

BANKING STUDIE

Mobile Banking und Fotoüberweisung

Diesen Einfluss hat modernes Banking auf Kundenverhalten

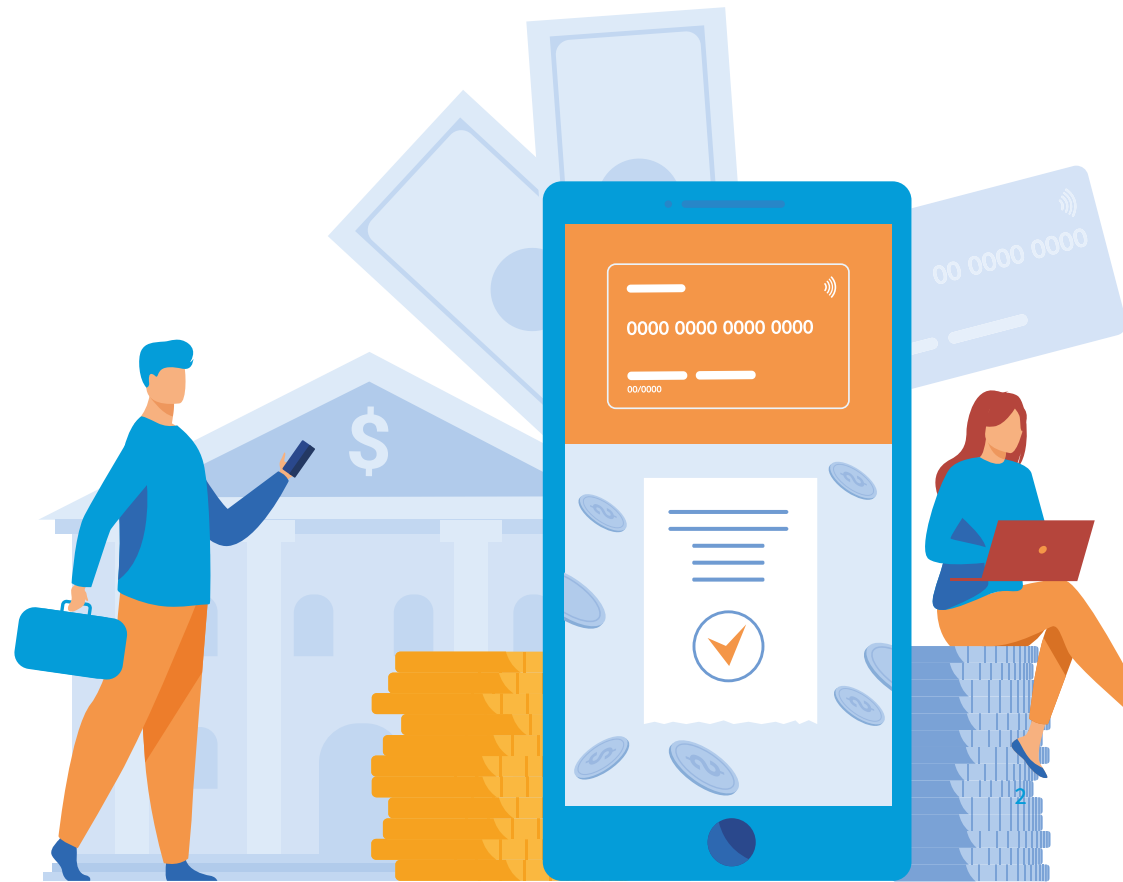
gini



UMFRAGE

Banking und mobiles Banking verändern sich kontinuierlich. Im Bereich des Mobile-Banking gibt es mittlerweile eine Vielzahl an Funktionen, die den Kunden in der Banking-App zur Verfügung stehen. Wir haben gemeinsam mit YouGov Deutschland im März 2023 eine Umfrage durchgeführt, aus der eine repräsentative Studie entstanden ist. In diesem Whitepaper sind neben den demografischen Daten vor allem Antworten auf die Fragen, wie die Nutzung und Zufriedenheit mit den Mobile-Banking-Angeboten und -Funktionen eingeordnet werden und welchen Einfluss die Fotoüberweisung darauf hat, zu finden. Zudem haben wir untersucht, welche Auswirkungen Alter und Bildungsabschluss auf Nutzung und Zufriedenheit haben. Auch die Cross- und Upselling Möglichkeiten wurden genauer betrachtet. Hier hat die Studie beispielsweise ergeben, dass die Nutzung der Fotoüberweisung einen Einfluss auf den Customer Lifetime Value hat.

Die verwendeten Daten beruhen auf einer Online-Umfrage der YouGov Deutschland GmbH, an der 2085 Personen zwischen dem 20. und 22.03.2023 teilnahmen. Die Ergebnisse wurden gewichtet und sind repräsentativ für die deutsche Bevölkerung ab 18 Jahren.



INHALTSVERZEICHNIS

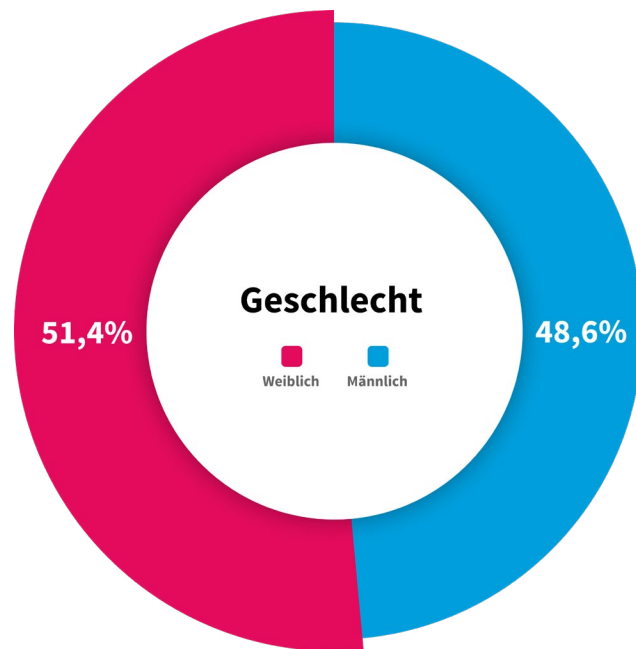
Demografie	4
Allgemeine Daten	4
Beruf/Abschluss	5
Haushalt	6
Lage	8
Zusatz	9
Ergebnisse der Studie zur Banking-App	11
Girokonto	11
Hauptkonto	12
Wechselwahrscheinlichkeit	13
Mobile Banking Nutzung	13
Zufriedenheit Banking-App	13
Nutzung Mobile Banking Funktionen	14
Bekanntheit Fotoüberweisung	15
Nutzungshäufigkeit Fotoüberweisung	15
Zufriedenheit Fotoüberweisung	16
Erstkontakt Fotoüberweisung	16
Wichtigkeit der Fotoüberweisung	17
Zusammenhänge und Schlussfolgerungen	18
Charakteristika der Altersgruppen	18
Charakteristika des Bildungsstandes	23
Upselling durch die Fotoüberweisung	26
Bekanntheit der Fotoüberweisung nach Haushaltsnettoeinkommen	27
Beeinflussung der Nutzung der Fotoüberweisung durch den Erstkontakt	28

Allgemeine Daten

Geschlecht

Insgesamt wurden 2.085 Personen befragt. Die Quotierung richtet sich nach der bevölkerungsrepräsentativen Verteilung 18+. Davon waren 48,6 % männlich und 51,4 % weiblich. Dementsprechend haben 1.014 Männer und 1.071 Frauen an der Umfrage teilgenommen.

Zusatzfrage: Geschlecht

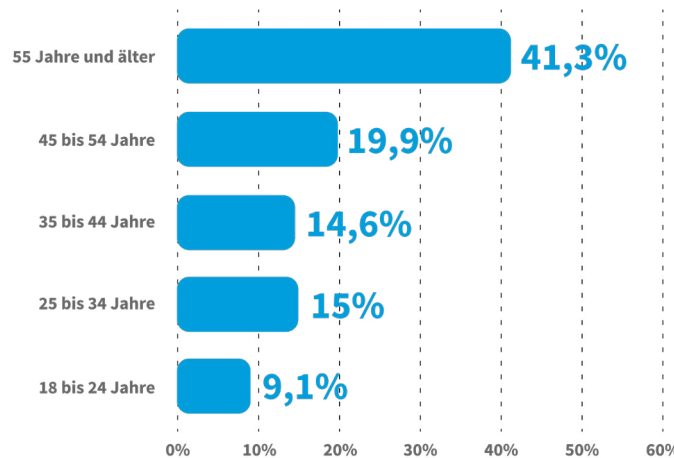


© Gini, Quelle: Auftragsstudie durchgeführt von YouGov im März 2023

Alter

Das Alter wurde mithilfe von im Vorhinein festgelegten Altersgruppen abgefragt. Die Altersgruppen wurden anhand der Quotierung gebildet. Die Befragten konnten die Altersgruppen 18 bis 24 Jahre, 25 bis 34 Jahre, 35 bis 44 Jahre, 45 bis 54 Jahre und 55 Jahre und älter auswählen. Die größte Gruppe der Befragten ist mit 41,3 % über 55 Jahre alt. Knapp 1/5 der Befragten (19,9 %) ist 45 bis 54 Jahre alt, danach reiht sich die Altersgruppe 25 bis 34 (15,0 %) und die Altersgruppe 35 bis 44 Jahre (14,6 %) ein. Nur 9,1 % der Befragten geben an, 18 bis 24 Jahre alt zu sein.

