

# Digitalisierung in der Finanzbranche 2023

Psyma Trendbarometer  
4.Welle

Status quo zum Online-Banking und Trading

Relevanz von Chat-Bots und RoboAdvisor

Anforderung bei App-Lösungen & digitalen Transaktionen



**Basis:** N = 500 Interviews (Deutschland), Quelle: Online-Access Panel, Zeitraum: 03.-15. März 2023  
Zielgruppenbeschreibung: (Regelmäßige) Online-Banking-Nutzer, 20-60 Jahre  
Internet-repräsentativ nach Alter, Geschlecht, Bundesland (Wellen: 2022, 2021, 2019)

## Quantitative Erkenntnisse

**Erkenntnis 1: Im Online-Banking bleiben der Abruf des Kontostandes und Überweisungen die von Usern regelmäßig durchgeführte Transaktionen; Benachrichtigungseinsicht gewinnt an Relevanz!**

<b>Kontostand abrufen</b>	<b>94%</b>	
<b>Überweisungen veranlassen und durchführen</b>	<b>94%</b>	
<b>Benachrichtigungen einsehen (z.B. Kontoüberziehung, Gehaltseingang)</b>	<b>72%</b>	<b>+9 PP</b>
Daueraufträge erstellen / ändern	56%	
Kreditkartenabrechnungen einsehen	39%	
Wertpapiere kaufen bzw. verkaufen / Geldanlagen tätigen	23%	
Individuelle Finanzberatung online (z.B. E-Mail, Live-Chat)	6%	
Auslandswährungen erwerben (z.B. für Reise)	5%	



**Erkenntnis 2: ETF sind neben Aktien die beliebtesten Wertpapiere bzw. Geldanlagen (regelmäßiges Trading). Auch aktiv verwaltete Fonds haben in diesen „Krisenzeiten“ zugelegt.**



<b>Aktien</b>	<b>73%</b>	<b>-9 PP</b>
<b>ETF</b>	<b>71%</b>	<b>+20 PP</b>
<b>Aktiv verwaltete Fonds</b>	<b>35%</b>	<b>+10 PP</b>
Bitcoin	23%	
Festverzinsliche Wertpapiere	20%	
Gold oder andere Edelmetalle	20%	
Devisen	11%	
Derivate	9%	

**Erkenntnis 3: Unabhängige Verbraucherportale weisen den stärksten Einfluss auf die eigenen Finanzentscheidungen auf - Social Media mit nur geringer Bedeutung bei Online-Banking User.**

