



**YouGov**<sup>®</sup>  
What the world thinks

# Service-Architektur 2025 im Finanzdienstleistungsmarkt

*Studienflyer*

Jutta Rothmund  
Marion Deußen  
Bianca Jäkel

T +49 221-42061-358  
jutta.rothmund@yougov.de

T +49 221-42061-335  
marion.deussen@yougov.de

T +49 221-42061-411  
bianca.jaekel@yougov.de

T +49 221-42061-0  
E info@yougov.de  
<http://research.yougov.de>

# Hintergrund



- Die technischen, politischen, gesellschaftlichen und sozialen Entwicklungen in den letzten Jahren führten bei Finanzkunden zu einem zunehmendem Bedürfnis nach **Individualisierung** von Services und Produkten, **Konnektivität und Dialog** auf Augenhöhe (mit Finanzdienstleistern ebenso wie mit der sozialen und „digitalen“ Bezugsgruppe) sowie nach **Transparenz** (vgl. YouGov Service-Architektur 2015). Die Relevanz dieser grundlegenden Bedürfnistrends ist nach wie vor hoch und wird vermutlich weiter steigen
- Finanzdienstleister haben auf diese Bedürfnistrends mit einem breiten Spektrum an Service-, Dialog- und Produktangeboten reagiert. Für die kommenden 10 Jahre ist eher von einem evolutionären Prozess als von einem revolutionären Wandel auszugehen

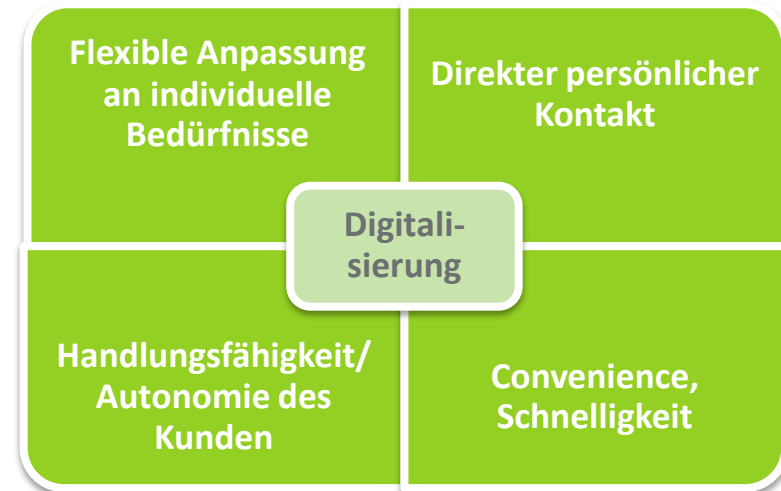


- ✓ **Was erwarten Kunden von Ihrem Finanzdienstleister in 2025?**
- ✓ **Welche konkreten Bedürfnisse und Anforderungen müssen Finanzdienstleister bedienen?**
- ✓ **Welche Innovationen wünschen sich Kunden, welche begeistern?**
- Diese Kernfragen beantwortet die Studie *Service-Architektur 2025 im Finanzdienstleistungsmarkt*

# Hintergrund

Zunehmende Digitalisierung hat aus Konsumentensicht nicht nur Risiken, sondern v. a. auch Chancen

- **Finanzkunden nutzen die vielfältigen digitalen Informations-, Beratungs- und Serviceangebote mit zunehmender Selbstverständlichkeit.** Dies gilt nicht nur für die Digital Natives, sondern auch für erfahrene Finanzkunden, die beispielsweise auf ihrer Customer Journey immer häufiger Online-Angebote aufsuchen (vgl. YouGov Inter@ction Assekuranz, 2013)
- **Dabei differenzieren Kunden sehr selbstbewusst und pragmatisch zwischen nützlichen Angeboten und „bloßer Spielerei“** (vgl. YouGov Web2Stay Online-Kundendialog in der Assekuranz, 2013)
- Während Online-Banking längst eine Selbstverständlichkeit ist und die Güte der Banking-Plattform ein wichtiges Entscheidungskriterium für die Wahl der Hauptbank darstellt (vgl. YouGov Kundenmonitor Banken 2012), etablieren sich zunehmend auch im Assekuranz-Bereich Kundenportale. Rund 2/3 der Versicherungsentscheider sind offen für die Nutzung von Kundenportalen, mehr als die Hälfte fühlt sich bei Versicherern mit Kundenportal besonders gut aufgehoben (vgl. YouGov Kundenmonitor Assekuranz, Highlight: Kundenportale, 2013)
- **Mit der zunehmenden Digitalisierung vieler Lebensbereiche steigen auch die Erwartungen und Ansprüche der Kunden** an das Service- und Produktangebot von Finanzdienstleistern
- **Service-Architektur 2025** klärt die konkreten Erwartungen, Wünsche und Visionen der Kunden bzgl. innovativer Angebote im Finanzdienstleistungsmarkt auf



