

# Digitalisierung in der Finanzbranche 2022

*Psyma Trendbarometer  
3.Welle*

Einblicke zum Online-Banking  
und Trading

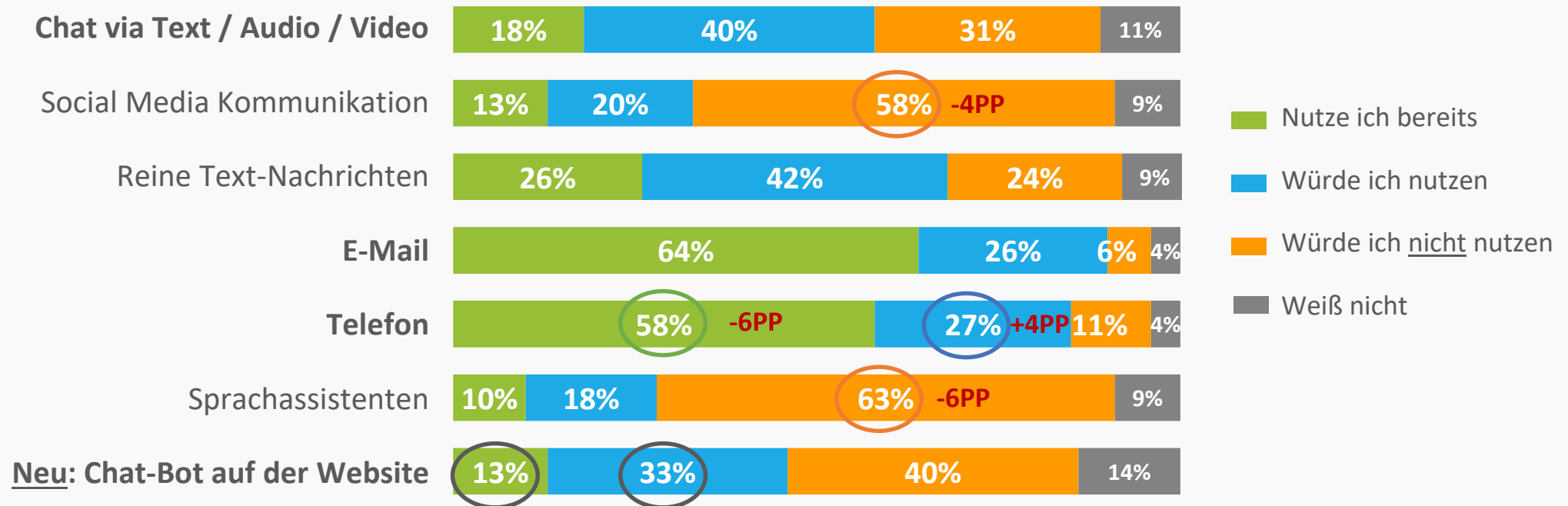
Bedeutung von Chat-Bots und  
RoboAdvisor