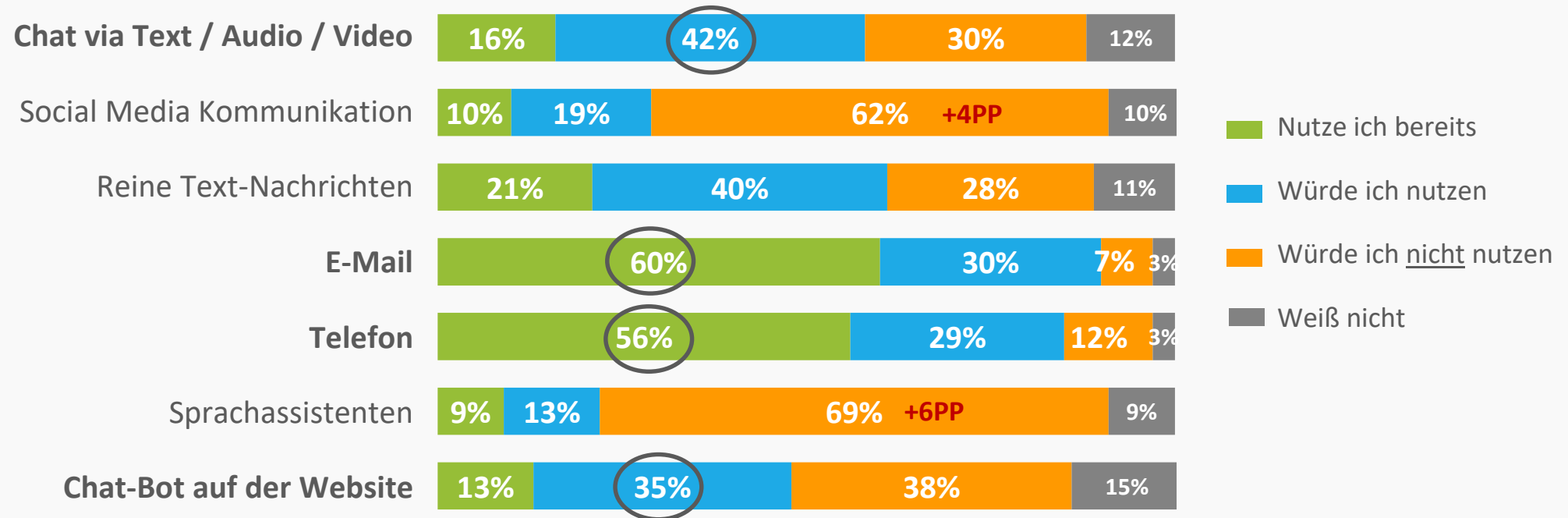


<sup>1</sup> wie Verbraucherzentrale, Finanztipp, Stiftung Warentest etc.

<sup>2</sup> wie z.B. Handelsblatt, Capital, Bloomberg, NTV, N24, Spiegel, Welt etc.

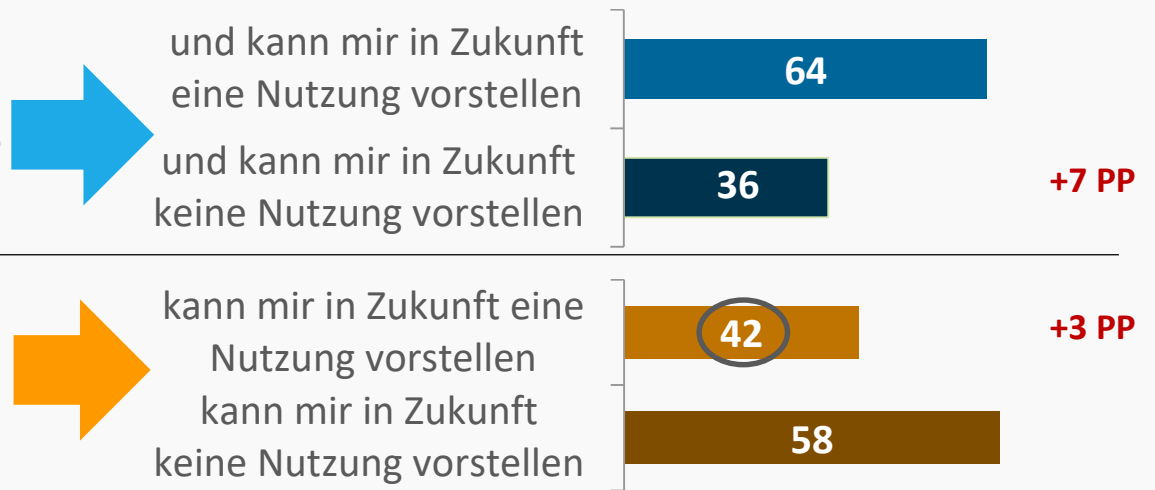
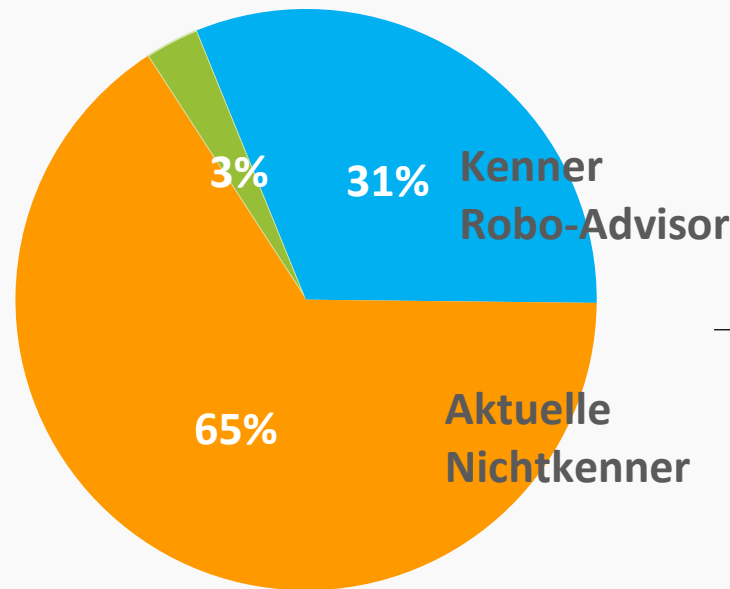
<sup>3</sup> z.B. mit Online-Bewertungen, Feedback der Nutzer meiner Bank