Alter ab 18



© Gini, Quelle: Auftragsstudie durchgeführt von YouGov im März 2023

Familienstand

Bei der Frage nach dem Familienstand wurden die Auswahlmöglichkeiten "ledig", "verheiratet", "Lebenspartnerschaft nach dem Lebenspartnerschaftsgesetz", "mit Partner/in zusammenlebend", "getrennt lebend", "geschieden", "verwitwet" und "keine Angabe" angeboten. Der größte Teil gab hier mit 42,6 % an, verheiratet zu sein. Ledig sind 25,6 % der Befragten. "Geschieden" und "mit Partner/in zusammenlebend" sind jeweils 10,9 %. Die restlichen Befragten sind mit jeweils unter 5 % verwitwet, getrennt lebend, oder in einer Lebenspartnerschaft nach dem Lebenspartnerschaftsgesetz. 2,2 % machten hierzu keine Angabe.

Welches ist Ihr Familienstand?

verheiratet	42,6%
ledig	25,6%
mit Partner/in zusammenlebend	10,9%
geschieden	10,9%
verwitwet	4,2%
getrennt lebend	2,3%
keine Angabe	2,2%
Lebenspartnerschaft nach dem Lebenspartnerschaftsgesetz	1,3%

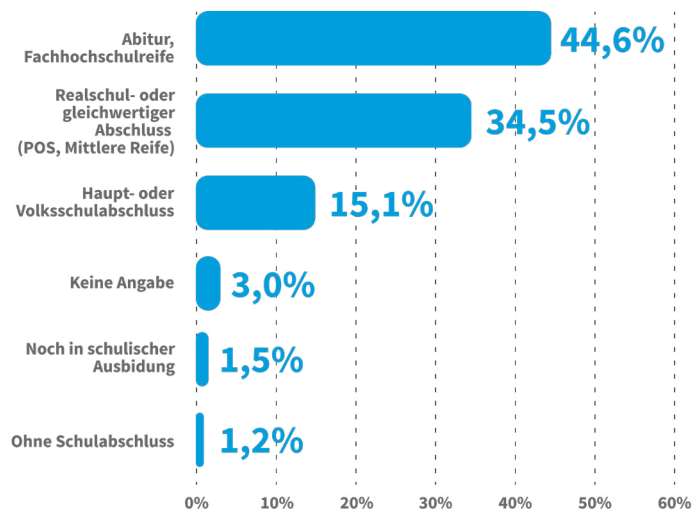
© Gini, Quelle: Auftragsstudie durchgeführt von YouGov im März 2023

BERUF/ABSCHLUSS

Höchster Schulabschluss

Bei der Frage nach dem höchsten Schulabschluss hat sich klar gezeigt, dass der geringste Anteil der Befragten entweder keinen Schulabschluss (1,2 %) hat oder sich noch in schulischer Ausbildung befindet (1,5 %). 44,6 % gaben an, ein Abitur oder eine Fachhochschulreife, gefolgt von 34,5 %, die angaben, einen Realschul- oder gleichwertigen Abschluss zu besitzen. 15,1 % haben einen Haupt- oder Volksschulabschluss und 3,0 % machten keine Angabe.

Welches ist Ihr höchster Schulabschluss?

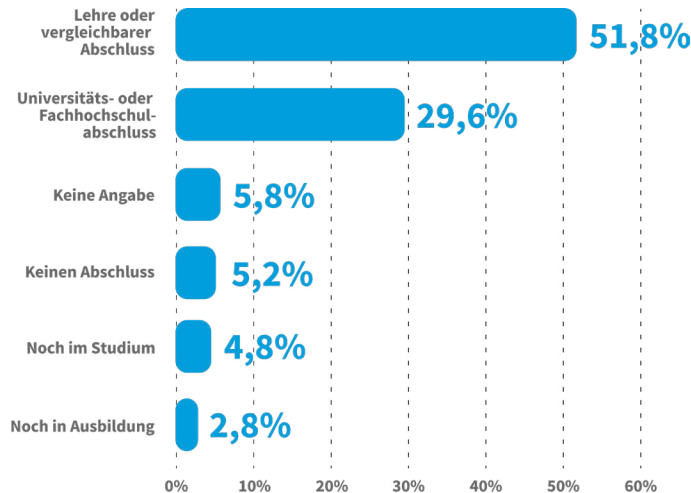


© Gini, Quelle: Auftragsstudie durchgeführt von YouGov im März 2023

Höchster Bildungsabschluss

Neben der Frage nach dem höchsten Schulabschluss wurde auch die Frage nach dem höchsten Bildungsabschluss gestellt. Hier hat **über die Hälfte** angegeben, eine Lehre oder einen vergleichbaren Abschluss gemacht zu haben (51,8 %). Ein knappes Drittel (29,6 %) der Befragten gab an, einen Universitäts- oder Fachhochschulabschluss zu haben. Noch im Studium befinden sich nur 4,8 % der Befragten, noch in der Ausbildung nur 2,8 %. Keinen Abschluss haben 5,2 % und 5,8 % machten keine Angabe zu ihrem höchsten Bildungsabschluss.

Welchen höchsten Bildungsabschluss haben Sie?

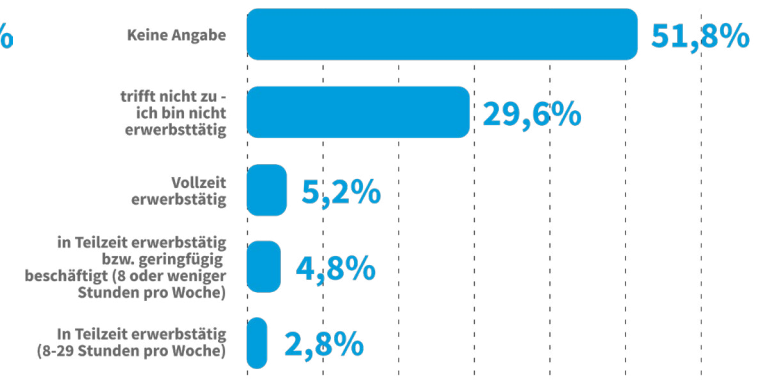


© Gini, Quelle: Auftragsstudie durchgeführt von YouGov im März 2023

Berufstätigkeit

Mithilfe der Frage zur Berufstätigkeit soll abgeschätzt werden, wie viele Personen wie sehr beruflich ausgelastet werden. Hier ergibt sich ein klares Bild: knapp die Hälfte der Befragten gibt mit 48,6 % an, nicht erwerbstätig zu sein. Die darauffolgende größte Gruppe ist mit 38,9 % Vollzeit erwerbstätig. Nur 9,6 % geben an, in Teilzeit (8–29 Stunden pro Woche) erwerbstätig zu sein. Weniger als 8 Stunden in der Woche arbeiten lediglich 1,9 % der Befragten. 0,9 % machten keine Angabe.

Welche der folgenden Beschreibungen trifft am besten auf Ihre derzeitige Berufstätigkeit zu?



© Gini, Quelle: Auftragsstudie durchgeführt von YouGov im März 2023

Nettoeinkommen des gesamten Haushaltes im Monat

Bei der Frage nach dem Nettoeinkommen des gesamten Haushaltes im Monat wurden unterschiedliche Gruppen gebildet, die die Befragten auswählen konnten. Die Abfrage begann bei unter 500 Euro und endete bei 10.000 Euro und mehr. Zudem gab es die Möglichkeit, keine Angabe zu machen. Diese Option wählten 16,2 % der Befragten aus. 10,4 % der Befragten gaben an, ein Nettohaushaltseinkommen von 2.000 Euro bis unter 2.500 Euro zu haben. Neben der Gruppe, die keine Angabe gemacht hat, ist das die zweitgrößte Gruppe. Darauf folgend wurde ein Nettoeinkommen mit 2.500 Euro bis unter 3.000 Euro (9,9 %), mit 1.500 Euro bis unter 2.000 Euro (9,8 %) und mit 1.000 Euro bis unter 1.500 Euro (9,0 %) angegeben. Insgesamt gibt es hier keinen signifikanten Wert, der hervorsticht. Die Angaben verteilen sich relativ gleichmäßig auf die unterschiedlichen Gruppen.

