



CRIF-Studie: So können Banken die Zufriedenheit der Kunden steigern - in der jungen Altersgruppe wünscht sich ein Drittel Unterstützung auf digitalem Wege

- Großteil der Deutschen fordert in Zeiten finanzieller Engpässe mehr Unterstützung ihrer Bank.
- Studie zeigt Banken Kundenerwartungen und Optimierungspotenziale auf
- 37 Prozent der Befragten gehen davon aus, dass sich ihre finanzielle Situation in den nächsten 12 Monaten verschlechtert.

71 Prozent der Deutschen erwarten von ihren Kreditinstituten mehr Hilfsbereitschaft in Zeiten finanzieller Schwierigkeiten. Zu diesem Ergebnis kommt die repräsentative Umfrage „Banking on Banks“ des Informationsdienstleisters CRIF. Im Juli 2022 wurden im Rahmen der Studie 1.000 deutsche Verbraucher befragt, um zu untersuchen, wie sich die gestiegenen Lebenshaltungskosten in den kommenden zwölf Monaten auf die Nachfrage nach Finanzdienstleistungen auswirken werden. Die Studie zeigt auf, welche Bereiche Banken Potenziale bieten, um in Zeiten finanziellen Drucks Kundenbindung und Kundenzufriedenheit zu stärken.

Verbraucher stehen vor neuen Herausforderungen

Die Pandemie, Inflation, der Ukraine-Krieg und die Energiekrise haben in diesem Jahr zu deutlich gestiegenen finanziellen Belastungen der deutschen Verbraucher geführt. In der Folge erwarten 37 Prozent der befragten Deutschen, dass sich ihre finanzielle Situation in den nächsten zwölf Monaten verschlechtern wird. „Viele deutsche Verbraucher stehen in den kommenden zwölf Monaten vor Herausforderungen, die sie so noch nicht kennen. Um sie zu bewältigen, suchen sie nach Orientierung und Unterstützung“ ordnet Dr. Frank Schlein, Geschäftsführer von CRIF Deutschland, ein. „Unsere Befragung zeigt, dass viele Bankkunden es ihren Banken anrechnen, wenn es denen gelingt, auf die jeweilige Situation der Kunden angepasste, individuelle Unterstützung zu bieten. Das zeigt für Banken Chancen auf.“ So geben 41 Prozent der Studienteilnehmer an, dass Banken ihre Produkte und Dienstleistungen in der aktuellen Situation besser auf die Bedürfnisse der einzelnen Kunden abstimmen sollten.

Viele Ansätze für mehr Kundenzufriedenheit

Die Ergebnisse der Studie zeigen eine Reihe von Feldern auf, denen sich Banken annehmen können, um ihr Angebot stärker an die Nachfrage anzupassen und die Zufriedenheit ihrer Kunden zu verbessern. So ist beispielsweise jeder dritte Deutsche (36 Prozent) der Meinung, Banken sollten angesichts der aktuellen Lage verstärkt auf ihre Kunden zugehen, um ihnen dabei zu helfen, bei Dienstleistungen wie beispielsweise Versicherungen Geld zu sparen. Auch beim Vermögensaufbau wünschen sich 36 Prozent der Befragten jetzt mehr Unterstützung von Seiten ihrer Bank.

Für Schlein sind Digitalisierungsmaßnahmen eine Möglichkeit, um die aufgedeckten Potenziale über verschiedene Anwendungsbereiche hinweg auszuschöpfen: „Vor allem unter den 18- bis 34-Jährigen ist der Wunsch nach stärkerer Digitalisierung der Prozesse groß: Rund jeder Dritte (32 Prozent) wünscht sich Unterstützung auf digitalem Wege. Darüber hinaus lassen sich mit digitalen Lösungen aber auch viele Themen angehen, die von allen befragten Altersgruppen genannt werden: Beispielsweise zusätzliche Hilfe bei der Verbesserung ihrer Kreditwürdigkeit (26 Prozent), Unterstützung bei der Finanzplanung (24 Prozent) oder eine frühere Warnung vor finanziellen Engpässen (24 Prozent). Für all diese Anwendungsgebiete gibt es mittlerweile passende digitale Instrumente.“