**Erkenntnis 4: Präferierte Kommunikationswege sind E-Mail und Telefon im Dialog mit Finance-Dienstleistern. Für Chat-Bots ist jeder zweite User offen (aktuelle & potenzielle Nutzer).**



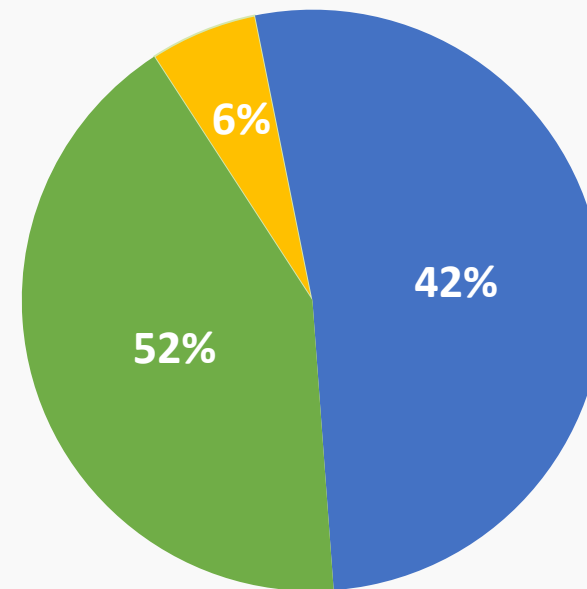
PP = Prozentpunkte

**Erkenntnis 5: Kritische Erfahrungen bei Kennern von Robo-Advisors → Optimierungspotenzial durch digitale Forschung mit Ziel der Ursachenforschung; Potenzial weiterhin bei Nichtkennern!**



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

**Erkenntnis 6: Die Verwendung des Smartphones (inkl. App-Lösung) für digitale Finanzgeschäfte bleibt auf hohem Niveau.**



