

## Medienmitteilung

Zürich/Genf, 27. April 2023

### Internationale Studie zeigt: Schweizer Banken fallen bei der Digitalisierung ihrer Dienstleistungen aus den Top 20

**Digitale Champions im internationalen Bankenvergleich? In der Schweiz kaum zu finden. Der Schweizer Bankensektor fällt 2022 im internationalen Vergleich weiter zurück und riskiert, punkto Digitalisierung den Anschluss an die internationale Konkurrenz zu verlieren. [Zu diesem Schluss kommt die aktuelle Deloitte Studie «Digital Banking Maturity 2022»](#). Im Rahmen dieser Studie wurden mehr als 300 Banken in 41 Ländern untersucht. Die 10 Vertreterinnen aus der Schweiz schafften es im Ländervergleich nur auf Platz 21. Dabei schneiden sie noch schlechter ab als vor zwei Jahren, als sie auf dem 18. Platz landeten. Im internationalen Vergleich agieren Schweizer Banken zu langsam, zu wenig innovativ und zu distanziert von ihrer Kundschaft.**

Die Digitalisierung im Bankensektor schreitet global zügig voran, wie die Studie «Digital Banking Maturity 2022» des Prüfungs- und Beratungsunternehmens Deloitte zeigt. Schweizer Banken können mit dieser Geschwindigkeit jedoch nicht mithalten: Rangierten sie im Jahr 2020 noch auf Platz 18, haben sie zwei Jahre später weitere drei Plätze eingebüsst. So erstaunt es auch nicht, dass nur eine einzige Schweizer Bank zu den Digital Champions gehört, also zu den 30 besten der rund 304 untersuchten Banken weltweit.

Für die Studie haben so genannte «Mystery-Shopper» bei allen untersuchten Banken reale Konten eröffnet und dabei mehr als 1'200 Funktionalitäten innerhalb der digitalen Kanäle dieser Finanzinstitute geprüft – auf der Website, im E-Banking und in der App auf dem Smartphone.

«Der erneute Rückgang ist eine bedenkliche Entwicklung für den Schweizer Bankensektor», sagt Cyrill Kiefer, Banking Consulting Leader bei Deloitte. «In anderen untersuchten Ländern ist es längst Standard, dass online – vor allem über Mobiltelefone und andere Endgeräte – eine umfassende Palette an digitalen Leistungen angeboten wird.» Das geht über die einfache und rasche Eröffnung eines Kontos und sofort einsehbare Überweisungen über die Verwaltung von Kreditkarten und den Wertschriftenhandel bis hin zu Dienstleistungen im Anlagenuniversum. «Wer die digitalen Erwartungen der Kundschaft nicht zu erfüllen vermag, riskiert mittelfristig, Kundinnen und Kunden zu verlieren. Die Banken sollten diese wichtigen Kanäle vielmehr nutzen, um bestehende Kundinnen und Kunden zu halten und eine neue, digitalaffine Kundschaft anzusprechen.»

#### **Banken agieren zu langsam**

Wie die Studie zeigt, hinken die untersuchten Schweizer Banken im Zuge der rasanten Digitalisierung ihrer Konkurrenz aus unterschiedlichen Gründen hinterher. Die betreffenden Banken haben ihre durchschnittliche digitale Maturität zwar verbessert – im Vergleich zu den Digital Champions allerdings deutlich langsamer. Ausserdem bieten Digital Champions über all ihre digitalen Kanäle hinweg mehr Dienstleistungen an, wie zum Beispiel Autokredite oder Hypotheken, und führen diese auch schneller ein. Auch können bei vielen Schweizer Banken Konten – selbstverständlich unter Einhaltung aller gültigen Gesetze – nicht rasch und unkompliziert eröffnet und sofort genutzt werden. Es fehlt in den allermeisten Fällen ein vollständig digitalisierter End-to-End-Prozess. Die Kundschaft erwartet jedoch jederzeit Einsicht in den Kontostand und in getätigte/empfangene Transaktionen sowie Informationen in Echtzeit. Zudem fehlt es den Onlinekanälen von Schweizer Banken – im Vergleich zu jenen von Digital Champions – noch an verschiedenen Funktionalitäten.

#### **Schwächen im digitalen Vertrieb**

Digitale Kanäle eignen sich dafür, bestehenden Kundinnen und Kunden Produkte wie etwa Debit- oder Kreditkarten zu verkaufen. Die Kundschaft kann jedoch nur bei 41 Prozent der Schweizer Banken eine Kreditkarte digital bestellen – bei den Digital Champions ist der Anteil fast doppelt so hoch. Und lediglich 18 Prozent der Schweizer Banken schaffen es, einen Kreditantrag vollständig digital abzuwickeln, während es bei den Digital Champions 68 Prozent sind.

Die von Digital Champions implementierten Funktionen gehen weit über das traditionelle Bankgeschäft hinaus. So können bei ihnen etwa Hotels und Flüge gebucht oder der Zutritt zu einer Flughafen-Lounge gekauft werden. Auch Kino-, Theater- und Konzerttickets oder etwa Parktickets können erworben werden. Es besteht sogar die Möglichkeit, eine

Firma digital zu registrieren. Schweizer Banken hingegen verpassen diese Entwicklungen fast vollständig – im Gegensatz zu anderen Anbietern wie etwa Versicherungen, die bereits zahlreiche, über das traditionelle Geschäft hinausgehende Dienstleistungen implementiert haben.