Wie hoch ist das Nettoeinkommen Ihres gesamten Haushaltes pro Monat?

unter EUR 500	2,6%
EUR 500 bis unter EUR 1.000	7,1%
EUR 1.000 bis unter EUR 1.500	9,0%
EUR 1.500 bis unter EUR 2.000	9,8%
EUR 2.000 bis unter EUR 2.500	10,4%
EUR 2.500 bis unter EUR 3.000	9,9%
EUR 3.000 bis unter EUR 3.500	6,4%
EUR 3.500 bis unter EUR 4.000	7,5%
EUR 4.000 bis unter EUR 4.500	5,4%
EUR 4.500 bis unter EUR 5.000	6,3%
EUR 5.000 bis unter EUR 10.000	8,2%
EUR 10.000 und mehr	1,1%
keine Angabe	16,2%

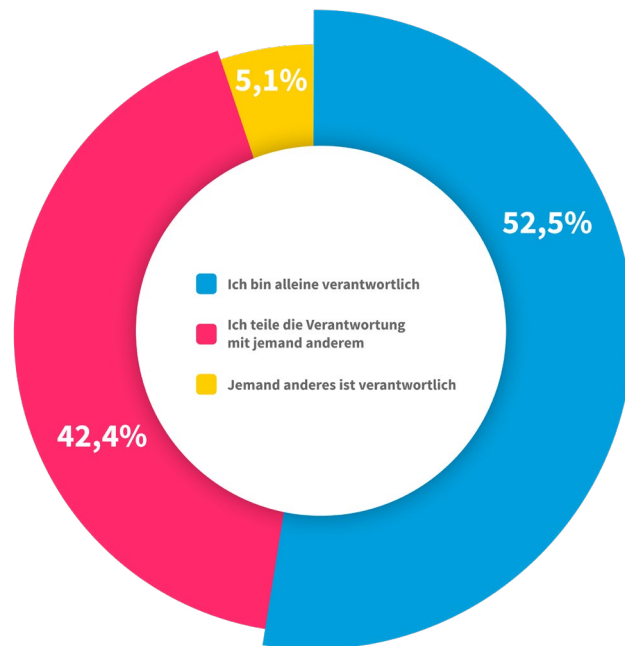
© Gini, Quelle: Auftragsstudie durchgeführt von YouGov im März 2023

HAUSHALT

Verantwortlichkeiten im Haushalt

Da wir genauer verstehen wollen, wer das Nettoeinkommen verwaltet, haben wir folgende Frage gestellt: "Wer in Ihrem Haushalt ist hauptsächlich für den Einkauf von Lebensmitteln und Dingen des täglichen Bedarfs verantwortlich?" Hier gab die Mehrheit an, dass sie allein verantwortlich dafür ist (52,5 %). 42,4 % gaben an, die Verantwortung mit jemand anderem zu teilen. Nur 5,1 % gaben an, dass jemand anderes dafür verantwortlich ist.

Wer in Ihrem Haushalt ist hauptsächlich für den Einkauf von Lebensmittel und Dingen des täglichen Bedarfs verantwortlich?



© Gini, Quelle: Auftragsstudie durchgeführt von YouGov im März 2023

Kinder unter 18 Jahren

Nachdem bereits nach der Haushaltsgröße gefragt wurde, wurde in einem nächsten Schritt auch abgefragt, wie viele Kinder unter 18 Jahren die Befragten haben. Über $\frac{3}{4}$ (75,2 %) gaben hier an, keine Kinder unter 18 Jahren zu haben. Ein Kind hat 12,8 %, zwei Kinder 7,6 %, 3 Kinder 2,8 % und vier Kinder und mehr nur 1,6 %.

Wie viele Kinder unter 18 Jahren haben Sie?

keins	75,2%
1	12,8%
2	7,6%
3	2,8%
4 und mehr	1,6%

© Gini, Quelle: Auftragsstudie durchgeführt von YouGov im März 2023

Wohneigentum

Die nächste Frage, die sich auf Verhältnisse im Haushalt bezieht, ist die Frage nach Wohneigentum. Hier gab knapp die Hälfte (49,9 %) der Befragten an, kein Wohneigentum zu besitzen. 27 % wiederum besitzen ein eigengenutztes Haus. 11 % besitzen eine eigengenutzte Wohnung, 13,3 % besitzen eine vermietete Wohnung. Nur 4 % besitzen ein vermietetes Haus.

Besitzen Sie Wohneigentum?

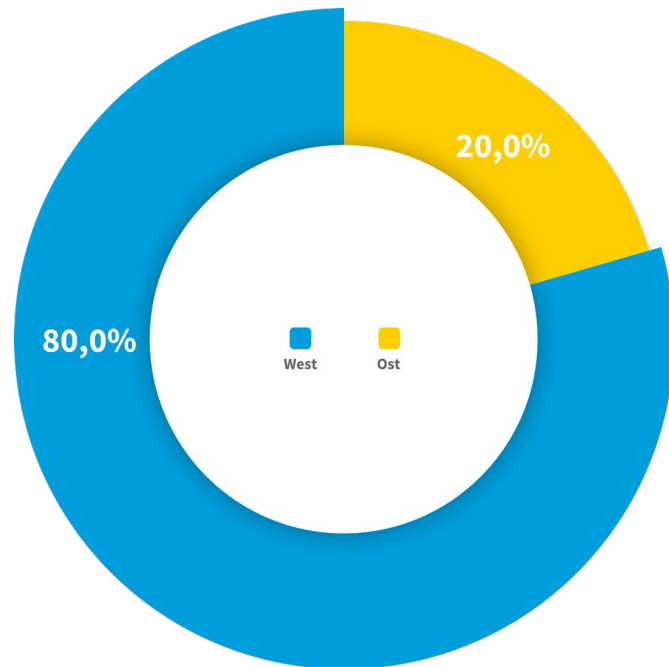
eigengenutzte Wohnung(en)	11,0%
vermietete Wohnung(en)	13,3%
eigengenutztes Haus	27,0%
vermietete(s) Haus / Häuser	4,0%
kein Wohneigentum	49,9%

© Gini, Quelle: Auftragsstudie durchgeführt von YouGov im März 2023

West/Ost

Um die Lage der Befragten besser bestimmen zu können, wurde die Verortung in West- und Ostdeutschland festgelegt. Die Ost-West-Verteilung fällt hier sehr eindeutig aus: 80 % der Befragten gaben an, in Westdeutschland zu leben, 20 % in Ostdeutschland.

Leben Sie in West- oder Ostdeutschland?



© Gini, Quelle: Auftragsstudie durchgeführt von YouGov im März 2023

Bundesland

Die Befragten wurden nach dem Bundesland, in dem sie aktuell leben, gefragt. Mit 21,6 % wurde als häufigstes Bundesland Nordrhein-Westfalen genannt. Darauf folgen die Bundesländer Bayern mit 15,6 % und Baden-Württemberg mit 13,1 %. Die wenigsten Befragten kommen aus den Bundesländern Bremen (0,8 %), Saarland (1,2 %) und Mecklenburg-Vorpommern (2,0 %). Sie sonstige Verteilung fällt relativ gleichmäßig aus. Hier ist kein signifikanter Wert erkennbar.

In welchem Bundesland leben Sie?

Nordrhein-Westfalen	21,6%	Sachsen-Anhalt	2,8%
Bayern	15,6%	Thüringen	2,7%
Baden-Württemberg	13,1%	Hamburg	2,2%
Niedersachsen	9,6%	Mecklenburg-Vorpommern	2,0%
Hessen	7,5%	Saarland	1,2%
Sachsen	5,1%	Bremen	0,8%
Rheinland-Pfalz	4,9%		
Berlin	4,3%		
Schleswig-Holstein	3,5%		
Brandenburg	3,1%		

© Gini, Quelle: Auftragsstudie durchgeführt von YouGov im März 2023

Wahlverhalten

Das Wahlverhalten wurde durch eine mehrstufige Abfrage ermittelt. Die hier dargestellten Daten sind eine Zusammenfassung dieser Abfragen.

Um das Wahlverhalten abzufragen, wurde die Frage hier auf die Bundestagswahl 2021 eingegrenzt. Es wurden die 6 Parteien aus dem Bundestag zur Auswahl vorgegeben, sowie die Antwortmöglichkeiten "Sonstige" und "Nichtwähler (ungültig, nicht gewählt, nicht wahlberechtigt)". Die größte Gruppe gab mit 33,1 % an, Nichtwähler zu sein. Die SPD und die CDU/CSU folgten mit 17,2 % und 16,1 %.