Mit digitalen Lösungen zum bedarfsgerechten Angebot

An der Bereitschaft persönliche Daten zu teilen, mangelt es nicht: Viele deutsche Verbraucher für denkbar, zusätzliche persönliche Daten weiterzugeben – vorausgesetzt es würde ihnen beispielsweise die Kreditaufnahme erleichtern (30 Prozent) oder dazu beitragen, ihr Kreditlimit zu erhöhen (25 Prozent). Unter diesen Voraussetzungen ist die Bereitschaft unter den 18- bis 34-Jährigen noch stärker ausgeprägt. In dieser Altersgruppe würden knapp 40 Prozent vermehrt persönliche Daten freigeben. „Private Informationen sind ein sensibles Gut, mit dem verantwortungsbewusst, datenschutzkonform und kundenorientiert umgegangen werden muss“, kommentiert Schlein. „Um das Vertrauen zu stärken, müssen Banken ihren Kunden beweisen, dass sie etwas davon haben, ihre Daten zu übermitteln.“

Besonders bereitwillig geben Kunden ihre Daten dann heraus, wenn sie anhand derer vor finanziellen Problemen gewarnt (43 Prozent) oder dabei unterstützt werden, ihre monatlichen Ausgaben zu senken (42 Prozent). „Innovationen in den Bereichen Datenpflege, Analyse und digitale Dienste beinhalten großes Potenzial für die Kundenbindung“, meint Schlein. „Banken können auf diese Weise ihr Angebot maßgeschneidert für den einzelnen Kunden verbessern, ihn bei den Herausforderungen der Inflation unterstützen und so das Vertrauen stärken.“

Banken müssen sich auf neue Lage der Verbraucher einstellen

Dass das Thema in den kommenden Monaten für alle Banken relevant wird, zeigen die Erwartungen der deutschen Verbraucher: Laut CRIFs Studie befürchtet jeder Dritte (33 Prozent), dass ihr Lebensstandard im kommenden Jahr sinkt. Jeder Vierte (26 Prozent) rechnet sogar mit Schwierigkeiten, Rechnungen begleichen oder Kredite bedienen zu können. Um das zu verhindern, suchen 65 Prozent der Deutschen einen Weg, um in den kommenden zwölf Monaten die Ausgaben für Essen, Energie und andere lebensnotwendige Güter zu senken. Jeder Dritte (35 Prozent) hält es dabei für wahrscheinlich, einen Nebenverdienst aufnehmen zu müssen, um die gestiegenen Kosten zu stemmen.

Die Banken werden im Falle einer finanziellen Notsituation laut Umfrage dennoch als Stabilitätsanker wahrgenommen. Nach der Familie ist die Bank für die Teilnehmer der zweitbeliebteste Ansprechpartner, wenn es um die Bewältigung individueller Finanzprobleme geht. Von den Deutschen, die erwarten, auf neue Schulden angewiesen zu sein (15 Prozent), würden sich 27 Prozent an ihre Bank wenden, um einen Kredit zu beantragen. Häufig wird aber zuerst in der Familie gefragt (33 Prozent) oder auf staatliche Unterstützung (26 Prozent) gesetzt. Auch hier zeigt sich: Gelingt es Banken, ihre Dienstleistungen zu verbessern, können sie Chancen nutzen und Potenziale ausschöpfen.

Für die CRIF-Studie „Banking on Banks“ wurden vom 8. bis 25. Juli 2022 insgesamt 7.000 Teilnehmende aus sechs europäischen Ländern befragt (Frankreich, Deutschland, Italien, der Tschechischen Republik, Slowakei und das Vereinigte Königreich). Für die Aussagen zum Konsumenten-Verhalten in Deutschland wurde eine gewichtete, repräsentative Stichprobe von 1.000 volljährigen Deutschen ausgewertet. Die Studie zeigt sowohl die Beziehung europäischer Konsumenten zu ihren Banken während der kommenden finanziell schwierigen Phase als auch deren Erwartungen an ihre Finanzlage auf. Sie ist in voller Länge auf Englisch auf Anfrage an presse.de@crif.com erhältlich.



Impressum

CRIF GmbH
Leopoldstraße 244
80807 München
Tel : 040 89803-0
Fax : 040 89803-777
E-Mail : info.de@crif.com
www.crif.de

Registergericht: AG München HRB 233802
Sitz der Gesellschaft: München
USt-IdNr.: DE117981371
Geschäftsführer: Dr. Frank Schlein, Carlo Gherardi, Marco Preti, Loretta Chiusoli

Registriertes Inkassounternehmen. Aufsichtsbehörde i.S.d. § 5 Abs. 1 Nr. 3 TMG: ist der Präsident des Amtsgerichtes München, Pacellistraße 5, 80333 München

Eingetragen im Rechtsdienstleistungsregister: 371 E - M 1809

Allgemeine Informationspflicht nach § 36 Verbraucherstreitbeilegungsgesetz (VSBG): CRIF GmbH nimmt nicht an einem Streitbeilegungsverfahren im Sinne des VSBG teil. Es besteht diesbezüglich keine gesetzliche Verpflichtung.