# Inhalte der Studie

## Exemplarische Fragestellungen

- **Die Zukunft der Kunden**
  - Was sind die Zukunftsvisionen/-träume/-ängste? Was sind die Bedürfnisse/Wünsche an Angebote rund um Finanzen und Sicherheit?
  - Was sind die zukünftigen Lebensthemen der Kunden, für die Finanzprodukte und Services Lösungsvorschläge bieten müssen?
  - In welchen Lebensbereichen/Situationen sind Kunden zugänglich für die Kommunikation von Finanzprodukten und -services?
- **Die sozial-digital vernetzte multimediale Servicewelt**
  - Wie stellen sich Kunden ein ganzheitliches Serviceerlebnis in Bezug auf Finanzdienstleistungen vor?
  - Inwieweit sind Soziale Netzwerke zukünftig als Service-Plattform vorstellbar? Welche Vorstellungen und Wünsche haben Kunden bzgl. der Einrichtung von Service-Communities?
  - Wie wollen Kunden ihre Beziehung zum Finanzdienstleister gestalten? Wie und über welche Kanäle wollen sie mit ihm kommunizieren?
  - Welche Wünsche/Bedürfnisse/Ideen haben Kunden bzgl. mobile Services, Apps, digitale Assistenten rund um Finanzen und Sicherheit und damit zusammenhängende Lebensbereiche?
  - Was sind die Wünsche/Erwartungen/Visionen bzgl. Bezahlvorgängen, Abwicklung von Transaktionen?
  - Welche Erwartungen haben Kunden an Berater und Geschäftsstellen/Filialen (z. B. Kontaktkanäle, Serviceerlebnis, Erscheinungsbild)?
  - Was sind die Wünsche/Bedürfnisse/Ideen bzgl. Kundenportalen (Kernleistungen, unternehmens-/branchenübergreifende Services)?
  - Wie lassen sich Shareconomy und vernetzte Serviceintelligenz (Internet of Things) für Kundenbetreuung und Produktangebote nutzen (z. B. Social Banking, Telematik-Tarife über Kfz hinausgehend)?
- **Die digital und sozial vernetzte Dienstleistungswelt**
  - Was können Finanzdienstleister aus anderen Branchen lernen (z. B. Telekommunikation)? Welche positiven Serviceerfahrungen haben Kunden mit anderen Dienstleistern gemacht, die für Finanzdienstleistungen nutzbar gemacht werden können?
  - Welche Beziehungen nehmen Kunden wahr zwischen Finanzdienstleistungen und Dienstleistungen/Gütern aus anderen Branchen? Wo können und sollen Finanzdienstleister mit Services und Produkten andocken?



# Methodik

MROC 5.5. – 3.6.2014 mit 70 Teilnehmern: Breiter Methodenmix



## Gruppenexploration in Foren

kontinuierliche Diskussion, gemeinsame Bearbeitung von Fragestellungen, Blitzlicht und Meinungsbilder im Rahmen Polls



## Einzelexploration in Blogs

individuelle Frage- und Aufgabenstellungen, Einsatz projektiver und assoziativer und visueller Explorationstechniken, Nachhakenfragen



## 2 Live-Chats

Intensiv-Sessions ausgewählter Kleingruppen: Live-Chat Banken (22.5.2014) und Live Chat Versicherer (27.5.2014) mit jeweils 90 Min. Dauer

# Stichprobe

MROC 5.5. – 3.6.2014 mit n=70 Finanz(mit)entscheidern

<b>Finanz(mit)entscheider</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• 100% Entscheider und Mitentscheider bzgl. Finanz- und Versicherungsfragen</li><li>• 100% Besitz Bankprodukte über Girokonto hinausgehend, 45% führen Wertpapierdepot</li><li>• 100% Besitz Versicherungsprodukte über Privat- und Kfz-Haftpflicht hinausgehend</li></ul>
<b>Mediennutzung</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• 100% Internetuser (Rekrutierung aus Online-Panel)</li><li>• 77% Nutzer von Mobile Devices (Smartphone, Tablet)</li><li>• 94% aktive Facebook-Mitglieder</li><li>• Grundsätzliches Interesse an technischen Entwicklungen</li></ul>
<b>Soziodemografie</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Alter 25-65 Jahre, breit gestreut (58% 25-44 Jahre, 42% 45-65 Jahre)</li><li>• 60% Männer, 40% Frauen</li><li>• Familienstand und Kinder: breite Streuung</li><li>• 51% mit Wohneigentum</li></ul>
<b>Kommunikationstypen</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• 100% diskussionsfreudig und teamfähig</li><li>• 77% „Innovators“ in Bezug auf Finanzdienstleistungen: kreativ und offen für Neues; motiviert, eigene Ideen und Problemlösekompetenz einzubringen; Interesse an Finanz-/Versicherungsfragen</li><li>• 63% mit subjektiv hoher Financial Literacy</li></ul>