Bundestagswahl 2021

SPD	17,2%
CDU/CSU	16,1%
Bündnis 90/Die Grünen	9,9%
AfD	6,9%
FDP	7,7%
Die Linke	3,3%
Sonstige	5,9%
Nichtwähler (ungültig, nicht gewählt, nicht wahlberechtigt)	33,1%

© Gini, Quelle: Auftragsstudie durchgeführt von YouGov im März 2023

ZUSATZ

Soziale Netzwerke

Um einschätzen zu können, auf welchen sozialen Netzwerken die Befragten angemeldet sind, gab es bei der Frage “Bei welchen sozialen Netzwerken sind Sie Mitglied” die Option, mehrere Antworten auszuwählen. Lediglich die Antwort “Nicht zutreffend – ich bin zurzeit kein Mitglied in einem sozialen Netzwerk” schließt andere Antwortmöglichkeiten aus. 19,5 % der Befragten haben sich für diese Antwort entschieden. Die meisten Befragten haben einen Facebook Account (57,7 %), gefolgt von befragten Personen mit einem Instagram Account (39,1 %) und Befragten mit einem YouTube Account (37,6 %). Zwischen 10 und 20 Prozent der Befragten haben Accounts auf Pinterest (18,6 %), TikTok (16,5 %), Twitter (15,7 %), LinkedIn (11,5 %) und Snapchat (10,4 %).

Bei welchem dieser sozialen Netzwerke sind Sie Mitglied (Mehrfachauswahl möglich)?

Facebook	57,7%
Instagram	39,1%
YouTube	37,6%
Nicht zutreffend – ich bin zurzeit kein Mitglied in einem sozialen Netzwerk	19,5%
Pinterest	18,6%
TikTok	16,5%
Twitter	15,7%
LinkedIn	11,5%
Snapchat	10,4%
XING	9,5%
Sonstige	4,9%

stayfriends	4,8%
Reddit	3,8%
Tumblr	2,7%
MySpace	1,5%
Weiß nicht	1,5%
badoo	1,4%
WeChat	1,3%
Keine Angabe	1,3%
VK (VKontakte)	1,1%
Meetup	0,6%

© Gini, Quelle: Auftragsstudie durchgeführt von YouGov im März 2023

Girokonto

In einem ersten Schritt wurden die Studienteilnehmer nach ihrem Girokonto gefragt. Hier geht es darum, bei welcher Bank die Befragten ein Girokonto besitzen. Bei mehreren Girokonten ist auch eine Mehrfachnennung möglich. Deutlich ist hier zu sehen, dass die meisten befragten Personen ein Girokonto bei der Sparkasse besitzen (37,8 %). Die Volks-Raiffeisenbanken bilden die zweitgrößte Gruppe mit 16,9 %, gefolgt von der Commerzbank mit 10,9 %. Sämtliche weitere Banken, die zur Auswahl angeboten wurden, liegen bei unter 10 %.

Bei welcher Bank / welchen Banken haben Sie ein Girokonto?

Sparkasse	37,8%
Volks-Raiffeisenbanken	16,9%
Commerzbank	10,9%
ING	9,8%
Postbank	9,7%
Deutsche Bank	7,8%
DKB	7,2%
Sonstige Banken	6,8%
comdirect	6,8%
Spardabank	4,9%
Targobank	4,6%
Santander	2,9%

N26	2,7%
Consorsbank	2,7%
Norisbank	2,5%
HVB uniCredit	1,9%
BBBank	1,7%
1822direkt	1,7%
bunq	1,6%
Revolut	0,9%
GLS Bank	0,9%
Oldenburgische Landesbank	0,5%

© Gini, Quelle: Auftragsstudie durchgeführt von YouGov im März 2023

Hauptkonto

Ein ähnliches Bild zeichnet sich bei der Frage nach dem Hauptkonto ab. Hier konnten die Befragten lediglich eine Antwortmöglichkeit angeben. 33,5 % wählten hier aus, das Hauptkonto bei der Sparkasse zu haben. 14,1 % der Befragten sind bei den Volksbanken-Raiffeisenbanken und nur 7,4 % bei der Commerzbank, dicht gefolgt von der Postbank mit 7,1 %. Die restlichen Angaben verteilen sich nicht signifikant auf die übrigen Banken.

Bei welcher Bank / welchen Banken haben Sie Ihr Hauptkonto / Gehaltskonto?

Sparkasse	33,5%
Volks-Raiffeisenbanken	14,1%
Commerzbank	7,4%
Postbank	7,1%
ING	5,8%
Sonstige Bank	5,2%
Deutsche Bank	5,0%
DKB	3,6%
Spardabank	3,3%
comdirect	3,3%
Targobank	2,9%
Norisbank	1,2%

Consorsbank	1,1%
HVB uniCredit	1,1%
Santander	1,0%
BBBank	1,0%
N26	0,9%
1822direkt	0,9%
bunq	0,7%
GLS Bank	0,4%
Oldenburgische Landesbank	0,3%
Revolut	0,1%

© Gini, Quelle: Auftragsstudie durchgeführt von YouGov im März 2023

Wechselwahrscheinlichkeit

Um einschätzen zu können, wie zufrieden die Befragten mit ihrer Bank sind, wurde die Frage nach der Wechselwahrscheinlichkeit gestellt: "Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie in den nächsten 12 Monaten Ihr Hauptkonto / Gehaltskonto bei der Bank (primäres Girokonto) zu einer anderen Bank wechseln werden?". Der Großteil hält das mit 62,1 % für unwahrscheinlich. Insgesamt geben sogar 78,5 % an, dass es unwahrscheinlich oder weniger wahrscheinlich ist. 10,2 % der Befragten halten es für wahrscheinlich, das Konto zu wechseln und nur 5,1 % halten das für sehr wahrscheinlich.

Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie in den nächsten 12 Monaten Ihr Hauptkonto / Gehaltskonto wechseln?

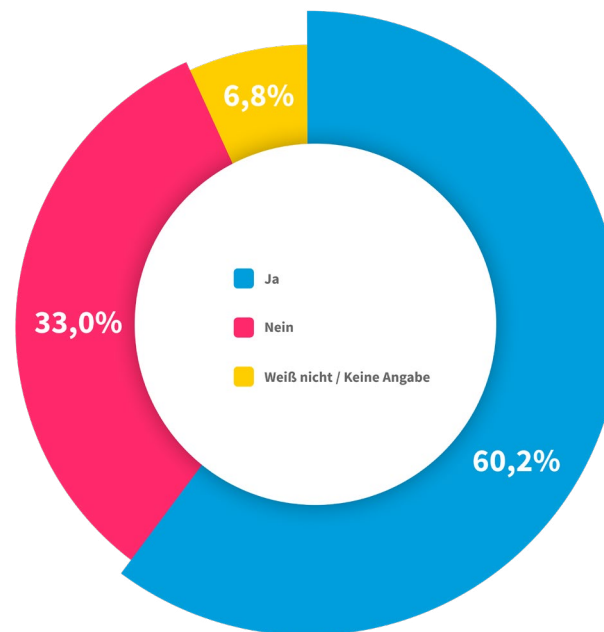
Sehr wahrscheinlich	5,1%
Weiß nicht / Keine Angabe	6,2%
Wahrscheinlich	10,2%
Weniger Wahrscheinlich	16,3%
Unwahrscheinlich	62,1%
T2B (4,3)	15,3%
B2B (1,2)	78,5%

© Gini, Quelle: Auftragsstudie durchgeführt von YouGov im März 2023

Mobile Banking Nutzung

Mobile Banking ist heutzutage nicht mehr wegzudenken. Aber wie viele Personen nutzen Mobile Banking mit ihrem Hauptkonto/Gehaltskonto tatsächlich? Insgesamt gaben hier fast $\frac{2}{3}$ der Befragten (60,2 %) an, Mobile Banking zu nutzen. 33 % nutzen es nicht und 6,8 % machten keine Angabe.

Nutzen Sie mit Ihrem Hauptkonto / Gehaltskonto das mobile Banking?



© Gini, Quelle: Auftragsstudie durchgeführt von YouGov im März 2023

Zufriedenheit Banking-App

Bei der Zufriedenheit mit der Banking-App ist das Ergebnis sehr eindeutig: 91,6 % geben hier an, sehr zufrieden oder eher zufrieden mit ihrer Banking-App zu sein. Nur 5,8 % der Befragten sind eher unzufrieden beziehungsweise sehr unzufrieden (1,6 %). 1,1 % machten keine Angabe.

Wie zufrieden sind Sie mit Ihrer Banking-App?

Sehr zufrieden	49,5%
Eher zufrieden	42,1%
Eher unzufrieden	5,8%
Sehr unzufrieden	1,6%
Weiß nicht / Keine Angabe	1,1%
T2B (4,3)	91,6%
B2B (1,2)	7,4%

© Gini, Quelle: Auftragsstudie durchgeführt von YouGov im März 2023

Nutzung Mobile Banking Funktionen

Bei der Nutzung der Mobile Banking Funktionen wurden unterschiedliche Funktionen zur Auswahl aufgelistet sowie die Option auszuwählen, wie oft diese Funktionen genutzt werden. Mehrmals die Woche werden hauptsächlich die Funktionen "Kontostände sowie Ein- und Ausgänge abfragen" mit 44,4 % und "Kreditkarten Umsätze einsehen" mit 13,3 % aufgerufen.