Desktop

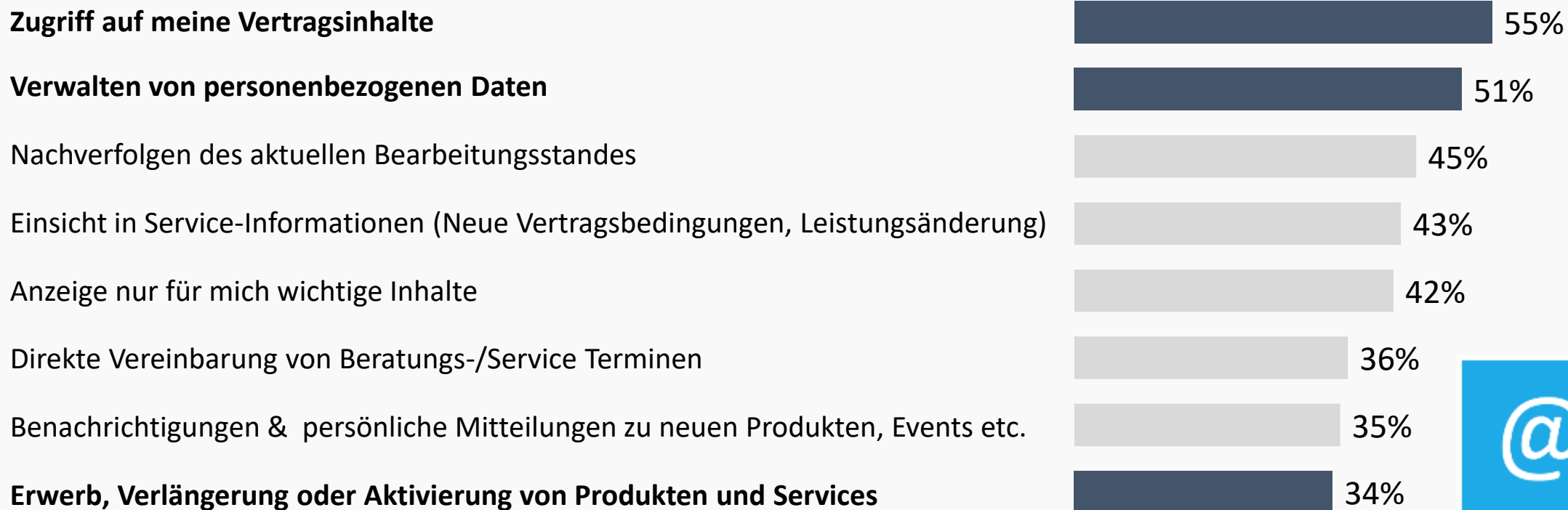
Tablet

Smartphone





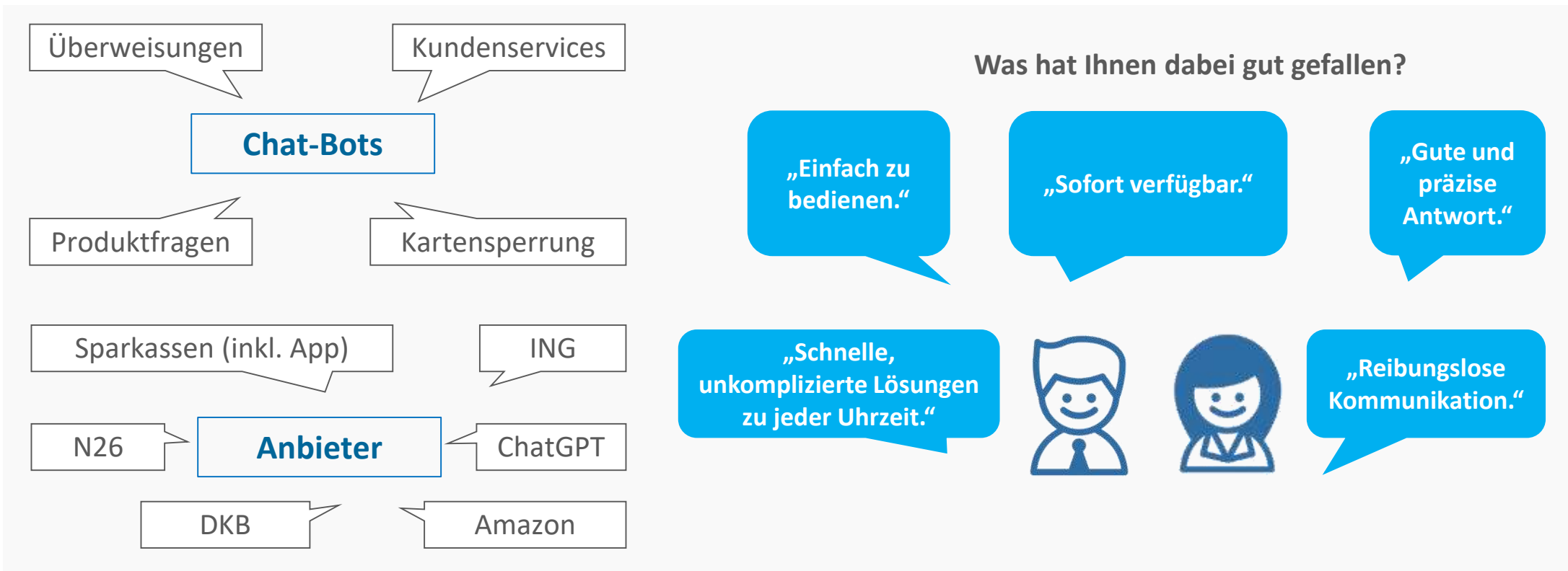
**Erkenntnis 7: Im Login-Kundenbereich ist das Einsehen & Verwalten der eigenen Verträge und Daten für User am sinnvollsten; immerhin ca. 1/3 erwerben oder verlängern hier Ihre Produkte.**



