

Banken in der Coronakrise: Maßgebliche Änderungen der Kundenbedürfnisse

Wien, 08. Juli 2020: Die Ergebnisse der aktuellen KPMG Umfrage „Consumers and the new reality“ zeigen, dass Banken verstärkten Fokus auf das Preis-Leistungsverhältnis und das Vertrauen in etablierte Marken legen.

Hinsichtlich der Haushaltsfinanzen geben 44 Prozent der befragten Personen an, dass die COVID-19-Situation keine finanzielle Auswirkung zeigt, während knapp ein Drittel (28 Prozent) massive negative Auswirkungen beklagt. Für die Bankenbranche zeichnet sich folgendes Bild ab: 46 Prozent geben an, dass beim Kauf eines Finanzproduktes oder einer Finanzdienstleistung das Preis-Leistungsverhältnis am wichtigsten ist sowie die persönliche, gesundheitliche Sicherheit beim physischen Filialbesuch (45 Prozent). Für ebenfalls 45 Prozent ist das Vertrauen in die Bank zentral, während spezifische, persönliche Kundenerfahrungen das Kaufverhalten bei 41 Prozent der Kunden beeinflussen.

Steigende Nachfrage von digitalen Lösungen

Werden Kunden gefragt, inwiefern ein Bankwechsel aufgrund COVID-19 von Interesse ist, so geben 89 Prozent an, dass sie weiterhin bei ihrer Bank bleiben möchten. Ein Bankwechsel kommt lediglich für elf Prozent in Frage, wobei 40 Prozent davon eine digitale Bank in Erwägung ziehen. Darüber hinaus lässt sich aus den Ergebnissen ablesen, dass eine vertriebskanalübergreifende Verwaltung (33 Prozent) sowie ein 24/7-Webchat (32 Prozent) erwünscht sind. Auch Services wie die Auffindbarkeit einer Hotline (25 Prozent), Rückruffunktionen (23 Prozent) sowie Video Call-Termine (20 Prozent) stehen auf der Wunschliste.

Schlussfolgerungen für die neue Realität

„Die Umfrage zeigt, dass Banken sich noch stärker um das Vertrauen der Kunden bemühen müssen. Vor allem gilt es, die digitalen Kanäle mit den physischen gut zu integrieren, um letztendlich auch ein besseres Preis-Leistungsverhältnis bieten zu können“, sagt KPMG Partner Alexander Lippner. Ein großer Teil der Befragten geht auch nach Aufhebung der derzeitigen COVID-19-Beschränkungen davon aus, verstärkt Website und Apps der Banken zu nutzen. Ein Drittel plant auch weiterhin eine Bankfiliale aufzusuchen.



[Download KPMG Bericht
Consumers and the new
reality](#)



[Download Pressefoto
Alexander Lippner](#)

Über KPMG

Die Initialen von KPMG stehen für die Gründerväter der Gesellschaft: Klynveld, Peat, Marwick und Goerdeler. Als Verbund rechtlich selbstständiger, nationaler Mitgliedsfirmen ist KPMG International mit ca 219.000 Mitarbeitern in 147 Ländern eines der größten Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsunternehmen weltweit.

In Österreich ist KPMG eine der führenden Gruppen in diesem Geschäftsfeld und ist mit mehr als 1.630 Mitarbeitern an 8 Standorten präsent. Unsere Leistungen sind in die Geschäftsbereiche Prüfung (Audit) und Beratung (Tax, Law und Advisory) unterteilt. Im Mittelpunkt von Audit steht die Prüfung von Jahres- und Konzernabschlüssen. Tax steht für die steuerberatende und Law für die rechtsberatende Tätigkeit von KPMG. Der Bereich Advisory bündelt das fachliche Know-how zu betriebswirtschaftlichen, regulatorischen und transaktionsorientierten Themen. KPMG hat zuletzt im Juni 2020 das Beratungsunternehmen SIAB übernommen, um zukünftig verstärkt Business Software Komplettlösungen anbieten zu können.

www.kpmg.at

Rückfragehinweis:

KPMG Austria GmbH
Gözde Yaylali
Porzellangasse 51
1090 Wien
T +43 1 31332-3014
gyaylali@kpmg.at

© 2020 KPMG Austria GmbH Wirtschaftsprüfungs- und Steuerberatungsgesellschaft, österreichisches Mitglied des KPMG-Netzwerks unabhängiger Mitgliedsfirmen, die KPMG International Cooperative („KPMG International“), einer juristischen Person schweizerischen Rechts, angeschlossen sind. Alle Rechte vorbehalten. KPMG und das KPMG-Logo sind eingetragene Markenzeichen von KPMG International.