### Schweizer Banken geraten ins Hintertreffen

«Die Schweizer Banken sollten zum einen attraktive, auf die jeweiligen Bedürfnisse zugeschnittene Pakete von Bankdienstleistungen und anderen Angeboten schnüren und zum anderen die Nutzungsfreundlichkeit ihrer Onlinekanäle verbessern», sagt Cyrill Kiefer. Die inländische Kundschaft müsse immer noch unterschiedliche mobile Apps für Bankgeschäfte und Anlagen nutzen oder gar auf den Desktop zurückgreifen. «Hier braucht es eine einheitliche Strategie mit Fokus auf mobile Endgeräte, damit die Institute die steigenden Ansprüche gegenüber dem Digital Banking und die damit verbundenen Anlagegewohnheiten erfüllen können.»

Ausserdem müssten die hiesigen Banken ihre Produktpalette zwingend über die traditionellen Dienstleistungen hinaus erweitern. Bei diesem Punkt sollten sich Schweizer Institute laut Cyrill Kiefer ein Beispiel an den Digital Champions nehmen. «Sie erfüllen schon heute unterschiedlichste Finanzbedürfnisse mit einer Vielzahl von Produkten und Dienstleistungen. Da haben Schweizer Banken viel aufzuholen. Tun sie dies nicht schnell genug, werden internationale Anbieter dank ihres grossen Vorsprungs in den heimischen Markt vordringen und etablierte inländische Banken ins Hintertreffen geraten.»

### Über die Studie «[Digital Banking Maturity 2022](#)»

Für die fünfte Ausgabe der Studie, die Einblicke in Strategien und Best Practices der digitalen Marktführer gibt, wurden 304 Banken – zehn davon in der Schweiz – in insgesamt 41 Ländern mithilfe von sogenannten «Mystery-Shoppern» analysiert, die als Testkundinnen und Testkunden bei allen untersuchten Banken reale Konten eröffneten. Dabei wurden mehr als 1'200 Funktionalitäten innerhalb der digitalen Kanäle (Website, E-Banking und mobiler App) dieser Finanzinstitute untersucht. Die Studie wurde zwischen Juli und August 2022 durchgeführt (Ausnahme UBS: November 2022).



Folgen Sie [@DeloitteCH](#) auf Twitter!

---

Kontakt: [Michael Wiget](#)  
Leiter Externe Kommunikation  
Tel.: +41 58 279 70 50  
E-Mail: [mwiget@deloitte.ch](mailto:mwiget@deloitte.ch)

Kontakt: [Kevin Capellini](#)  
External Communications Specialist  
Tel.: +41 58 279 59 74  
E-Mail: [kcapellini@deloitte.ch](mailto:kcapellini@deloitte.ch)

---

### [Deloitte Schweiz](#)

Deloitte bietet integrierte Dienstleistungen in den Bereichen Audit & Assurance, Consulting, Financial Advisory, Risk Advisory sowie Tax & Legal. Wir kombinieren Erkenntnisse und Innovationen aus verschiedenen Disziplinen mit unserer betriebswirtschaftlichen Expertise und unseren Branchenkenntnissen. So verhelfen wir unserer Kundschaft weltweit zum Erfolg. Mit rund 2'700 Mitarbeitenden an den sechs Standorten Basel, Bern, Genf, Lausanne, Lugano und Zürich (Hauptsitz) betreut Deloitte Unternehmen und Organisationen jeder Rechtsform und Grösse aus allen Wirtschaftszweigen.

Deloitte AG ist eine Tochtergesellschaft von Deloitte North and South Europe (NSE), einem Mitgliedsunternehmen der Deloitte Touche Tohmatsu Limited (DTTL) mit über 415'000 Mitarbeitenden in mehr als 150 Ländern.

Lesen Sie [weitere Medienmitteilungen](#), kontaktieren Sie einzelne [Personen aus dem Kommunikationsteam](#) oder besuchen Sie die [Website von Deloitte Schweiz](#).

### Anmerkung für die Redaktion

In dieser Medienmitteilung bezieht sich Deloitte auf die Schweizer Tochtergesellschaften von Deloitte NSE LLP, Mitgliedsunternehmen der Deloitte Touche Tohmatsu Limited (DTTL), einer «UK private company limited by guarantee» (einer Gesellschaft mit beschränkter Haftung nach britischem Recht). DTTL und ihre Mitgliedsunternehmen sind rechtlich selbstständige und unabhängige Unternehmen. DTTL und Deloitte NSE LLP erbringen selbst keine Dienstleistungen gegenüber Kunden. Eine Beschreibung der rechtlichen Struktur finden Sie unter [www.deloitte.com/ch/about](http://www.deloitte.com/ch/about).

Deloitte AG ist eine von der Eidgenössischen Revisionsaufsichtsbehörde (RAB) und der Eidgenössischen Finanzmarktaufsicht (FINMA) zugelassene und beaufsichtigte Revisionsgesellschaft.

Die Informationen in dieser Medienmitteilung haben ihre Richtigkeit zum Zeitpunkt des Versands.