Nach geltendem Recht sind wir verpflichtet, Verbraucher auf die Existenz der Europäischen Online-Streitbeilegungs-Plattform hinzuweisen, die für die Beilegung von Streitigkeiten genutzt werden kann, ohne dass ein Gericht eingeschaltet werden muss. Für die Einrichtung der Plattform ist die Europäische Kommission zuständig. Sie finden die Europäische Online-Streitbeilegungs-Plattform hier: <http://ec.europa.eu/odr.bitte>

Haftungsausschluss - Disclaimer

Haftung für Inhalte

Als Diensteanbieter sind wir gemäß § 7 Abs.1 TMG für eigene Inhalte auf diesen Seiten nach den allgemeinen Gesetzen verantwortlich. Nach §§ 8 bis 10 TMG sind wir als Diensteanbieter jedoch nicht verpflichtet, übermittelte oder gespeicherte fremde Informationen zu überwachen oder nach Umständen zu forschen, die auf eine rechtswidrige Tätigkeit hinweisen. Die CRIF GmbH schließt jegliche Haftung für Schäden, die direkt oder indirekt aus der Benutzung dieser Website entstehen, aus, soweit diese nicht auf Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit der CRIF GmbH beruhen. Darüber hinaus ist eine diesbezügliche Haftung erst ab dem Zeitpunkt der Kenntnis einer konkreten Rechtsverletzung möglich. Bei Bekanntwerden von entsprechenden Rechtsverletzungen werden wir diese Inhalte umgehend entfernen.

Die CRIF Bürgel GmbH ist bemüht, auf ihrer Internetseite stets richtige und aktuelle Informationen bereitzustellen und ändert oder ergänzt diese bei Bedarf laufend und ohne vorherige Ankündigung. Dennoch kann für Korrektheit, Aktualität und Vollständigkeit keine Haftung übernommen werden. Dies gilt auch für die Inhalte fremder Websites, auf die die CRIF GmbH durch Links verweist, deren Inhalt und Funktionalität nicht laufend geprüft werden kann.

Haftung für Links

Unsere Internetseiten enthalten Links auf externe Webseiten. Diese Links haben einen reinen Informationszweck. Auf die Entwicklung der Inhalte dieser verlinkten Webseiten haben wir keinen Einfluss. Für den Inhalt der verlinkten Seiten sind ausschließlich deren Betreiber verantwortlich.

Wir übernehmen für Inhalte der Websites Dritter, die über externe Links erreicht werden können, keine Gewähr. Für die Inhalte der verlinkten Seiten ist stets der jeweilige Anbieter oder Betreiber der Seiten verantwortlich. Des Weiteren distanziert sich die CRIF GmbH ausdrücklich von allen Inhalten, die straf- oder haftungsrechtlich relevant sind oder gegen die guten Sitten verstoßen.

Urheberrecht

Copyright 2020 CRIF GmbH. Alle Rechte vorbehalten. Alle Inhalte (Texte, Bilder, Grafiken, Ton-, Video- und Animationsdateien sowie deren Anordnung u. a.) auf der Website der CRIF Bürgel GmbH unterliegen dem Schutz des deutschen Urheberrechts und anderer Schutzgesetze. Der Rechtsschutz gilt auch gegenüber Datenbanken und ähnlichen Einrichtungen. Die Inhalte sind nur für den bestimmungsgemäßen Abruf im Internet frei nutzbar, insbesondere sind Downloads und Kopien dieser Seite nur für den privaten, nicht kommerziellen Gebrauch gestattet. Die Inhalte dieser Website dürfen außerhalb der Grenzen des Urheberrechts ohne schriftliche Genehmigung der CRIF GmbH nicht in irgendeiner Form vervielfältigt, verbreitet, verändert oder Dritten zugänglich gemacht werden. Einige Bereiche der Website der CRIF GmbH enthalten außerdem Bilder, die dem Copyright Dritter unterliegen. Soweit nicht anders angegeben, sind alle Markenzeichen auf der Website der CRIF GmbH markenrechtlich geschützt. Im Übrigen sind die Inhalte nur für den bestimmungsgemäßen Abruf im Internet frei nutzbar.

Soweit die Inhalte auf dieser Seite nicht vom Betreiber erstellt wurden, werden die Urheberrechte Dritter beachtet. Insbesondere werden Inhalte Dritter als solche gekennzeichnet. Sollten Sie trotzdem auf eine Urheberrechtsverletzung aufmerksam werden, bitten wir um einen entsprechenden Hinweis. Bei Bekanntwerden von Rechtsverletzungen werden wir derartige Inhalte umgehend entfernen.