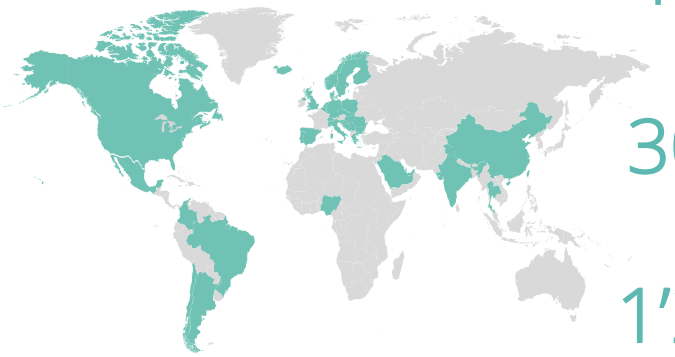
Digital Banking Maturity Study 2022

Schweizer Banken fallen bei der Digitalisierung ihrer Dienstleistungen aus den Top 20

Deloitte.

Die Deloitte Digital Banking Maturity Study ist die weltweit grösste Vergleichsstudie zum Reifegrad der digitalen Kanäle von Banken.

In der fünften Ausgabe der Studie untersuchte Deloitte 304 Banken in 41 Ländern rund um den Globus, darunter zehn Schweizer Banken. In den vergangenen zwei Jahren haben alle Schweizer Banken ihren Reifegrad zwar verbessert, aber die Digital Champions[1] legen ein deutlich höheres Innovationstempo vor. Die Schweizer Banken riskieren also, in puncto Digitalisierung den Anschluss zu verlieren.



41 Länder

304 Banken

1’200 Funktionalitäten

10 Schweizer Banken

Copyright © 2023 Für Informationen wenden Sie sich bitte an Deloitte Global.

[1] Die besten 10 Prozent der 304 bewerteten Banken

Über die Studie

Für eine eingehende Prüfung des digitalen Reifegrads haben unsere «Mystery Shopper» bei allen untersuchten Banken reale Konten eröffnet und dabei mehr als 1’200 Funktionalitäten innerhalb der digitalen Kanäle dieser Finanzinstitute bewertet (auf der Website, im E-Banking und in der App für Mobilgeräte).
In Verbindung mit umfragebasierter Marktforschung zu Kundenbedürfnissen sowie mit einer detaillierten Analyse des Benutzererlebnisses liefert die Studie einzigartige Erkenntnisse über die Strategien und Best Practices der führenden digitalen Akteure im Bankensektor.

Die Schweiz hat ihre führende Position in der Gruppe der «Digital Champions» eingebüsst und liegt im Ländervergleich nun lediglich auf Platz 21.
Die Analyse erklärt, warum die Schweizer Banken zurückgefallen sind und gibt Handlungsempfehlungen, wie sie sich verbessern können.

 Copyright © 2023 Für Informationen wenden Sie sich bitte an Deloitte Global.

Schweiz: Die wichtigsten Erkenntnisse auf einen Blick

Erkenntnis **1**

Schweizer Banken brauchen länger für Innovationen als Digital Champions.

Erkenntnis **2**

Schweizer Banken fehlt ein hochmoderner, vollständig digitalisierter End-to-End-Prozess für die Kontoeröffnung.

Erkenntnis **3**

Schwächen im digitalen Vertrieb begrenzen Wachstumschancen.

Erkenntnis **4**

Schweizer Banken bieten zu wenig integrierte, über das Bankgeschäft hinausgehende Dienstleistungen an.

Erkenntnis **5**

Challenger-Banken sind führend in puncto Benutzererlebnis und Innovation.