"Kontostände sowie Ein- und Ausgänge abfragen" ist auch bei der einmaligen wöchentlichen Nutzung diejenige Funktion, die am häufigsten genutzt wird (23,3 %). Bei der wöchentlichen Nutzung liegt an zweiter Stelle die Funktion des Tätigen einer Überweisung mit 17,8 % und an dritter Stelle das Einsehen der Kreditkartenumsätze mit 10,7 %. Wenn man die Nutzung der Funktionen mehrmals im Monat betrachtet, wird deutlich, dass die meisten Befragten in diesem Turnus die Funktion "Überweisung tätigen" nutzen (41,3 %). Auf dem dritten Platz liegt hier bereits die Funktion "Überträge tätigen, also Geld innerhalb der eigenen Konten transferieren".

Circa einmal im Monat liegt "Überträge tätigen" mit 18,4 % dagegen vorn, gefolgt von "Terminüberweisungen einrichten" (13,9 %) und "Kreditkartenumsätze einsehen" (10,3 %). Seltener als einmal im Monat werden vor allem die Funktionen "Daueraufträge einrichten und stornieren" (55,3 %), "Terminüberweisungen einrichten" (32,7 %), "Überträge tätigen" (22,0 %), also Geld innerhalb der eigenen Konten transferieren" (22,0 %) und "EC- und Kreditkarten sperren" (19,7 %) genutzt.

Nicht genutzt wird mit 79 % die Funktion "Kreditantrag stellen". Und auch die Funktion "Wertpapier-Trading" wird von fast ¾ der Befragten (73,2 %) nicht genutzt. Zudem gibt über die Hälfte der befragten Personen (59,2 %) an, das "Sperren von EC und Kreditkarten" nicht als Mobile Banking Funktion zu nutzen.

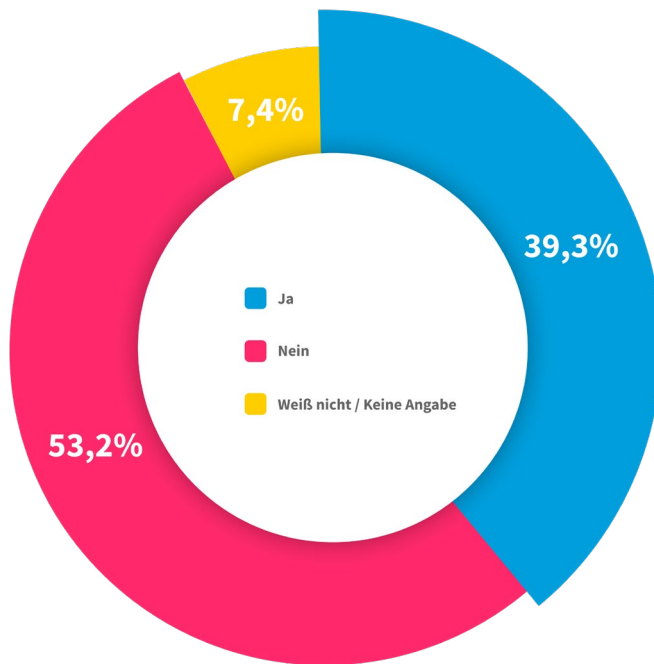
Wie häufig nutzen Sie folgende Banking-App Funktionen?

	Mehrmals pro Woche	Ca. einmal pro Woche	Mehrmals pro Monat	Ca. einmal pro Monat	Seltener als einmal pro Monat	Nutze ich nicht	Weiß nicht / Keine Angabe
Kreditantrag	1,5%	2,3%	2,5%	2,7%	7,8%	79,0%	4,1%
Wertpapier-Trading	2,3%	2,6%	5,6%	4,8%	8,9%	73,3%	2,7%
EC- und Kreditkarten sperren	1,7%	2,5%	4,1%	1,3%	19,7%	59,2%	11,5%
Kreditkartenumsätze einsehen	13,3%	10,7%	10,9%	10,3%	8,8%	42,9%	3,0%
Terminüberweisungen einrichten	2,2%	5,0%	10,6%	13,9%	32,7%	32,8%	2,8%
Überträge tätigen, also Geld innerhalb der eigenen Konten transferieren	4,3%	6,6%	16,5%	18,4%	22,0%	29,7%	2,5%
Daueraufträge einrichten und stornieren	1,9%	2,9%	6,2%	9,2%	55,3%	21,4%	1,1%
Überweisung tätigen	8,4%	17,8%	41,3%	18,7%	8,4%	4,2%	1,2%
Kontostände sowie Ein- und Ausgänge abfragen	44,4%	23,3%	18,1%	7,6%	2,5%	2,6%	1,5%

Bekanntheit Fotoüberweisung

Gini ist für die Fotoüberweisung bekannt. Um hier besser abschätzen zu können, wie bekannt die Fotoüberweisung ist, wurde den Studienteilnehmern folgende Frage gestellt: “Kennen Sie beim Mobile Banking die Überweisungsfunktion per Foto bzw. Rechnungsscan, d. h. dass ein Foto von der Rechnung gemacht und dieses dann in die App hochgeladen wird, um sich das Abtippen der Bezahltdaten zu sparen?”. 39,3 % gaben hier an, die Fotoüberweisung zu kennen. Als unbekannt stuften 53,2 % der Befragten die Fotoüberweisung ein und 7,4 % wählten die Option “Weiß nicht/Keine Angabe” aus.

Kennen Sie beim mobilen Banking die Überweisungsfunktion per Foto?



© Gini, Quelle: Auftragsstudie durchgeführt von YouGov im März 2023

Nutzungshäufigkeit Fotoüberweisung

Neben der Bekanntheit der Fotoüberweisung ist auch die Nutzung, genauer gesagt die Nutzungshäufigkeit relevant. 36,4 % der Online-Banking-Nutzer sowie Fotoüberweisungs-Kenner gaben hier an, die Fotoüberweisung gar nicht zu nutzen. 21,9 % der Befragten nutzen die Fotoüberweisung seltener als 1 mal im Monat, 13,1 % genau 1 mal im Monat. 4,8 % geben hingegen an, dass die Funktion gar nicht in ihrer Banking-App vorhanden ist und 1,8 % geben an, es nicht zu wissen oder keine Angabe machen zu wollen.

Wie oft nutzen Sie die Fotoüberweisung?

Gar nicht	36,4%
Seltener als 1 mal pro Monat	21,9%
1 mal pro Monat	13,1%
2-3 mal pro Monat	12,9%
4-5 mal pro Monat	5,2%
Meine Bank bietet dies nicht in der App meines Hauptkontos an	4,8%
Weiß nicht / Keine Angabe	2,2%
Mehr als 10 mal pro Monat	1,8%
6-10 mal pro Monat	1,8%

© Gini, Quelle: Auftragsstudie durchgeführt von YouGov im März 2023

Zufriedenheit Fotoüberweisung

Bei der Untersuchung der Zufriedenheit mit der Fotoüberweisung wird deutlich, dass die meisten Nutzer sehr zufrieden oder eher zufrieden mit der Fotoüberweisung sind. 88,7 % machten diese Angabe. Nur 6,2 % gaben an, eher unzufrieden oder sehr unzufrieden (1,2 %) zu sein.

Wie zufrieden sind Sie mit der Überweisungsfunktion Fotoüberweisung?

Sehr zufrieden	43,7%
Eher zufrieden	45,0%
Eher unzufrieden	6,2%
Sehr unzufrieden	1,2%
Weiß nicht / Keine Angabe	3,8%
T2B (4,3)	88,7%
B2B(1,2)	7,4%

© Gini, Quelle: Auftragsstudie durchgeführt von YouGov im März 2023

Erstkontakt Fotoüberweisung

Um besser feststellen zu können, wie Nutzer einer Banking-App auf die Fotoüberweisung aufmerksam werden, wurden die Studienteilnehmer gefragt, woher sie die Fotoüberweisung kennen. 1/3 der Befragten (33 %) hat die Funktion direkt über die App in Form von interner Werbung. 13,7 % gaben an, von der Funktion über Freunde und Bekannte erfahren zu haben. Auch das Internet wurde als Quelle des Erstkontakts mit 12,2 % vermehrt angegeben. Klassische Offline Werbung im Bankbereich, zum Beispiel die Werbung in einer Filiale (2,5 %) oder der Hinweis durch den Bankberater (5,6 %) wurde relativ selten als Quelle des Erstkontakts angegeben.

Woher kennen Sie die Fotoüberweisung?

