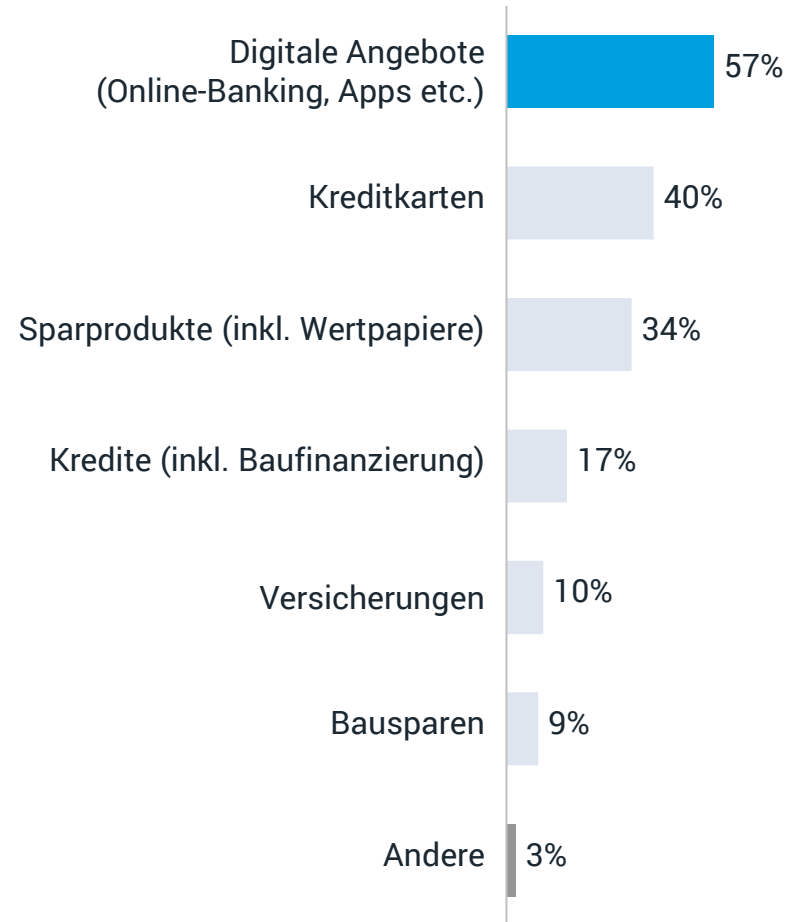
n = 1.010; n_{Keine Geldanlage über die Hausbank} = 392

„Wenn Sie Geld anzulegen hätten, wäre dann Ihre aktuelle Bank Ihre erste Wahl?“; „Warum wäre Ihre aktuelle Bank nicht Ihre erste Wahl, wenn Sie Geld anzulegen hätten?“ (Mehrfachauswahl; max. 2 Antworten)

Wichtige Themen (Bank für den Zahlungsverkehr)



Ergänzende Themen zum Girokonto



- Die Kosten für ein Girokonto sind mit 88 Prozent das dominierende Thema bei der Wahl einer Bank für den eigenen Zahlungsverkehr. Für jeden Dritten sind darüber hinaus digitale Angebote wichtig, jeder Fünfte nennt den Dispozins.
- Darüber hinaus sind das Online-Banking und Apps für über die Hälfte der Deutschen ein Aspekt.
- Zudem legen die Befragten Wert auf eine Kreditkarte (40 Prozent) und Sparprodukte (34 Prozent).

n = 1.010

„Wenn Sie für den Zahlungsverkehr eine neue Bank suchen würden, welches wären für Sie die zwei wichtigsten Themen?“ (Mehrfachauswahl; max. 2 Antworten): „Welche der folgenden Themen wären Ihnen in Ergänzung zum Girokonto als Kunde wichtig?“ (Mehrfachauswahl; max. 2 Antworten)