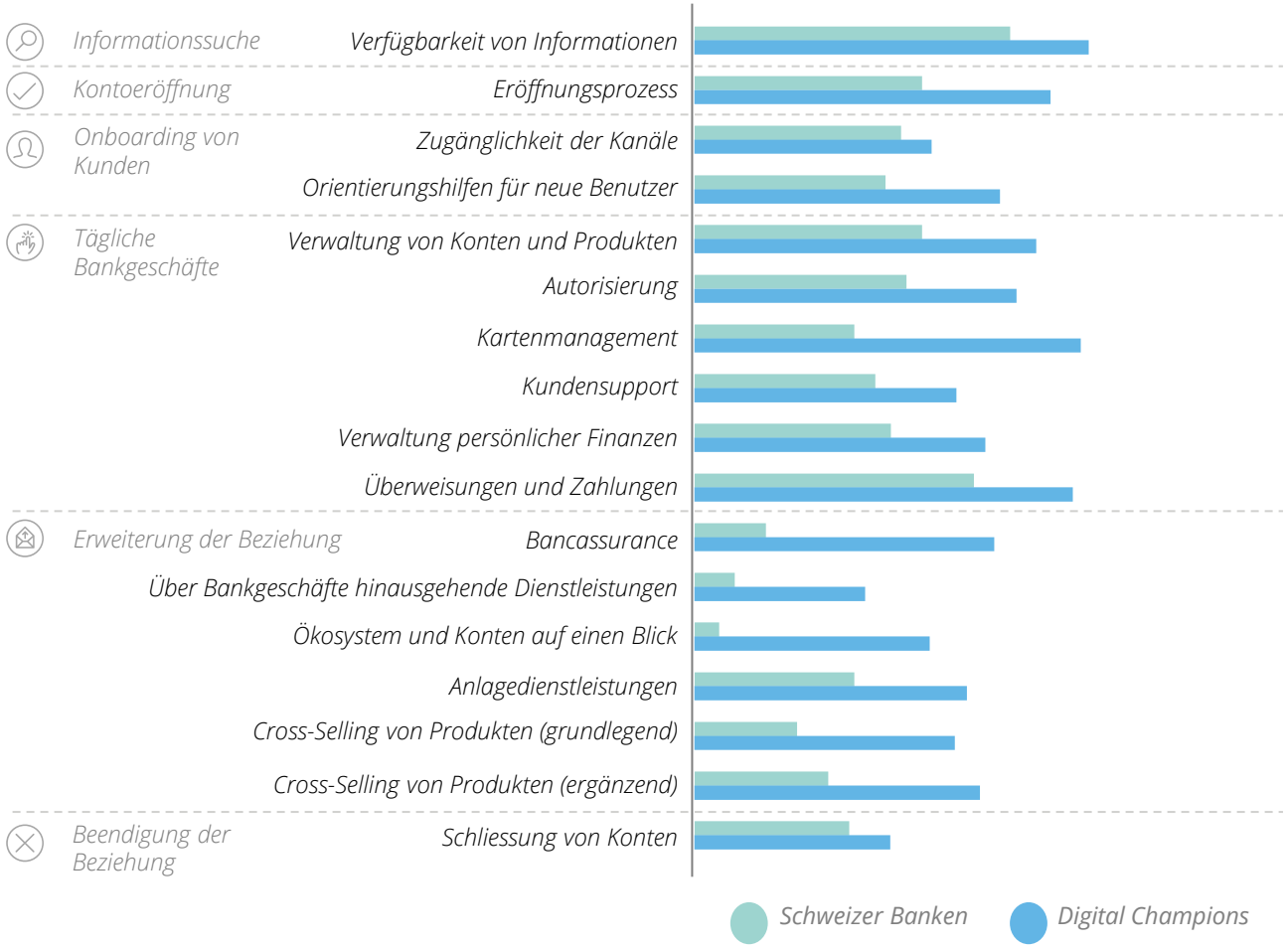
Erkenntnis 1

Schweizer Banken brauchen länger für Innovationen als Digital Champions.