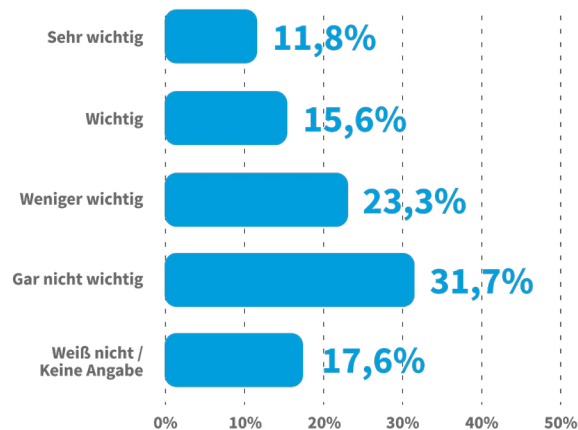
Banking-App interne Werbung	33,0%
Freunde / Bekannte	13,7%
Internet	12,2%
Kann mich nicht erinnern	12,2%
Sonstiges	9,5%
Bankberater	5,6%
TV	5,4%
Social Media	2,5%
Werbung in der Filiale	2,5%
Außenwerbung	2,0%
Radio	1,5%

© Gini, Quelle: Auftragsstudie durchgeführt von YouGov im März 2023

Wichtigkeit der Fotoüberweisung

Um besser einschätzen zu können, wie sehr die Fotoüberweisung einen Wechsel oder Neuabschluss eines Bankkontos beeinflusst, wurden die Studienteilnehmer gefragt, wie wichtig eine gut funktionierende, beziehungsweise zuverlässige Fotoüberweisung für sie ist. 27,5 % gaben hier an, dass die Fotoüberweisung bei einem Wechsel oder einem Neuabschluss sehr wichtig oder wichtig ist. Für 23,3 % ist die Fotoüberweisung dabei weniger wichtig und 31,7 % ordnen die Fotoüberweisung als überhaupt nicht wichtig bei einem Wechsel oder Neuabschluss ein.

Wie wichtig ist für Sie eine gut funktionierende Fotoüberweisung?



© Gini, Quelle: Auftragsstudie durchgeführt von YouGov im März 2023

Charakteristika der Altersgruppen

Bei der Betrachtung der einzelnen Altersgruppen wurden nur die Ergebnisse präsentiert, die signifikante Werte beinhalten.

Wechselwahrscheinlichkeit

In einem ersten Schritt wurde die Wechselwahrscheinlichkeit in den unterschiedlichen Altersgruppen betrachtet. Deutlich wird hier, dass die Wechselwahrscheinlichkeit bei älteren Personen stärker sinkt als bei jüngeren Personen. In der Altersgruppe **18 bis 24 Jahre** geben **67,4 %** der Befragten an, dass es weniger wahrscheinlich oder unwahrscheinlich ist, dass sie in den kommenden 12 Monaten ihr Hauptkonto/Gehaltskonto zu einer anderen Bank wechseln. In der Altersgruppe **55 Jahre und älter** liegt diese Wahrscheinlichkeit bereits bei **88,1 %**.

Am **wahrscheinlichsten** ist ein Kontowechsel in der Altersgruppe **25 bis 34 Jahre**. Hier geben **29,9 %** an, dass es sehr wahrscheinlich oder wahrscheinlich ist, das Konto in den kommenden 12 Monaten zu wechseln.

Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie in den nächsten 12 Monaten Ihr Hauptkonto / Gehaltskonto wechseln?

	18 bis 24 Jahre	25 bis 34 Jahre	35 bis 44 Jahre	45 bis 54 Jahre	55 Jahre und älter	All
Sehr wahrscheinlich	7,8%	7,5%	9,3%	4,1%	2,6%	5,1%
Wahrscheinlich	11,4%	22,4%	14,9%	7,1%	5,4%	10,2%
Weniger wahrscheinlich	17,5%	16,7%	16,7%	21,2%	13,5%	16,3%
Unwahrscheinlich	49,9%	44,6%	52,8%	61,8%	74,6%	62,1%
Weiß nicht / Keine Angabe	13,4%	8,8%	6,3%	5,8%	3,9%	6,2%
Weighted N	161	327	314	406	887	2085

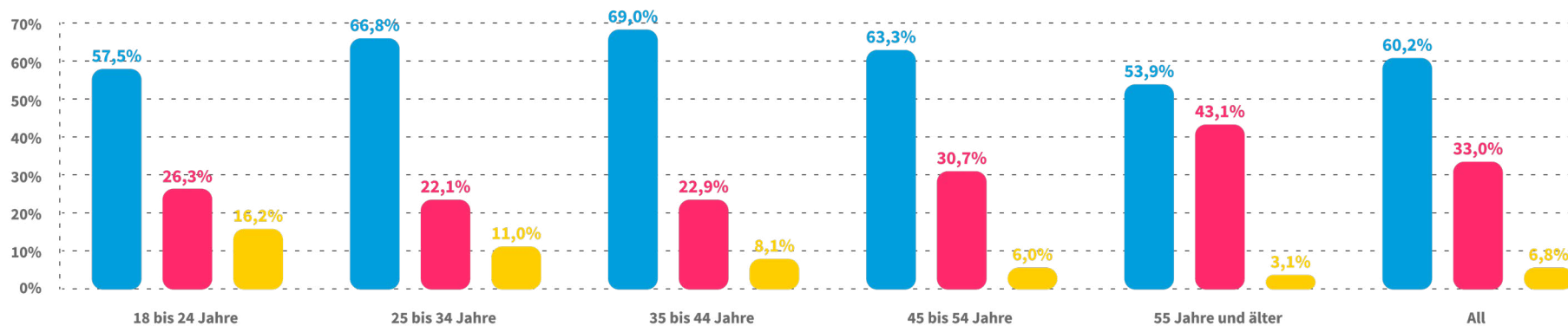
ZUSAMMENHÄNGE UND SCHLUSSFOLGERUNGEN

Mobile Banking Nutzung

Bei der Nutzung von Mobile Banking ergibt sich ein klares Bild in den Altersgruppen. Unter den 35-44-Jährigen ist der Anteil der Online-Banking-Nutzer am höchsten (69 %). Bei den 25-34-Jährigen sind es 66,8 %.

In der Altersgruppe 55 Jahre und älter geben nur 53,9 % der Befragten an, Mobile Banking zu nutzen. Hier ist im Vergleich zu den anderen Altersgruppen die **Anzahl der Nichtnutzer am höchsten (43,1 %)**.

Nutzen Sie mit Ihrem Hauptkonto / Gehaltskonto das mobile Banking?



© Gini, Quelle: Auftragsstudie durchgeführt von YouGov im März 2023

ZUSAMMENHÄNGE UND SCHLUSSFOLGERUNGEN

Zufriedenheit Banking-App

Bei der Zufriedenheit mit der Banking-App sticht keine Altersgruppe besonders hervor. Insgesamt ganze 93,7 % der Altersgruppe 55 Jahre und älter geben an sehr zufrieden oder eher zufrieden zu sein. In der Altersgruppe 18 bis 24 Jahre sind 86,6 % sehr zufrieden oder eher zufrieden. Durchschnittlich liegt die Zufriedenheit über alle Altersgruppen hinweg bei 91,6 %.

Wie zufrieden sind Sie mit Ihrer Banking-App insgesamt?

	18 bis 24 Jahre	25 bis 34 Jahre	35 bis 44 Jahre	45 bis 54 Jahre	55 Jahre und älter	All
Sehr zufrieden	57,6%	45,0%	42,1%	48,7%	53,3%	49,5%
Eher zufrieden	29,0%	45,5%	50,0%	41,4%	40,4%	42,1%
Eher unzufrieden	7,7%	6,3%	5,3%	8,4%	3,8%	5,8%
Sehr unzufrieden	3,1%	2,7%	1,6%	0,8%	1,2%	1,6%
Weiß nicht / Keine Angabe	2,6%	0,5%	0,9%	0,7%	1,2%	1,1%
Weighted N	94	225	217	259	477	1272

© Gini, Quelle: Auftragsstudie durchgeführt von YouGov im März 2023

ZUSAMMENHÄNGE UND SCHLUSSFOLGERUNGEN

Nutzung Mobile Banking Funktionen

Bei der Nutzung der Mobile Banking Funktionen ist vor allem der Blick auf die nicht genutzten Funktionen in den unterschiedlichen Altersgruppen interessant.

In der Altersgruppe 18 bis 24 Jahre geben lediglich 4,5 % der Befragten an, dass die Funktion **Kontostände sowie Ein- und Ausgänge abfragen** nicht genutzt wird. Im Vergleich zu den anderen Altersgruppen wird das Einrichten und Stornieren von Daueraufträgen mit 34,7 % vermehrt gar nicht genutzt. Und auch das Einsehen von Kreditkartenumsätzen wird in einem direkten Vergleich mit den anderen Altersgruppen wesentlich seltener genutzt (51,3 %).