Erwartungen an App-Lösungen  
und digitale Transaktionen



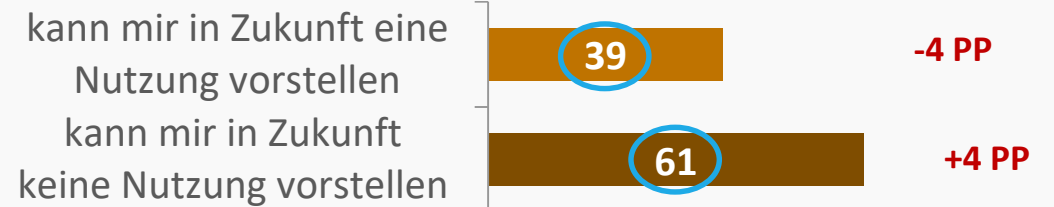
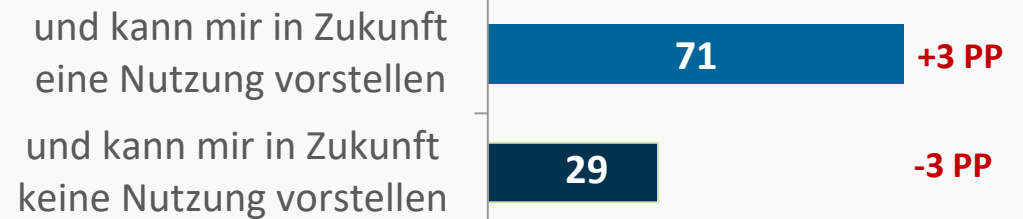
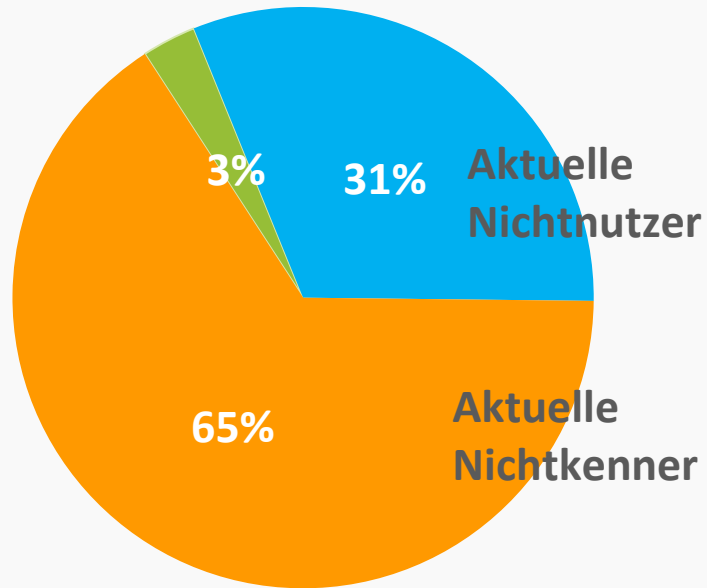
**Basis:** N = 500 Interviews (Deutschland), Quelle: Online-Access Panel, Zeitraum: 03.-18. März 2022  
Zielgruppenbeschreibung: (Regelmäßige) Online-Banking-Nutzer, 20-60 Jahre  
Internet-repräsentativ nach Alter, Geschlecht, Bundesland (1.Welle: 2019 / 2.Welle 2021)

**Erkenntnis: E-Mail, Text und Telefon stehen als Kommunikationswege erneut im Vordergrund. Etwa jeder Zweite würde Chat-Bots in der Interaktion nutzen (aktuelle & potenzielle Nutzer).**



PP = Prozentpunkte

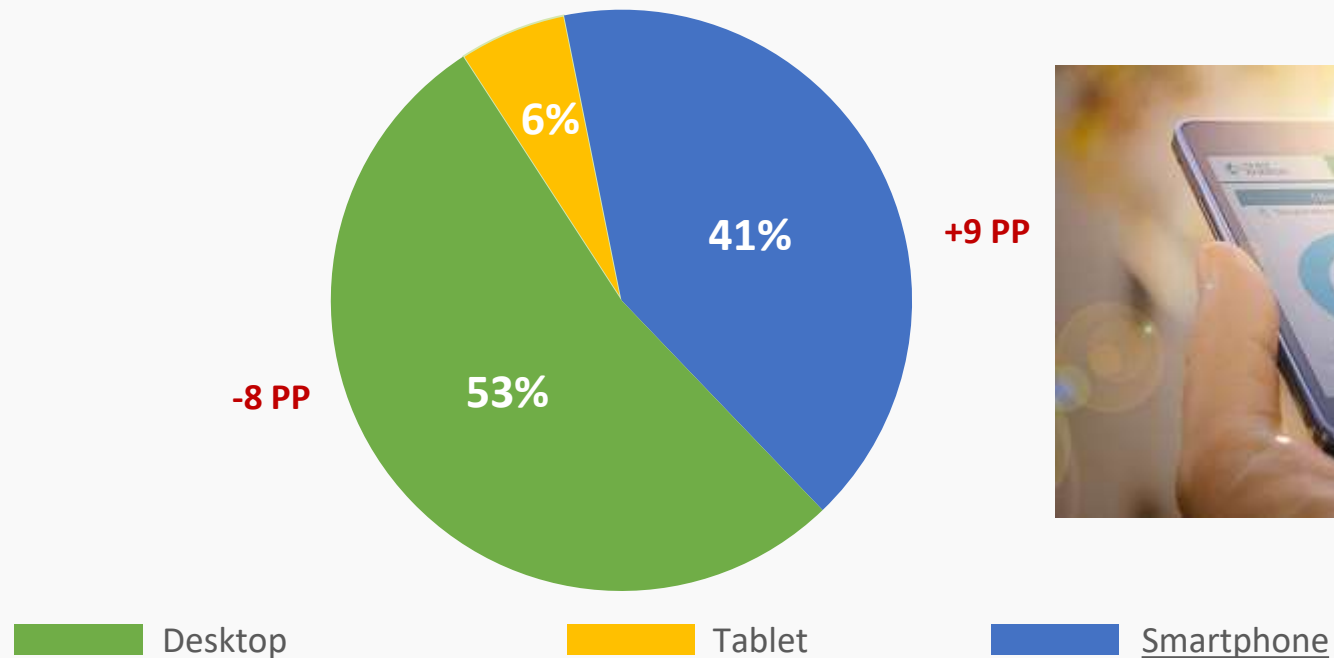
**Erkenntnis:** Das Nutzungsinteresse von Robo-Advisor (bei Kennern) weist mit ca. ein Drittel ein leicht gestiegenes Niveau auf. Im Vergleich zu Chat-Bot (13%) ist die Nutzung deutlich geringer.