Bewertung der Hausbank

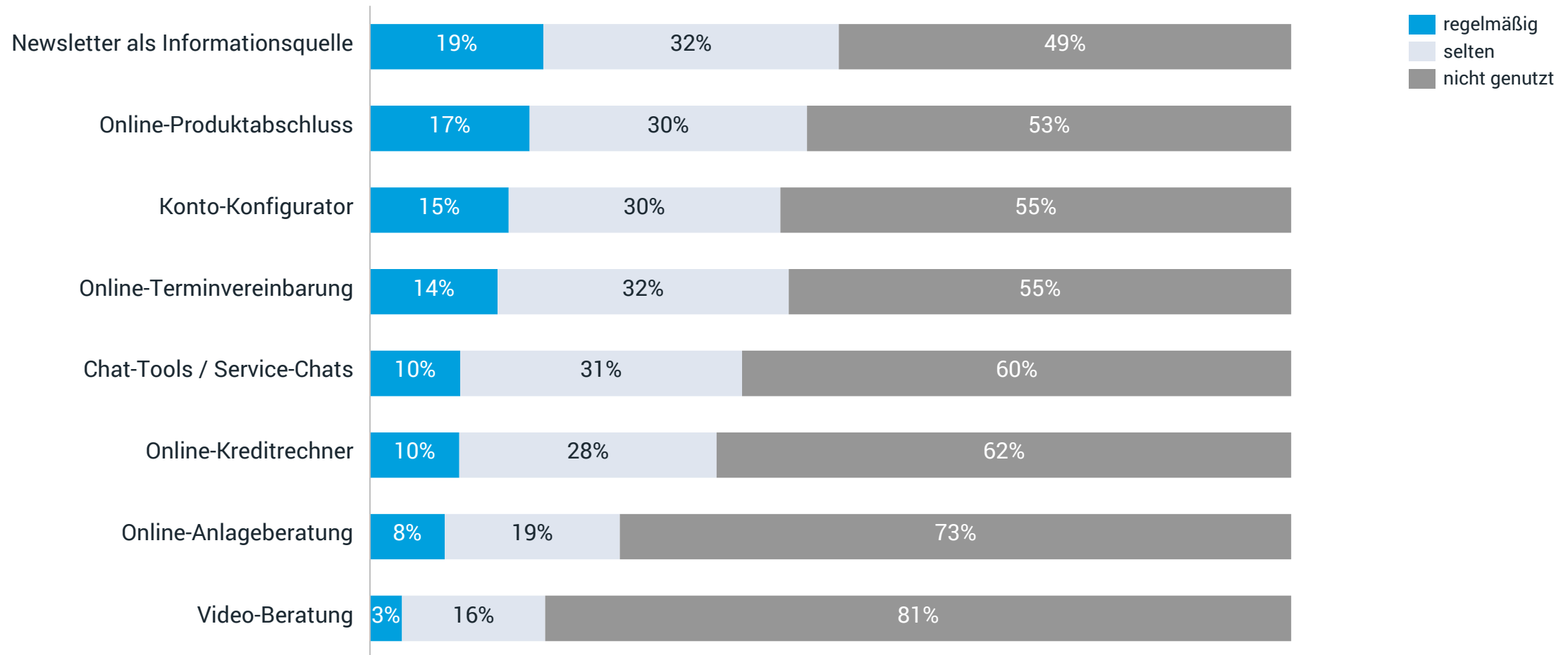


Digitale Funktionen



Soziodemografie

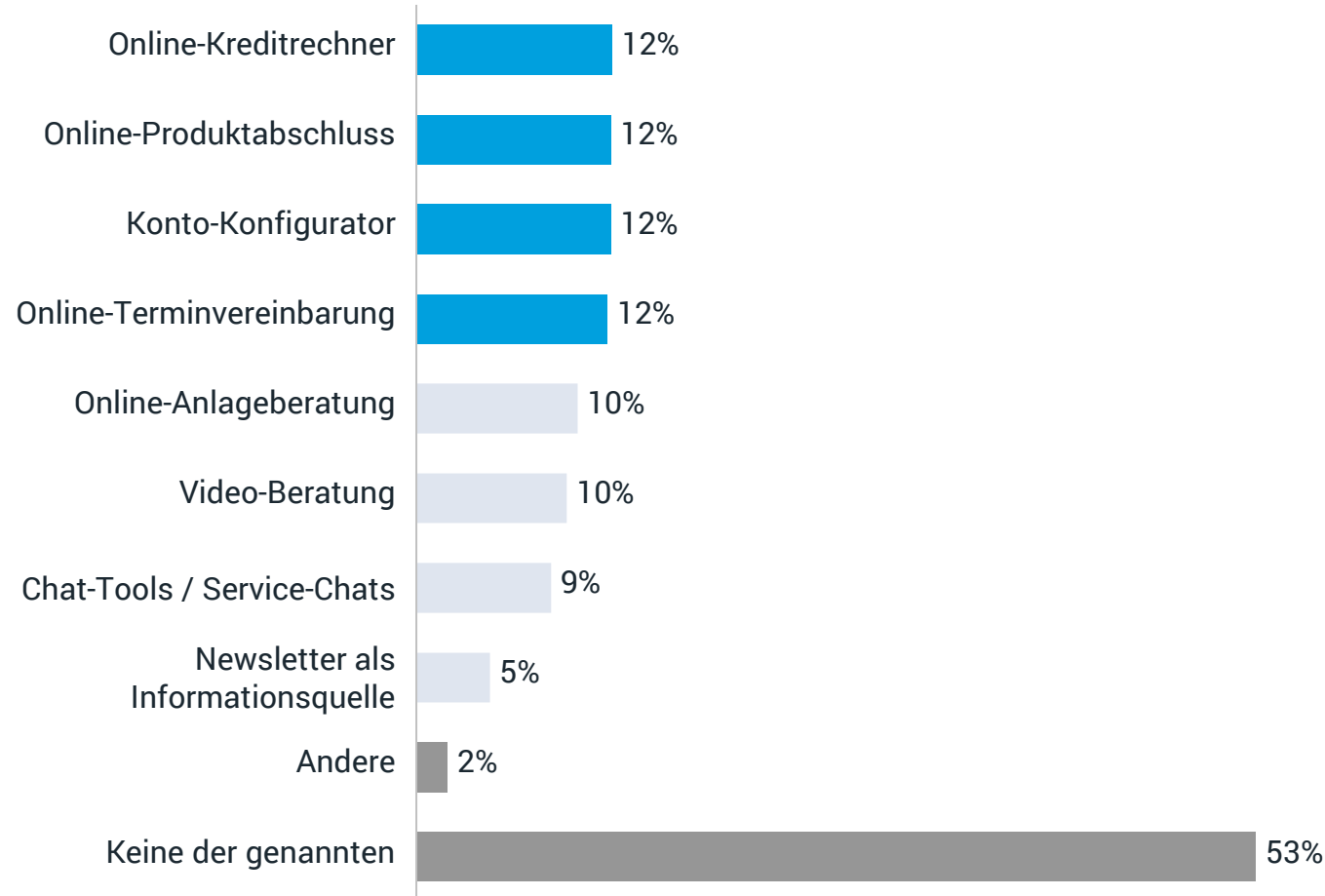
Jeder zweite Bankkunde nutzt keinen Banknewsletter als Informationsquelle; auch die anderen digitalen Produkte werden nur selten bis nie genutzt.



n = 1.010
„Welche der folgenden digitalen Funktionen haben Sie bereits bei einem Kreditinstitut genutzt?“

BEDARF AN DIGITALEN FUNKTIONEN