In den Altersgruppen 25 bis 34 Jahre und 35 bis 44 Jahre sticht hervor, dass die Funktion des Kreditantrags besonders selten genutzt wird. 65,3 %, beziehungsweise 66,4 % der Befragten gaben an, diese Funktion nicht zu nutzen.

Ein ähnliches Bild ergibt sich in diesen Altersgruppen bei der Funktion des Wertpapier-Tradings. Hier geben 59,8 %, beziehungsweise 58,8 % der Befragten an, diese Funktionen nicht zu nutzen.

In der Altersgruppe 55 Jahre und älter wird vor allem die Funktion **Terminüberweisungen einrichten** signifikant seltener genutzt als in anderen Altersgruppen. Hier geben 38,1 % der Befragten, die Funktion nicht zu nutzen. Ebenfalls signifikant wenig wird die Funktion „Überträge tätigen, also Geld innerhalb eigener Konten transferieren“ genutzt (36,3 %). Und auch hier werden die **Funktionen Wertpapier-Trading und Kreditantrag mit 83,4 % und 91 % am seltensten genutzt.**

Welche der folgenden Banking-App Funktionen nutzen Sie nicht?

	18 bis 24 Jahre	25 bis 34 Jahre	35 bis 44 Jahre	45 bis 54 Jahre	55 Jahre und älter	All
Kontostände sowie Ein- und Ausgänge abfragen	4,5%	1,1%	1,8%	3,7%	2,6%	2,6%
Kreditkartenumsätze einsehen	51,3%	40,0%	34,1%	46,1%	44,5%	42,9%
Terminüberweisungen einrichten	35,8%	29,0%	22,6%	33,3%	38,1%	32,8%
Daueraufträge einrichten und stornieren	34,7%	16,7%	13,2%	21,1%	24,2%	21,4%
EC- und Kreditkarten sperren	67,0%	53,1%	52,9%	64,2%	60,1%	59,2%
Überträge tätigen, also Geld innerhalb der eigenen Konten transferieren	31,3%	21,6%	24,1%	28,2%	36,3%	29,7%
Wertpapier-Trading	71,6%	59,8%	58,8%	77,9%	83,4%	73,2%
Kreditantrag	74,6%	65,3%	66,4%	80,5%	91,0%	79,0%
Überweisung tätigen	2,8%	1,6%	4,4%	4,2%	5,7%	4,2%

ZUSAMMENHÄNGE UND SCHLUSSFOLGERUNGEN

Bekanntheit Fotoüberweisung

Die Fotoüberweisung ist ganz klar in der Altersgruppe 35 bis 44 Jahre am bekanntesten (54,6 %), gefolgt von der Altersgruppe 25 bis 34 Jahre (49,8 %).

Am wenigsten bekannt ist die Fotoüberweisung in der Altersgruppe 55 Jahre und älter mit einem signifikanten Wert von 65,6 % der Nicht-Kenner.

Kennen Sie beim mobilen Banking die Funktion Fotoüberweisung?

	18 bis 24 Jahre	25 bis 34 Jahre	35 bis 44 Jahre	45 bis 54 Jahre	55 Jahre und älter	All
Ja	33,5%	49,8%	54,6%	43,2%	29,5%	39,3%
Nein	51,9%	40,5%	38,2%	48,8%	65,6%	53,2%
Weiß nicht / Keine Angabe	14,6%	9,7%	7,1%	8,0%	4,9%	7,4%
Weighted N	161	327	314	406	887	2085

© Gini, Quelle: Auftragsstudie durchgeführt von YouGov im März 2023

Charakteristika des Bildungsstandes

Bei der Betrachtung der einzelnen höchsten Bildungsabschlüsse, wurden nur die Ergebnisse präsentiert, die signifikante Werte beinhalten.

Mobile Banking Nutzung

Bei der Mobile Banking Nutzung fällt bei den unterschiedlichen höchsten Bildungsabschlüssen auf, dass die meisten Nutzer entweder noch im Studium sind (66,8 %) oder einen Universitäts- oder Fachhochschulabschluss haben (65,4 %). Bei den Befragten, die Mobile Banking nicht nutzen, haben ist die größte Gruppe mit 36 % die, die eine Lehre oder einen vergleichbaren Abschluss hat.

Nutzen Sie mit Ihrem Hauptkonto / Gehaltskonto das mobile Banking?

	Keinen Abschluss	Noch in Ausbildung	Noch im Studium	Lehre oder vergleichbarer Abschluss	Universitäts- oder Fachhochschulabschluss	Keine Angabe	All
Ja	53,0%	56,4%	66,8%	59,8%	65,4%	40,9%	60,2%
Nein	33,4%	34,4%	21,8%	36,0%	30,1%	29,5%	33,0%
Weiß nicht / Keine Angabe	13,6%	9,2%	11,4%	4,3%	4,5%	29,6%	6,8%
Weighted N	102	53	97	1085	634	114	2085

© Gini, Quelle: Auftragsstudie durchgeführt von YouGov im März 2023

ZUSAMMENHÄNGE UND SCHLUSSFOLGERUNGEN

Nutzung Mobile Banking Funktionen

Auch bei den Mobile-Banking Funktionen wird wieder genauer betrachtet, welche Gruppen die Funktionen nicht nutzen.

Bei den Befragten, die angaben keinen Abschluss zu haben, wird im Vergleich zu den anderen Befragten sehr deutlich, dass die Funktion “Überträge tätigen, also Geld innerhalb der eigenen Konten transferieren” deutlich seltener genutzt wird. 57,1 % gaben hier an, die Funktion gar nicht zu nutzen.

Befragte mit einer Lehre oder einem vergleichbaren Abschluss nutzen die Funktionen “Wertpapier-Trading” und “Kreditantrag” im Vergleich zu den anderen Befragten besonders selten. Hier gaben 78,7 %, beziehungsweise 84,2 % an, die Funktionen nicht zu nutzen.

Bei Befragten mit Universitäts- oder Hochschulabschluss wird deutlich, dass die Funktionen häufiger genutzt werden. Nur 32,7 % geben hier beispielsweise an, die Funktion “Kreditkartenumsätze einsehen” nicht zu nutzen. Auch die Funktion “Überträge tätigen, also Geld innerhalb der eigenen Konten transferieren” wird nur von 18,7% nicht genutzt.

Welche der folgenden Mobile Banking Funktionen nutzen Sie?

	Keinen Abschluss	Noch in Ausbildung	Noch im Studium	Lehre oder vergleichbarer Abschluss	Universitäts- oder Fachhochschulabschluss	Keine Angabe	All
Kontostände sowie Ein- und Ausgänge abfragen	3,9%	0,0%	4,2%	2,4%	2,6%	4,2%	2,6%
Kreditkartenumsätze einsehen	57,0%	51,6%	39,2%	47,9%	32,7%	45,1%	42,9%
Terminüberweisungen einrichten	47,0%	38,3%	30,2%	34,5%	28,2%	30,6%	32,8%
Daueraufträge einrichten und stornieren	35,7%	42,7%	28,0%	20,1%	17,9%	26,4%	21,4%
EC- und Kreditkarten sperren	68,4%	75,8%	59,1%	63,5%	50,3%	53,6%	59,2%
Überträge tätigen, also Geld innerhalb der eigenen Konten transferieren	57,1%	31,3%	30,8%	34,4%	18,7%	23,7%	29,7%
Wertpapier-Trading	76,2%	73,5%	69,3%	78,7%	63,2%	83,2%	73,2%
Kreditantrag	78,2%	74,5%	67,8%	84,2%	74,2%	69,1%	79,0%
Überweisung tätigen	6,1%	2,5%	1,7%	3,7%	5,5%	2,5%	4,2%

© Gini, Quelle: Auftragsstudie durchgeführt von YouGov im März 2023

ZUSAMMENHÄNGE UND SCHLUSSFOLGERUNGEN

Bekanntheit Fotoüberweisung

Die Bekanntheit der Fotoüberweisung ist unter den Befragten, die sich noch im Studium befinden (51,1%) und den Befragten, die bereits einen Universitäts- oder Fachhochschulabschluss haben (46,2%) signifikant höher als unter den anderen Befragten. Betrachtet man hier, wer angibt, die Fotoüberweisung nicht zu kennen, sticht die Gruppe der Befragten mit einer Lehre oder einem vergleichbaren Abschluss hervor. Hier haben 56,7% an, die Fotoüberweisung nicht zu kennen.

Kennen Sie die Überweisungsfunktion Fotoüberweisung?