# Gliederung der Studie

<b>1.</b>	<b>Hintergrund und Zielsetzung</b>	<b>05</b>
<b>2.</b>	<b>Management Summary</b>	<b>10</b>
<b>3.</b>	<b>Die Zukunft der Kunden</b>	<b>15</b>
<b>4.</b>	<b>Bedürfnistrends im Finanzmarkt</b>	<b>22</b>
<b>5.</b>	<b>Kommunikation der Zukunft</b>	<b>29</b>
<b>6.</b>	<b>Service-Architektur Assekuranz</b>	<b>46</b>
	6.1 Kontaktkanäle Assekuranz	49
	6.2 Geschäftsstelle und Online-Kundenportal	52
	6.3 Servicequalität Assekuranz	63
	6.4 Produkt-Architektur Assekuranz	72
<b>7.</b>	<b>Service-Architektur Banken und Sparkassen</b>	<b>80</b>
	7.1 Kontaktkanäle Banken und Sparkassen	83
	7.2 Filiale und Online-Banking-Plattform	88
	7.3 Zahlungsprozesse der Zukunft	101
	7.4 Services und Produkte Banken und Sparkassen	109
<b>8.</b>	<b>Kundenbeziehung und Beratung</b>	<b>115</b>
<b>9.</b>	<b>Datensicherheit und Datenschutz</b>	<b>125</b>
<b>10.</b>	<b>Anhang: Referenzen und Team</b>	<b>130</b>



# Bestellung per FAX: +49 (0)221 420 61-100

z. Hd. Jutta Rothmund, Marion Deußen, Bianca Jäkel

## Hiermit bestelle ich verbindlich (bitte ankreuzen):

- Studie Service-Architektur 2025 im Finanzdienstleistungsmarkt**  
ca. 130 Seiten, Studienbericht lieferbar seit 30. Juni 2014

3.900 EUR  
zzgl. gesetzlicher MwSt.

Mit unserer Bestellung akzeptieren wir die [AGB](#) (s. Link) und die Regelungen zu Mehrbezieherstudien (s. folgende Seite).

Name, Vorname: \_\_\_\_\_

Telefon: \_\_\_\_\_

Unternehmen: \_\_\_\_\_

E-Mail: \_\_\_\_\_

Funktion, Abteilung: \_\_\_\_\_

Datum: \_\_\_\_\_

Straße: \_\_\_\_\_

Unterschrift: \_\_\_\_\_

PLZ, Ort: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

# Nutzungsrechte YouGov Mehrbezieherstudien

Bitte beachten Sie unsere Eigentumsrechte

- Diese Studie sowie alle einzelnen Studienergebnisse sind Eigentum der YouGov Deutschland AG.
- Studienbezieher ist nur eine unternehmensinterne Verwendung der Studienergebnisse gestattet. Die Weitergabe an Dritte ist nicht gestattet.
- Einzelne Ergebnisse dürfen ohne Rücksprache mit YouGov den Außendienstmitarbeitern (Ausschließlichkeitsvertrieb) des eigenen Unternehmens zur Verfügung gestellt werden. Dies gilt auch z. B. für Vertriebsmitarbeiter in kooperierenden Sparkassen. Dabei wird nicht die komplette Studie weitergeleitet, sondern Auszüge oder Einzelergebnisse.
- Veröffentlichungen in der Presse sind auszugsweise möglich, bedürfen aber auf jeden Fall der textlichen Zustimmung durch die YouGov Deutschland AG.
  - Die Veröffentlichung eigener gesellschaftsbezogener Ergebnisse ist u. U. möglich (Fallzahlen beachten!), Wettbewerberergebnisse sind von einer Veröffentlichung ausgeschlossen.
  - Veröffentlichungen erfolgen grundsätzlich unter der Angabe der Quelle (Studienname, YouGov als Hrsg., ggf. öffentlich genannte Unterstützer und Jahr).
- Bei der Veröffentlichung einzelner Ergebnisse, z. B. eigener gesellschaftsbezogener Ergebnisse unterstützen wir Sie gerne.
- Bitte wenden Sie sich hierzu an den Studienleiter.

# Haben Sie Fragen?

Sprechen Sie uns gerne an.



**Jutta Rothmund**

Senior Consultant

T + 49 221 42061 - 358

F + 49 221 42061 - 100

Jutta.Rothmund@yougov.de



**Bianca Jäkel**

Consultant

T + 49 221 42061 - 411

F + 49 221 42061 - 100

Bianca.Jaekel@yougov.de



**Marion Deußen**

Consultant

T + 49 221 42061 - 335

F + 49 221 42061 - 100

Marion.Deussen@yougov.de