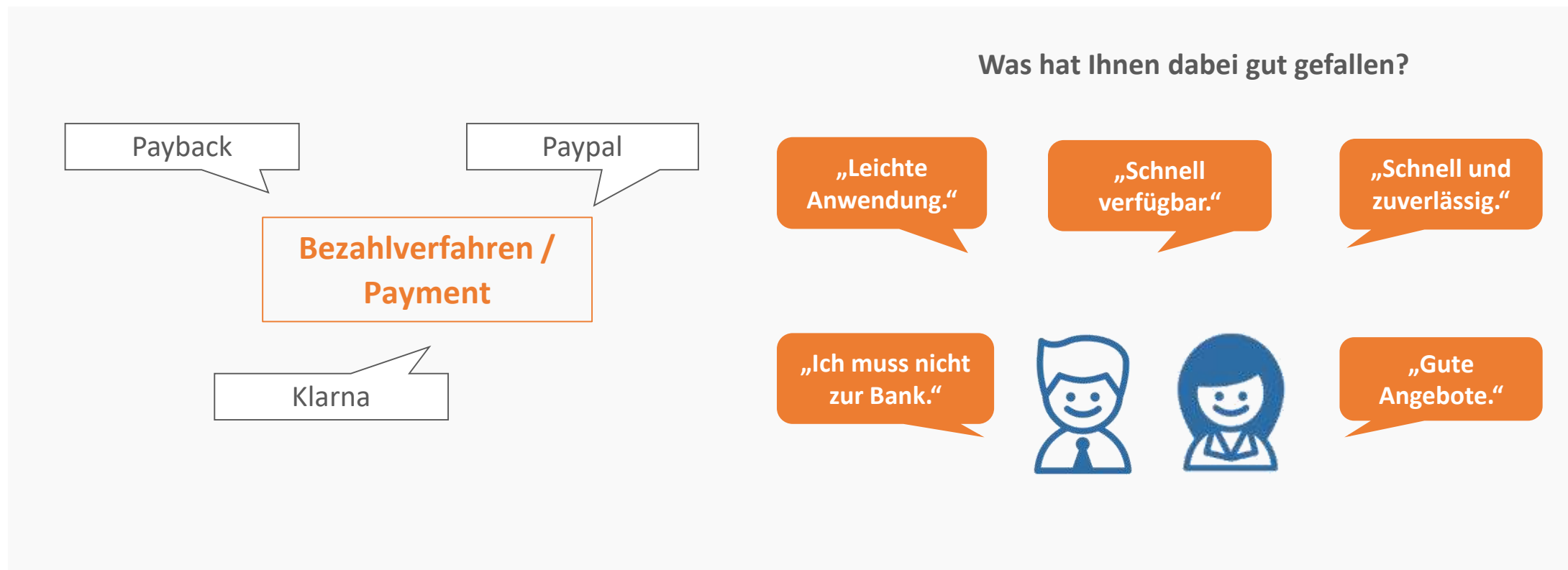
## Qualitatives Feedback

**Fragestellung:** Welche Anwendungen, Funktionen, Apps etc. im Bereich Online-Finanzdienstleistungen haben Sie in den letzten 12 Monaten häufiger genutzt bzw. neu entdeckt? Was hat Ihnen dabei gut gefallen?  
(n=452 offene Nennungen)