■ Nutze bereits Robo-Advisor    
 ■ Keine Nutzung, Robo-Advisor sind aber bekannt ...    
 ■ Keine Nutzung und Robo-Advisor sind nicht bekannt ...

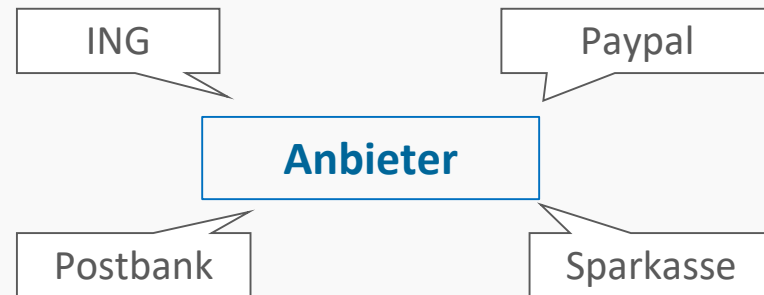
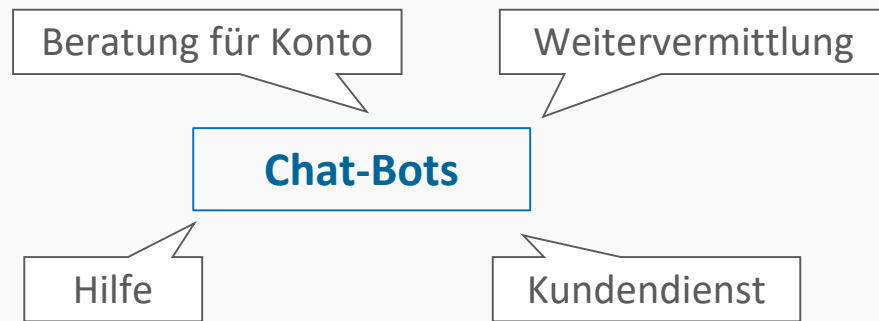
PP = Prozentpunkte

**Erkenntnis: Die Verwendung des Smartphones (inkl. App-Lösung) für digitale Finanzgeschäfte gewinnt – neben Desktop – zunehmend an Bedeutung.**



PP = Prozentpunkte

**Finance: Chat-Bots werden gerne genutzt, wenn über andere Wege niemand erreicht wird. Diese alternative Interaktion überzeugt, wenn das Feedback konkret, hilfreich und zielführend ist.**



Was hat Ihnen dabei gut gefallen?