Die Hälfte der Kunden vermisst bei ihrer Hausbank keine digitalen Funktionen.



n = 1.010

„Welche der folgenden digitalen Funktionen vermissen Sie bei Ihrem aktuellen Kreditinstitut?“ (Mehrfachauswahl; max. 3 Antworten)

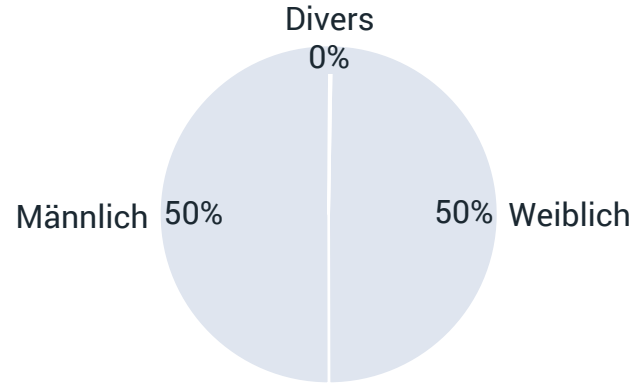
- Die Hälfte der Bankkunden vermisst keine der genannten digitalen Funktionen.
- Online-Kreditrechner, Online-Produktabschluss, Konto-Konfigurator und Online-Terminvereinbarung werden von jedem zehnten – und damit eher wenig - Befragten vermisst.