Die Schweizer Banken konnten den durchschnittlichen Wert für ihren digitalen Reifegrad (DBM-Score) in allen analysierten Funktionskategorien verbessern. Allerdings waren die meisten Digital Champions innovativer und führten auf allen digitalen Kanälen deutlich schneller und mehr Funktionalitäten ein. Dadurch fiel die Schweiz im Ranking von Platz 18 im Jahr 2020 auf Platz 21 im Jahr 2022 zurück. Gemäss der jüngsten Studie kommt nur einer der 30 Digital Champions aus der Schweiz. Die Schweizer Banken laufen Gefahr, nicht mehr Schritt halten zu können mit den zunehmenden Erwartungen der Kunden an ein zufriedenstellendes Benutzererlebnis und ein ausreichendes Spektrum an Funktionalitäten, die ihre täglichen Bedürfnisse bestmöglich erfüllen.

Schweizer Banken fallen in allen Kategorien hinter den Digital Champions zurück, die sich durch ein höheres Innovationstempo auszeichnen.

Score in der Digital Banking Maturity (DBM) Study nach Unterkategorie [1]



[1] Daten für 30 als Digital Champions eingestufte Banken und zehn Schweizer Banken, die in der Studie von 2022 untersucht wurden.
Einige Kategorien (Erleichterung der Dateneingabe, Validierung in Echtzeit, Informationen zum Status von Anträgen) umfassen mehr als eine Funktion.

 Copyright © 2023 Für Informationen wenden Sie sich bitte an Deloitte Global.

Erkenntnis 2

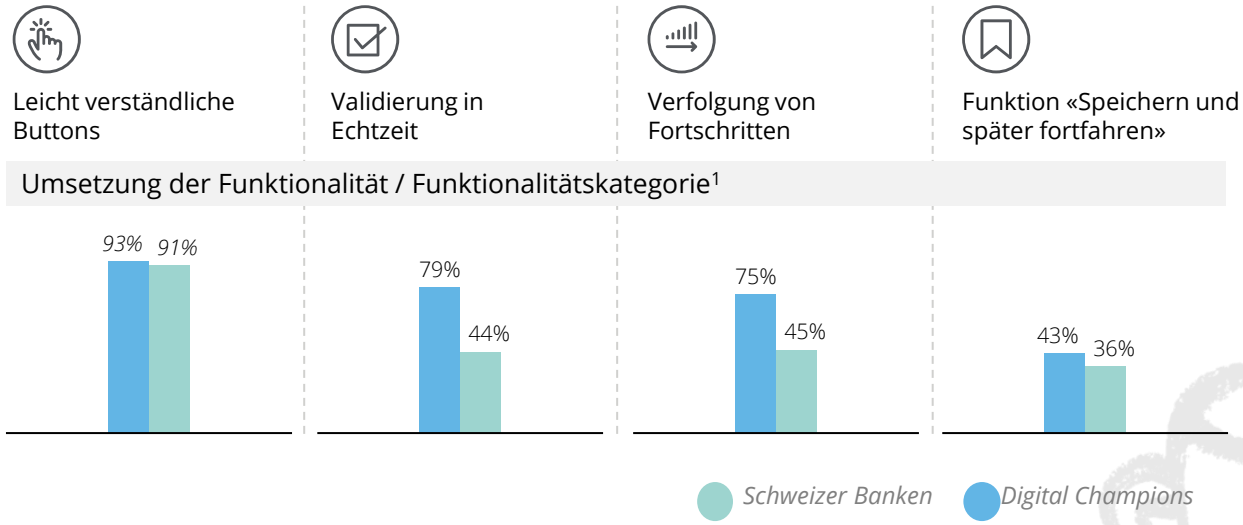
Schweizer Banken fehlt ein hochmoderner, vollständig digitalisierter End-to-End-Prozess für die Konto-eröffnung.