„Die einfache, jedoch auch umgehende Antwort des Chat-Bot, die gut erklärt wurde.“

„...dass Zeitraum von mir frei bestimmt werden könnte (Ich mache so was gerne abends, wenn Berater keine Zeit hätten).“

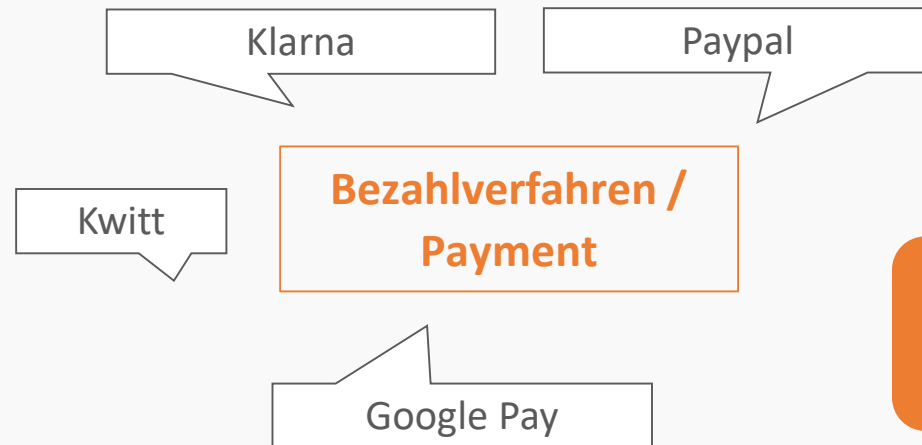
„Man bekommt schneller eine Antwort auf die Frage, als in der Hotline.“



„Allgemeine Fragen, gleich eine Antwort.“

## Finance:

Aktuelle digitale Bezahlverfahren überzeugen – sie sind praktisch, überall nutzbar und sicher.



Was hat Ihnen dabei gut gefallen?