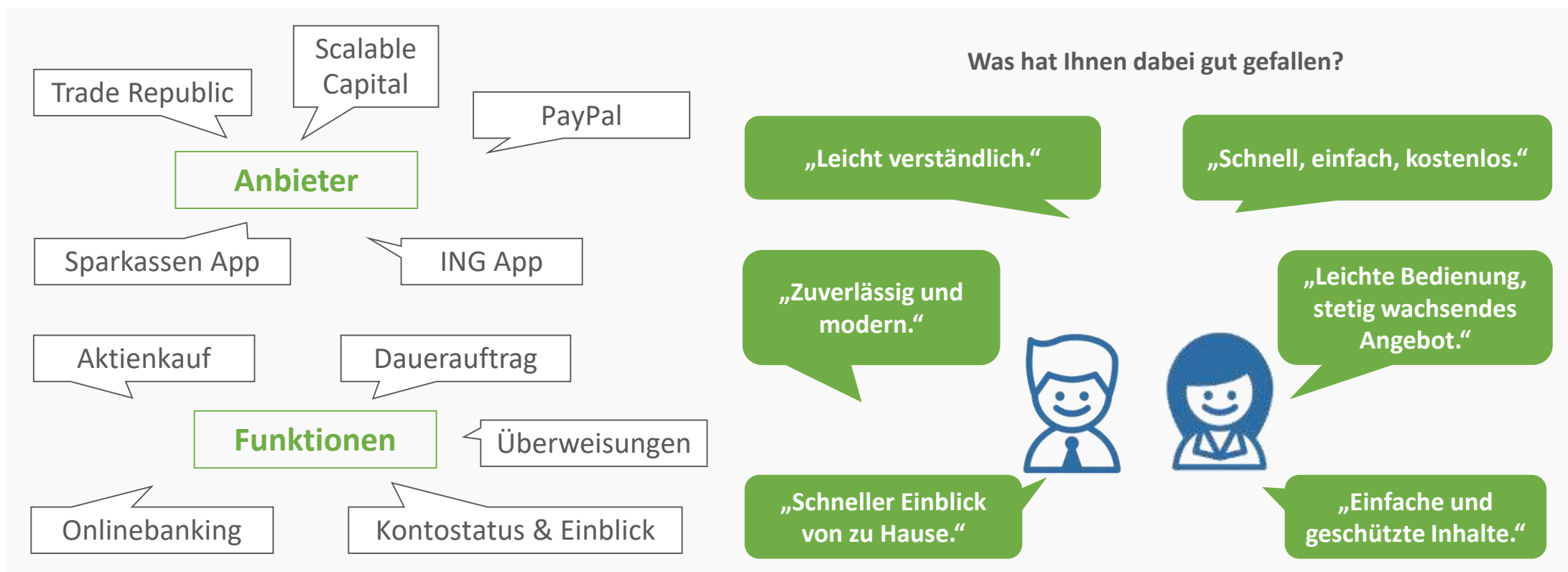
**Finance: Chat-Bots erleichtern zu jeder Zeit die schnellere Interaktion; die Kommunikation sollte aber zielgerichtet klare und hilfreiche Inhalte vermitteln, um die User dauerhaft zu überzeugen.**



**Finance:** Digitale Bezahlverfahren haben sich im Alltag etabliert – sie begeistern durch einfache & schnelle Anwendung ohne Nutzung von Bargeld.



**Finance: Interaktive, nutzerfreundliche & jederzeit verfügbare Online-Banking-Funktionen / Apps garantieren dauerhafte Kundenbindung bei Finanzgeschäften.**



## Fazit: Psyma Trendbarometer FinTech 2023

### 1. Online-Banking:

Hohe Relevanz behalten **Kontostand abrufen und Überweisungen durchführen**. Die **Benachrichtigungen einsehen** legt an Bedeutung zu. Aktiv verwaltete Fonds gewinnen neben Aktien und ETFs an Attraktivität.

### 2. Unabhängige Testberichte:

Bei Finanzentscheidungen werden weiterhin vorrangig **unabhängige Informationsquellen** herangezogen.

### 3. Chat-Bots:

**Hohes Potenzial** durch schnelle Interaktion vorhanden. Damit sich das Vertrauen in Chatbots in Zukunft steigert, ist eine zielgerichtete, klare und hilfreiche Kommunikation der Inhalte erforderlich.

### 4. Smartphone & Finance:

**Digitale Finanzgeschäfte über Smartphone (inkl. Apps)** haben sich – neben Desktop-Nutzung – etabliert.

### 5. Kundenlogin:

**Das selbstbestimmte Verwalten** über das eigene Konto stellt für Kunden eine große Bereicherung dar.



**Basis:** N = 500 Interviews (Deutschland), Quelle: Online-Access Panel, Zeitraum: 03.-15. März 2023  
Zielgruppenbeschreibung: (Regelmäßige) Online-Banking-Nutzer, 20-60 Jahre  
Internet-repräsentativ nach Alter, Geschlecht, Bundesland (Wellen: 2022, 2021, 2019)

Psyma-Lösung:  
Flexible Ansätze für  
individuellen Forschungsbedarf

## Step 1: Anforderung identifizieren

### Bedarfsanalyse



#### Zielgruppen identifizieren & Chancen im Markt ausloten

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

→ **Wie tickt meine Zielgruppe: Motive, Erwartungen, Needs ?**



## Step 2: Feedback der Anwender für Ideenentwicklung

### PsySprint

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

- Features priorisieren
- Konzepte bewerten und kommentieren
- Preispunkte testen



### Online-Community

**Co-Creation mit aktuellen / potenziellen Anwendern**

- Tagebuch
- Chat / Forum
- Gruppenarbeiten



## Step 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