Heute erwarten Konsumenten bei ihren Bankgeschäften ein optimiertes, benutzerfreundliches Erlebnis mit sofortiger Verfügbarkeit von Informationen und Dienstleistungen. Unabhängig von ihrem jeweiligen Standort wollen sie innerhalb von wenigen Minuten ein Konto eröffnen und es sofort nutzen können. Sie wollen ihren Kontostand und ihre Transaktionen abrufen und in Echtzeit auf dem neuesten Stand sein. Schweizer Banken sind oft nicht in der Lage, ihren Kunden eine solch nahtlose Kontoeröffnung zu ermöglichen. Verglichen mit den Digital Champions fehlt es ihren Mobil- und Online-kanälen an Funktionalitäten. So sind beispielsweise die Validierung von Eingaben in Echtzeit und die Verfolgung von Fortschritten nur rudimentär vorhanden. Infolgedessen besteht die Gefahr, dass Schweizer Banken bereits beim Onboarding-Prozess Kunden verlieren.

 Copyright © 2023 Für Informationen wenden Sie sich bitte an Deloitte Global.

Schweizer Banken bieten bei der Kontoeröffnung zu wenig digitale Funktionalitäten an.

Von Banken angebotene Funktionalitäten in %



[1] Daten für 30 als Digital Champions eingestufte Banken und zehn Schweizer Banken, die in der Studie von 2022 untersucht wurden.
Einige Kategorien (Erleichterung der Dateneingabe, Validierung in Echtzeit, Informationen zum Status von Anträgen) umfassen mehr als eine Funktion.