	Keinen Abschluss	Noch in Ausbildung	Noch im Studium	Lehre oder vergleichbarer Abschluss	Universitäts- oder Fachhochschulabschluss	Keine Angabe	All
Ja	28,7%	34,2%	51,1%	37,0%	46,2%	26,8%	39,3%
Nein	58,5%	53,1%	44,5%	56,7%	49,0%	46,5%	53,2%
Weiß nicht / Keine Angabe	12,7%	12,8%	4,5%	6,3%	4,8%	26,7%	7,4%
Weighted N	102	53	97	1085	634	114	2085

© Gini, Quelle: Auftragsstudie durchgeführt von YouGov im März 2023

Upselling durch die Fotoüberweisung

Um einen besseren Einblick zu erhalten, wie sich das Verhalten der Bankkunden durch die Fotoüberweisung beeinflussen lässt, ist es sinnvoll, sich unterschiedliche Zusammenhänge anzusehen. Dabei ist vor allem aufgefallen, dass Befragte, die die Fotoüberweisung kennen und nutzen, auch deutlich häufiger die Funktionen Kreditantrag oder Wertpapier-Trading nutzen. Es wird sehr deutlich, dass Befragte, die bei der Nutzungshäufigkeit angegeben haben, die Fotoüberweisung gar nicht zu nutzen, nur zu 20 % die Funktionen Wertpapier-Trading oder Kreditantrag nutzen. Bei den Befragten, die die Fotoüberweisung kennen und nutzen, sind es 74,9 %.

Es lässt sich daraus folgern, dass die Nutzung der Fotoüberweisung dazu führen kann, auch noch andere Mobile Banking Funktionen zu nutzen. Der Customer-Lifetime-Value, also der Wert, den ein Kunde über den gesamten Zeitraum im Unternehmen darstellt, wird dadurch also deutlich gesteigert.

FÜ Kenner / Nutzer Wertpapiertrading oder Kreditanträge

	Nutzer	Weder noch (Nicht-Nutzer)	All
Kenner / Nutzer	74,9%	44,9%	56,5%
Kenner / Nicht-Nutzer	20,0%	46,8%	36,4%
Kenner / Weiß nicht / Kein Angebot	5,0%	8,3%	7,0%

© Gini, Quelle: Auftragsstudie durchgeführt von YouGov im März 2023

Bekanntheit der Fotoüberweisung nach Haushaltsnettoeinkommen

Wenn man die Bekanntheit der Fotoüberweisung in Verbindung mit dem Nettohaushaltseinkommen betrachtet, wird deutlich, dass Befragte mit einem niedrigeren Nettohaushaltseinkommen die Fotoüberweisung seltener kennen als Befragte mit einem höheren Nettohaushaltseinkommen. Beispielsweise **geben nur 1,7 % der Befragten mit einem Nettohaushaltseinkommen bis 500 Euro an**, die Fotoüberweisung zu kennen. Bei einem Nettohaushaltseinkommen von **5.000 Euro bis 10.000 Euro sind es bereits 9,1 %**. Und auch bei der Gruppe der Personen, die angibt, die Fotoüberweisung nicht zu kennen, hat die Mehrheit (11,4 %) ein Nettohaushaltseinkommen von 1.000 Euro bis 1.500 Euro. **Bei den Befragten mit einem Nettohaushaltseinkommen über 10.000 Euro geben lediglich 0,8 % an**, die Fotoüberweisung nicht zu kennen.

Entsprechend lässt sich auch schlussfolgern, dass Personen mit höherem Einkommen vermehrt auf die Funktionen Wertpapier-Trading oder Kreditantrag zugreifen, da die Bekanntheit der Fotoüberweisung hier auch deutlich höher ist als bei Befragten mit niedrigerem Einkommen. Der Customer-Lifetime-Value lässt sich also durch die Fotoüberweisung beeinflussen.

Kennen Sie die Überweisungsfunktion Fotoüberweisung? (sortiert nach Haushaltseinkommen)

	Ja	Nein	Weiß nicht / Keine Angabe
unter EUR 500	1,7%	2,8%	6,0%
EUR 500 bis unter EUR 1.000	6,2%	8,3%	3,3%
EUR 1.000 bis unter EUR 1.500	5,6%	11,4%	9,5%
EUR 1.500 bis unter EUR 2.000	7,9%	11,4%	7,4%
EUR 2.000 bis unter EUR 2.500	10,9%	10,3%	8,0%
EUR 2.500 bis unter EUR 3.000	10,2%	10,4%	4,5%
EUR 3.000 bis unter EUR 3.500	9,5%	4,7%	4,5%
EUR 3.500 bis unter EUR 4.000	9,3%	6,6%	4,3%
EUR 4.000 bis unter EUR 4.500	6,7%	4,7%	3,4%
EUR 4.500 bis unter EUR 5.000	8,9%	4,7%	4,4%
EUR 5.000 bis unter EUR 10.000	9,1%	8,2%	3,2%
EUR 10.000 und mehr	1,6%	0,8%	0,6%
keine Angabe	12,4%	15,5%	41,0%
Weighted N	824	1100	151

© Gini, Quelle: Auftragsstudie durchgeführt von YouGov im März 2023

Beeinflussung der Nutzung der Fotoüberweisung durch den Erstkontakt

Um besser nachvollziehen zu können, welche Form des Erstkontakts mit der Fotoüberweisung am nachhaltigsten ist, also dafür sorgt, dass die Fotoüberweisung dann auch genutzt wird, ist es sinnvoll, den Erstkontakt mit den Kennern und Nutzern gegenüberzustellen. Hier gibt es zwei signifikante Werte. Es wird sehr deutlich, dass die befragten Personen, die über Freunde/Bekannte von der Fotoüberweisung erfahren haben, diese im Vergleich zu den Kennern und Nutzern signifikant seltener nutzen, als Befragte, die über einen anderen Weg davon erfahren haben.

Ein gegenteiliges Bild ergibt sich, wenn die Befragten von der Fotoüberweisung durch den Bankberater erfahren. Hier wird die Fotoüberweisung im Vergleich zu den Nicht-Nutzern signifikant häufig genutzt (8,7 %).

Es lässt sich daraus schlussfolgern, dass es wichtig ist, auf die Fotoüberweisung aufmerksam zu machen. Es braucht hier einen zweiten Touchpoint durch die Bank, wie beispielsweise durch den Bankberater, um die Nutzung der Fotoüberweisung zu erhöhen. Werbung außerhalb des Bankenkontextes, wie durch Freunde und Bekannte, scheint die Nutzerrate am wenigsten positiv zu beeinflussen.

Woher kennen Sie die Fotoüberweisung?

	FÜ Kenner / Nutzer		
	Kenner / Nicht-Nutzer / kein Angebot	Kenner / Nutzer	All
TV	3,3%	6,7%	4,2%
Freunde / Bekannte	14,4%	7,2%	10,2%
Radio	0,3%	1,3%	0,9%
Bankberater	2,9%	8,7%	6,2%
Außenwerbung	1,0%	2,8%	2,0%
Werbung in der Filiale	2,0%	1,7%	1,8%
Internet	11,2%	12,0%	11,7%
Social Media	1,6%	2,6%	2,2%
Banking App interne Werbung	41,1%	38,8%	39,8%
Sonstiges	8,1%	10,4%	9,4%
Kann mich nicht erinnern	14,1%	8,8%	11,0%
Unweighted N	271	374	645

© Gini, Quelle: Auftragsstudie durchgeführt von YouGov im März 2023

Up- und Crossselling mithilfe der Banking-App

Anhand dieser repräsentativen Studie wird deutlich, welche Auswirkungen die Nutzung einer Banking-App und deren Funktionen auf Faktoren wie die Zufriedenheit mit der Bank im Allgemeinen oder Möglichkeiten des Up- und Cross-Sellings hat. Seine Kunden zu kennen ist wichtig, auf das Verhalten der Kunden zu reagieren noch wichtiger. Es wird sehr deutlich, welche Zielgruppen bestimmte Dienste gut annehmen, wo noch Bedarf besteht und welche Kundengruppen den größten Customer Lifetime Value haben.



BANKING STUDIE

Die verwendeten Daten beruhen auf einer Online-Umfrage der YouGov Deutschland GmbH, an der 2085 Personen zwischen dem 20. und 22.03.2023 teilnahmen. Die Ergebnisse wurden gewichtet und sind repräsentativ für die deutsche Bevölkerung ab 18 Jahren.

Damit eine gute Bank sich auch digital gut anfühlt.

Banking hat sich verändert. Weil Technologie sich weiterentwickelt hat. Und die Ansprüche der Menschen genauso. Damit die Bank von heute auch morgen noch die Nummer Eins in Sachen Geld für ihre Kunden ist, braucht es nicht nur gute Produkte. Sondern auch smarte Innovation für langfristige Kundenbindung. Wir von Gini haben verstanden, was Bank heute braucht – schließlich sind wir nicht umsonst in fast allen Banking-Apps Deutschlands.

Gini GmbH
Ridlerstraße 57
80339 München
www.gini.net