Bewertung der Hausbank

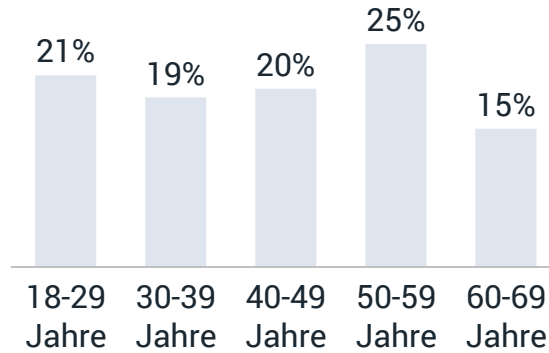
Digitale Funktionen

Soziodemografie

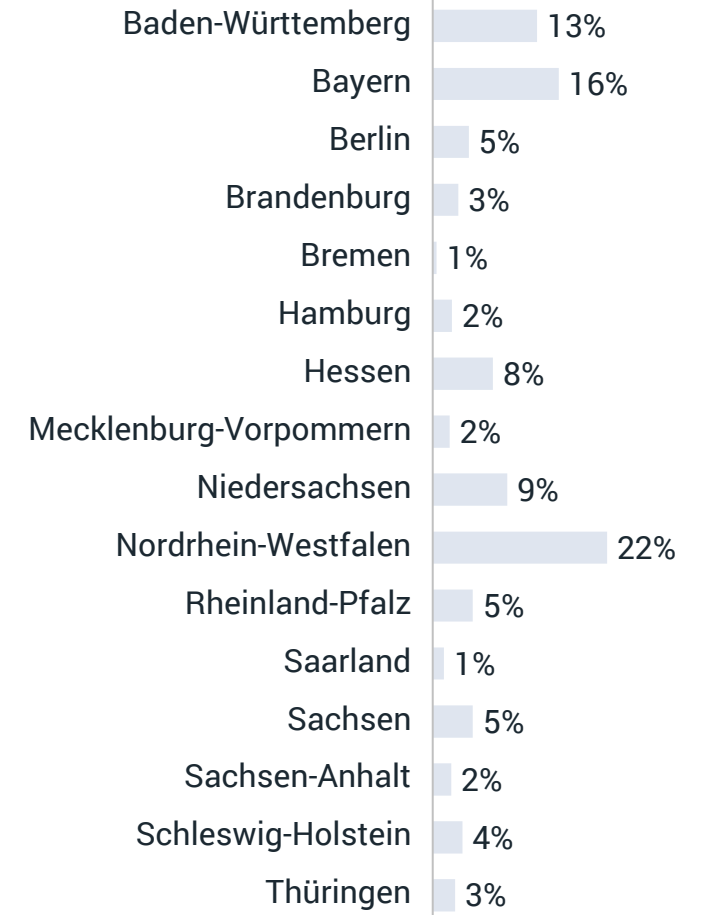
Geschlecht



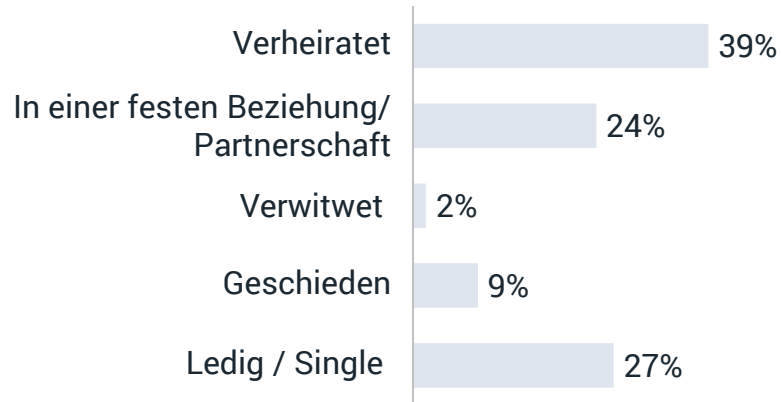
Alter



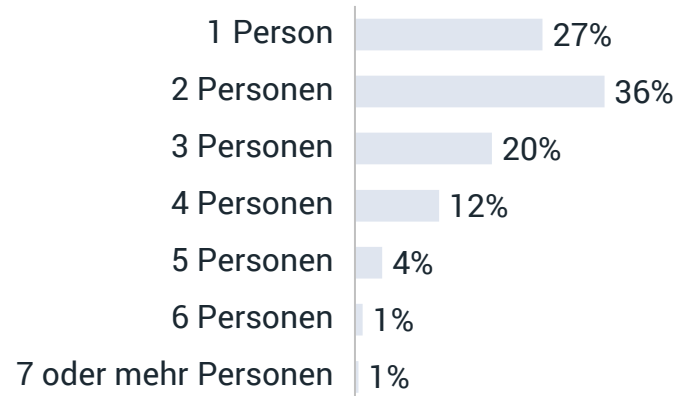
Bundesland



Familienstand



Haushaltsgröße



n=1.010

SPLENDID RESEARCH GmbH | Barmbeker Str. 7a | 22303 Hamburg | Deutschland

+(49) 40 / 69 45 36 6 - 0 | hallo@splendid-research.com | www.splendid-research.com

© 2022 SPLENDID RESEARCH GmbH

Sitz der Gesellschaft: Hamburg, Amtsgericht Hamburg HRB 143505, Geschäftsführer: André Wolff

All rights reserved. No part of this document may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including photography, recording, or any information storage and retrieval system, without permission from SPLENDID RESEARCH GmbH.