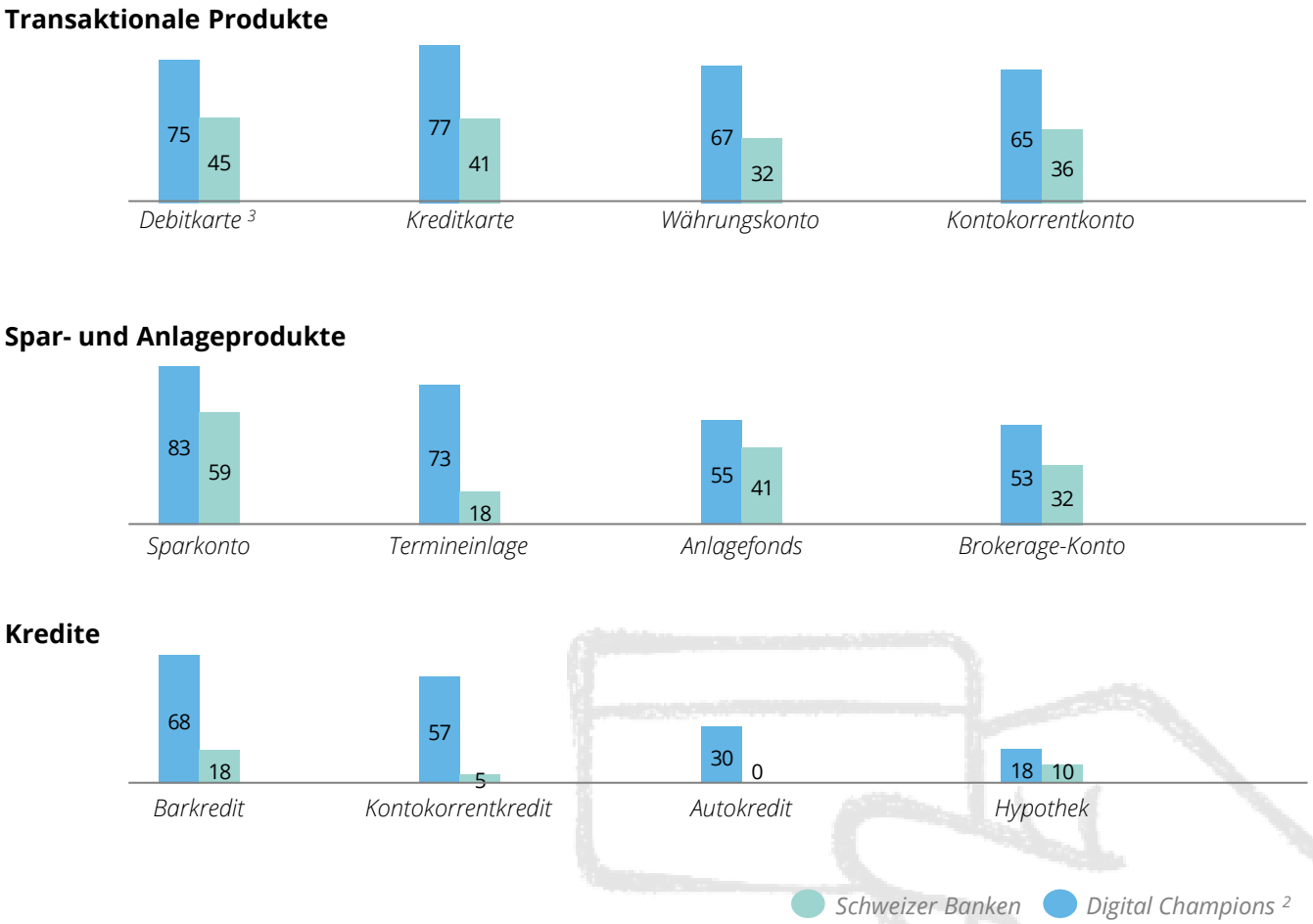
Erkenntnis 3

Schwächen im digitalen Vertrieb begrenzen Wachstumschancen.

Schwächen im digitalen Vertrieb begrenzen Wachstumschancen. Digitale Kanäle bieten Banken eine wichtige Gelegenheit zum Cross- oder Upselling von Produkten an Bestandskunden. Die Leistung der Schweizer Banken wurde in folgenden drei Produktkategorien mit jener der globalen Digital Champions verglichen: transaktionale Produkte, Spar- und Anlageprodukte sowie Kredite.
Die untersuchten Schweizer Banken hinken den Digital Champions in allen drei Produktkategorien hinterher.

Schweizer Banken hinken in allen drei Produktkategorien hinterher

% der Banken bieten eine vollständige End-to-End-Methode zum Abschluss oder Kauf von Produkten auf Mobil- oder Onlinekanälen an. [1]



[1] Das Ergebnis ist ein Durchschnittswert für Mobil- und Onlinekanäle.
[2] Daten für 304 Banken, die in der Studie 2022 untersucht wurden, inkl. 30 Digital Champions und [x] andere Banken.
[3] Digital Champions stellen in vielen Fällen bei der Kontoeröffnung automatisch eine Debitkarte aus. Kann die tatsächliche Punktzahl senken.

 Copyright © 2023 Für Informationen wenden Sie sich bitte an Deloitte Global.