„Schnell und einfach.“

„Sichere Bezahlung von Online-Einkäufen.“

„Einfache Transaktionen der Gelder zwischen 2 Personen.“



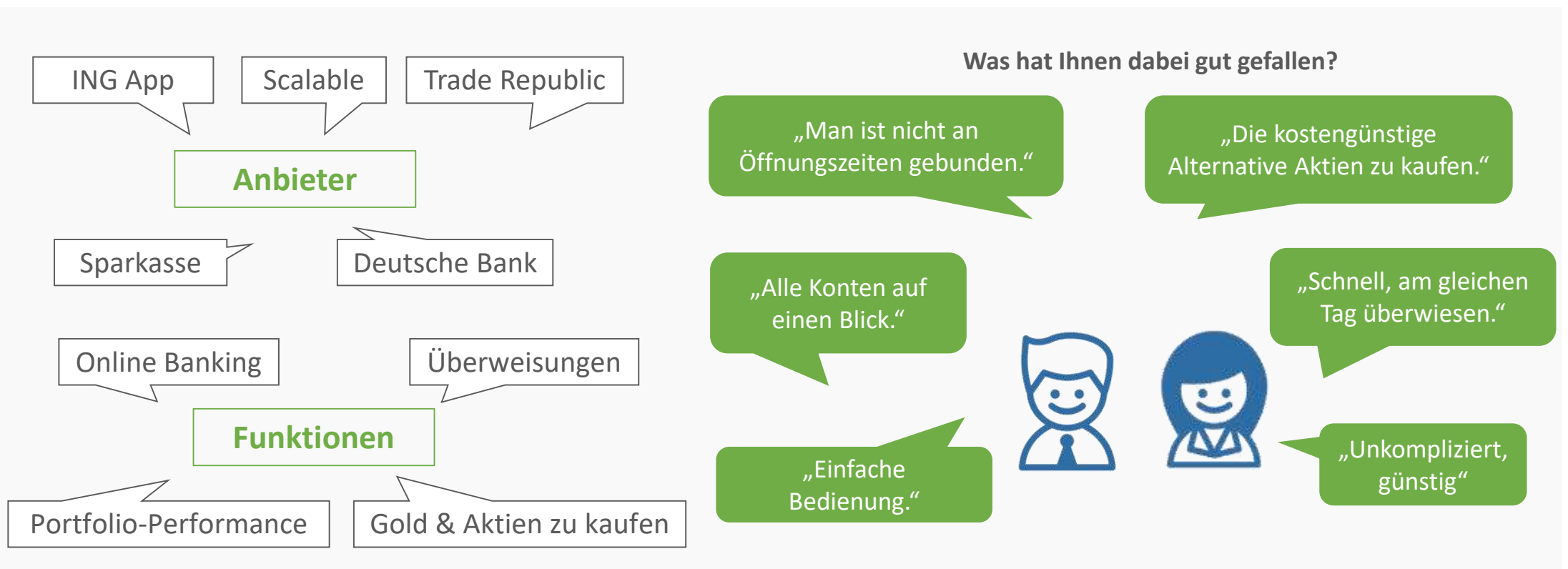
„Kein Kleingeld-Gefummel“



„International“

Ausgewählte Statements

**Finance: Online-Banking-Funktionen erleichtern Finanzgeschäfte, wenn sie anwenderfreundlich sind und jederzeit schnelle Transaktionen ermöglichen.**



## Fazit: Psyma Trendbarometer FinTech 2022

- **Online-Banking:**  
Regelmäßige Transaktionen bleiben die **Einsicht des Kontostandes und Überweisungen** - auch nach Corona. Aktien und ETF sind aktuell die beliebtesten Wertpapiere bzw. Geldanlagen.
- **Unabhängige Testberichte:**  
Für Finanzentscheidungen werden **primär unabhängige Informationsquelle** genutzt.
- **Chat-Bots:**  
Chat-Bots werden genutzt, wenn über klassische Kommunikationskanäle niemand erreicht wird. Ist das **Feedback konkret, hilfreich und zielführend**, kann es die Nutzer überzeugen.
- **Smartphone & Finance:**  
**Digitale Finanzgeschäfte über Smartphone** (inkl. Apps) gewinnt klar gegenüber Desktop.



**Basis:** N = 500 Interviews (Deutschland), Quelle: Online-Access Panel, Zeitraum: 03.-18. März 2022  
Zielgruppenbeschreibung: (Regelmäßige) Online-Banking-Nutzer, 20-60 Jahre  
Internet-repräsentativ nach Alter, Geschlecht, Bundesland (1.Welle: 2019 / 2.Welle 2021)



# Psyma-Lösung: Flexible Ansätze für Ihren individuellen Forschungsbedarf!

## 1. Anforderung identifizieren

### Bedarfsanalyse

#### Zielgruppen identifizieren & Chancen im Markt ausloten

- Befragung marketing-relevanter Zielgruppen
- Über Nutzeradressen oder Access-Panel für definierte Interessenten, Kunden, Stakeholder, etc.
- Quantitative Erkenntnisse für grundlegenden Bedarf

→ Wie tickt meine Zielgruppe  
Motive, Erwartungen, Needs

## 2. Feedback der Anwender für Ideenentwicklung

### Online-Community

#### Co-Creation mit aktuellen / potenziellen Anwender

- Tagebuch
- Chat / Forum
- Gruppenarbeiten



### PsySprint

#### Identifizierung relevanter / profitabler neuer Produkte, Services & Dienstleistungen

- Features priorisieren
- Konzepte bewerten und kommentieren
- Preispunkte testen



## 3. Prototypen & finale Entwicklungen testen

### UX Forschung

#### Qualitativ: Use Case-basierte Überprüfung durch Nutzer

- UX / Usability Test – auch mit (mobile) Eyetracking
- Remote-Interviews per Webkonferenz
- Screenshot Kommentator: Qualitatives Feedback via Online-Befragungen zu neuen Designs



## Ansprechpartner

Passionate People. Creative Solutions.



**Dr. Frank Knapp**

CIO PSYMA GROUP / Managing Director PR+C  
+49 911-99 574-981  
frank.knapp@psyma.com



**Dieter Gabsteiger**

Managing Director  
+49 911-99 574-980  
dieter.gabsteiger@psyma.com



**Michael Kaminsky**

Senior Consultant  
+49 911-99 574-974  
michael.kaminsky@psyma.com



The logo for psyma, with 'psy' in green and 'ma' in blue, is centered within a white semi-circular shape on a green background.

Passionate People.  
Creative Solutions.

Psyma Research+Consulting GmbH  
Nürnberger Strasse 103  
91207 Lauf an der Pegnitz  
Germany

Tel +49 (0)911 99574-970  
Fax +49 (0)911 99574-933  
info-ebusiness@psyma.com  
info-tkit@psyma.com  
www.psyma.com