

## **Retail Banking Radar 2024: Schweizer haben wenig Vertrauen in Fintechs und bleiben ihrer Hausbank treu.**

25.09.2024 | Kunde: Kearney | Ressort: Schweiz / Wirtschaft / Banken / Finanzen |  
Presseaussendung

**Laut Retail Banking Radar 2024 der globalen Unternehmensberatung Kearney haben die Schweizer Banken treue Kunden: 78 Prozent halten ihr Hauptkonto fünf Jahre oder länger bei einer Bank. Grund für die geringe Wechselbereitschaft sind die Zufriedenheit mit der aktuellen Bank (55 %) und das hohe Vertrauen in die traditionellen Bankhäuser (13 %). Die Möglichkeit, persönlich mit einem Bankmitarbeiter zu sprechen (13 %) oder eine Filiale zu besuchen (6 %), spielt eher eine untergeordnete Rolle. Letzteres könnte sich aber als potenzielle Chance für Fintechs & Co. erweisen.**

**Honorarfrieses Bildmaterial, Copyright Kearney finden Sie im [Medienbereich](#)**

Zürich, am 25. September 2024. Europas Bankkunden sind treue Seelen! Wie das jährlich erhobene «Retail Banking Radar 2024» der globalen Unternehmensberatung Kearney belegt, haben zwei Drittel (73 %) der europäischen Bankkunden ihr Hauptkonto fünf Jahre oder länger bei derselben Institution, in der Schweiz sind es 78 Prozent. 57 Prozent halten alle ihre Finanzprodukte bei einer Bank. Das Retail Banking Radar basiert auf der Befragung von jeweils 500 Kunden pro Land. **Daniela Chikova**, Partnerin bei Kearney, kommentiert: «Während die etablierten Banken in ganz Europa von der Kundenbindung profitieren, gibt es klare Anzeichen dafür, dass sie diese Loyalität nicht als selbstverständlich ansehen dürfen, da sich immer mehr Menschen für den Wechsel zu digitalen Banken entscheiden. Sie sollten besonders vorsichtig mit ihren jüngeren Kunden sein, die sich aufgrund ihrer Flexibilität und der innovativen Angebote für Fintechs entscheiden.»

### **Mundpropaganda und finanzielle Anreize treiben den Wandel voran**

Bei den Europäischen Verbrauchern, die in den letzten fünf Jahren die Bank gewechselt haben, waren Mundpropaganda (52 %) und finanzielle Anreize (52 %) die beiden Hauptgründe. Bemerkenswert ist, dass ein Drittel der Befragten (33 %) auch eine schlechte Kundenerfahrung als Grund für eine neue Bank angab. Wenn sich Kunden für ein neues Hauptgirokonto entscheiden, werden sie der Studie zufolge wahrscheinlich auch andere Produkte mitnehmen, einschließlich Immobilienkrediten und Wertpapieren. Von denjenigen, die kürzlich die Bank verlassen haben, nahmen 76 % mindestens ein weiteres zusätzliches Produkt mit, in der Regel Sparkonten oder Kreditkarten. Tatsächlich übertrug mehr als die Hälfte der Schweizer (52 %) ihr Hauptkonto zusammen mit zwei oder mehr Produkten zu ihrer neuen Bank. Dies bestätigt, dass traditionelle Banken auf ihre Einnahmen aus hochwertigen Produkten, insbesondere von Wertpapieren und Immobilienkrediten, achten müssen.

### **Fintechs stellen noch keine Bedrohung für traditionelle Banken dar**

Im Gegensatz z.B. zu Deutschland und Österreich, wo bereits jeweils 18 und 13 Prozent ihr Hauptkonto von einem Fintech führen lassen, vertrauen nur 5 Prozent der Schweizer ihr Hauptkonto einer digitalen Bank oder einem Fintech an. Laut der Studie bevorzugen vor allem jüngere Kunden eine digitale Bank oder ein Fintech, da viele Funktionen bei technisch versierteren Verbrauchern Anklang finden. Konkret sind 32 % der Schweizer Hauptkunden digitaler Banken unter 35 Jahren und mit 64% unter 45-Jährigen stark vertreten. Kearneys Studie spiegelt ein beträchtliches Maß an Vertrauen in das moderne Banking wider: Die Hälfte der Befragten (48 %), die ihr Hauptgirokonto bei einer digitalen Bank haben, hält zwischen 80 % und 100 % ihrer Finanzen bei dieser Institution. Zusätzlich führen 52 % der Hauptkunden einer Digitalbank 80-100 % aller Transaktionen von dem Konto bei dieser Bank durch. Wie man hier gegensteuern könnte, erklärt Studienautorin und Kearney-Partnerin **Daniela Chikova** : «Es gibt mehrere Schritte, die diese Banken unternehmen können, um sich erfolgreich in der sich verändernden Landschaft zurechtzufinden, darunter Investitionen in digitale Fähigkeiten, die Fokussierung auf das Kundenerlebnis, das Anbieten finanzieller Anreize oder die Schaffung einer eigenen digitalen Marke. Einige Banken befreien sich bereits von den Einschränkungen von Altsystemen und komplexen Prozessen und experimentieren mit neuen Technologien wie Open Banking, um technisch versierteren Kunden eine Alternative zu bieten.»

### **Über Retail Banking Radar**

Das Retail Banking Radar basiert auf den Segmentberichten der europäischen Banken und spiegelt die tatsächlichen Zahlen der einzelnen Institute wider. Darüber hinaus wird eine direkte Kundenforschung zu ausgewählten Themen durchgeführt – in diesem Jahr zur Kanalnutzung für Bankprodukte, zur Kundenbindung und zum Ausmaß der Bedrohung durch rein digitale Banken und Fintechs – indem 500 Befragte mit einem repräsentativen demografischen Profil pro Land befragt werden.

Der erste Teil des Retail Banking Radars im Frühjahr 2024 analysiert die Geschäftszahlen von Privatkundenbanken. Mehr Infos finden Sie [hier](#)

### *Über Kearney*

*Kearney ist eine der führenden globalen Unternehmensberatungen. Seit nahezu 100 Jahren vertrauen uns Führungsetagen, Regierungsstellen und gemeinnützige Organisationen. Das Erfolgsrezept, um unseren Klienten zum Durchbruch zu verhelfen? Unsere Mitarbeiter:innen mit ihren individuellen Interessen und Stärken. Und unser Antrieb grosse Ideen nicht nur zu Papier zu bringen, sondern auch umzusetzen.*

[www.kearney.ch](http://www.kearney.ch)