Erkenntnis 4

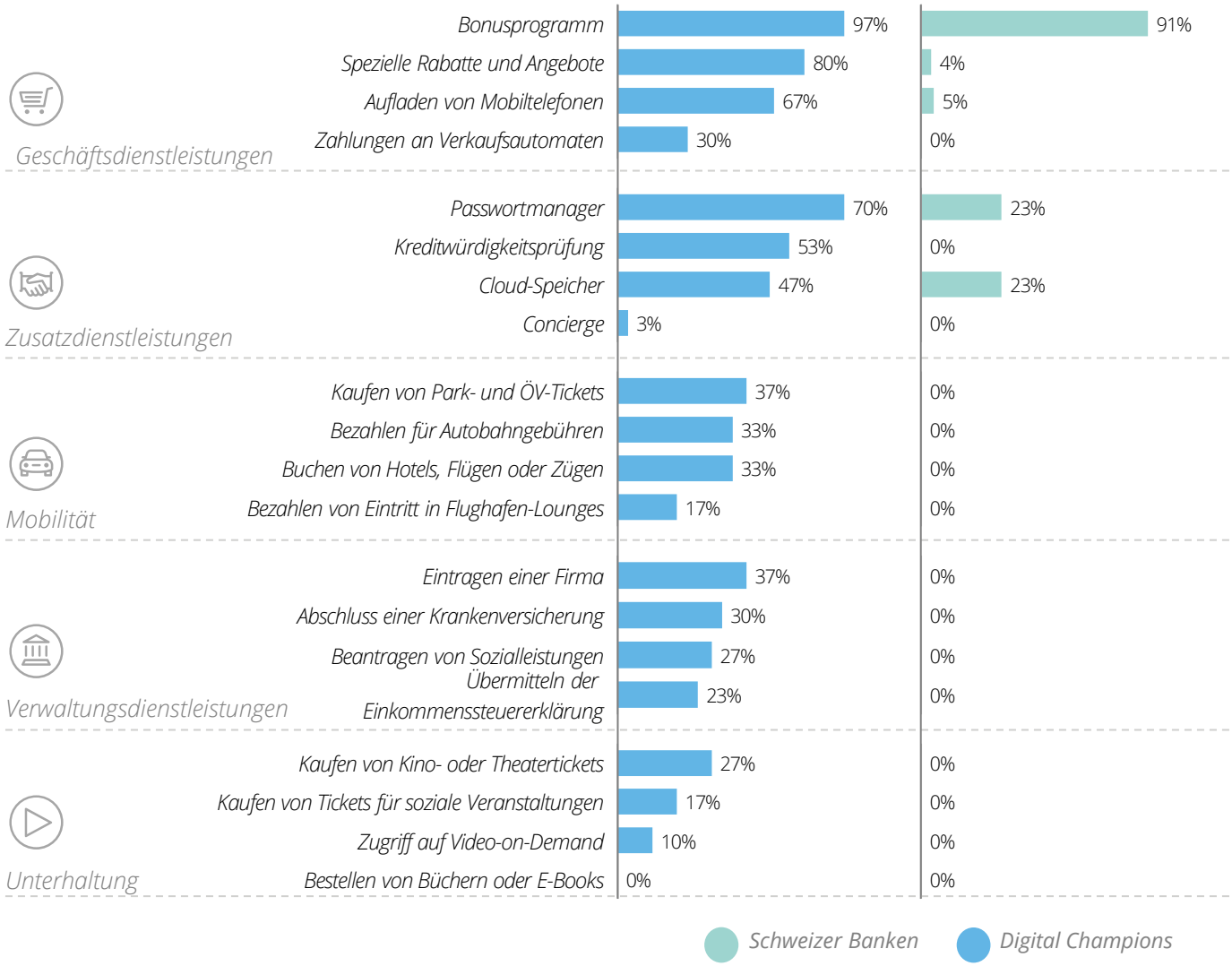
Schweizer Banken bieten zu wenig integrierte, über das Bankgeschäft hinausgehende Dienstleistungen an

Banken sollten ihren Kunden mehr als nur traditionelle Bankdienstleistungen anbieten, um am Markt wettbewerbsfähig zu bleiben und die Kundenbindung zu erhöhen. Sie müssen innovative Funktionalitäten und Lösungen anbieten.

Digital Champions bieten eine Reihe von über reine Bankdienstleistungen hinausgehende Funktionalitäten an, etwa Geschäfts-, Mobilitäts- oder sogar Unterhaltungsdienstleistungen. Die Schweizer Banken bieten jedoch nur eine äusserst begrenzte Zahl von bankbezogenen Geschäfts- oder Zusatzdienst-leistungen an. Infolgedessen entgehen ihnen Möglichkeiten, die Kundenbindung zu verbessern und eine Infrastruktur für datengesteuerte, personalisierte Kundenbindung und Marketingmassnahmen zu entwickeln.

Schweizer Banken bieten lediglich Dienstleistungen in Geschäfts- und Zusatzbereichen an.

Top-Mehrwertdienste nach Kategorie, Anteil der Banken, die nachfolgende Funktionalitäten anbieten, in % [1]



[1] Daten für 30 Banken, die als Digital Champions eingestuft wurden, und andere Banken, die in der Studie von 2022 abgedeckt wurden.

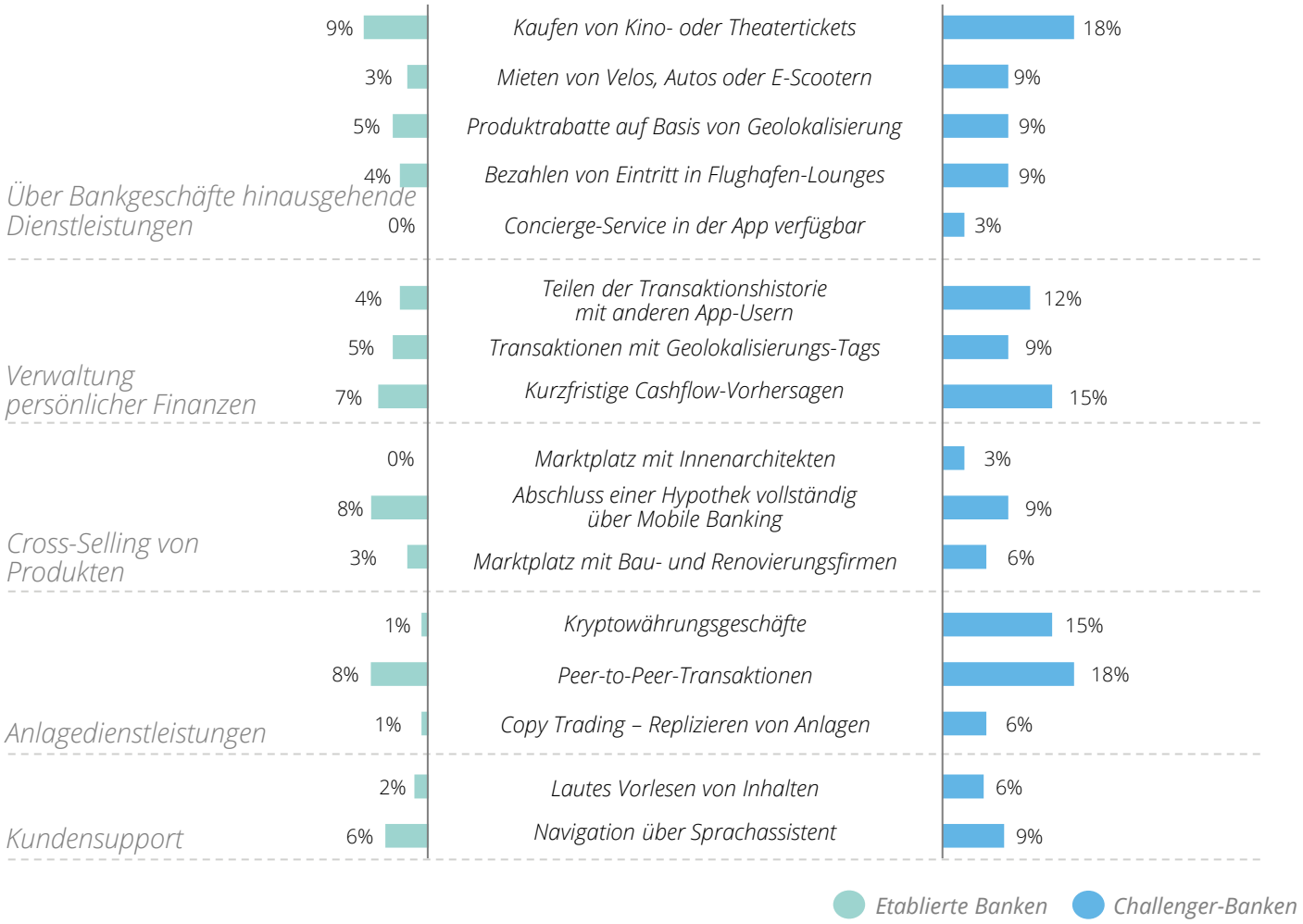
Erkenntnis 5

Challenger-Banken sind führend in puncto Benutzererlebnis und Innovation.

In puncto Benutzererlebnis und Benutzerfreundlichkeit schneiden Challenger-Banken bei allen Funktionalitäten besser ab als traditionelle Banken. Mit rein appbasierten Produkten gelingt es ihnen, ein nahtloses digitales Erlebnis zu schaffen. Darüber hinaus überzeugen Challenger-Banken Kunden mit äusserst innovativen Funktionalitäten und können deutlich schneller auf Kundenerwartungen reagieren als ihre Mitbewerber. Auch bei der Benutzerfreundlichkeit sind die Challenger-Banken führend. Sie profitieren vom unumkehrbaren Trend zum digitalen und mobilen Banking bei der neuen Generation von Bankkunden. Zwar baut der gesamte Bankensektor sein digitales Angebot aus, doch es sind in erster Linie die Challenger-Banken, die innovative Funktionalitäten einführen.

Challenger-Banken heben sich eher durch die Umsetzung innovativer Lösungen ab.

Anteil der Banken, die nachfolgende Funktionalitäten anbieten, in %[1] für ausgewählte innovative Funktionalitäten [2]



[1] Daten für 270 als etabliert eingestufte Banken und 34 als Challenger eingestufte Banken, die in der Studie von 2022 untersucht wurden.
[2] Innovative Funktionalitäten, die von weniger als 10 Prozent der untersuchten Banken angeboten werden.

Drei Handlungsempfehlungen für Schweizer Banken, um wieder an die Spitze zu gelangen

Verstärkt in ein End-to-End Benutzer-erlebnis investieren, um zu den Digital Champions aufzu-schliessen

Um das volle Potenzial ihrer digitalen Kanäle für Cross- und Upselling zu nutzen, müssen Schweizer Banken von den Digital Champions lernen und in ein digitales End-to-End-Erlebnis investieren.
Der Onboarding-Prozess ist ein entscheidender Schritt, um Kunden zu gewinnen. In der Schweiz wird aber oft kein nahtloser digitaler Prozess geboten. Für Banken, die ein optimiertes, integriertes Kundenerlebnis bieten wollen, muss dies oberste Priorität sein, da das Kundenerlebnis nicht an der Eingangstür aufhört.

Ganzheitliche Touchpoint-Strategie mit Fokus auf Mobile Banking entwickeln

Die Schweizer Kunden gewöhnen sich an neue Möglichkeiten, Bank- und Anlage-geschäfte zu tätigen, wobei Mobilgeräte zum wichtigsten Mittel der Interaktion mit der Bank werden. Ein entscheidender Ansatz-punkt für Schweizer Banken ist die Konso-lidierung der Anwendungen, die Kunden für die Interaktion mit ihrer Bank benötigen Heute müssen Kunden häufig eine Viel von mobilen Apps für Bank- oder Anlag geschäfte nutzen oder auf den Desktop Onlinekanal zurückgreifen. Für die Kun kann dies verwirrend und zeit-aufwend sein. Attraktiv ist es ganz sicher nicht.

Über das reine Bankgeschäft hinausdenken, um die Kunden-bindung zu erhöhen

Schweizer Banken müssen ihre Produktpalette über traditionelle Bankdienstleistungen hinaus erweitern. Dabei können sie sich von den Digital Champions inspirieren lassen, die eine Vielzahl von Produkten und Dienstleistungen anbieten, um alle persönlichen Finanzbedürfnisse ihrer Kunden zu erfüllen.

Ansprechpersonen

Gerne besprechen wir die Ergebnisse unserer Studie persönlich mit Ihnen.
Unsere Digital-Banking-Experten beantworten jede Ihrer Fragen.
Nehmen Sie Kontakt mit uns auf.

Cyrill Kiefer
Partner

cykiefer@deloitte.ch

Johnathan Herrle
Director

jherrle@deloitte.ch

Reto Roellin
Director

rroellin@deloitte.ch

Thierry Hediger
Manager

thediger@deloitte.ch

Lisa Peyer
Senior Consultant

lpeyer@deloitte.ch