

Der große Bluff – Digitalisierung der Banken

Überraschendes Ergebnis der plenum Studie zur Customer Journey im Girokonto-Eröffnungsprozess

Der Livetest zeigt: Offline schlägt häufig Online

Die Corona-Krise hat gezeigt, wie wichtig es ist, digital Dinge erledigen zu können. Banking von zu Hause aus ist möglich. Aber fast alle Banken haben ein eher schön hingestelltes Home-Banking, das heute nicht mehr ausreicht. Bis zur Volldigitalisierung ist es noch ein weiter Weg. Gerade die Eröffnung eines neuen Kontos sollte komplett von Zuhause aus möglich sein. Und komplett bedeutet bis zur Nutzung des Kontos.

Die Atzelberg GmbH & Co KG, ein Unternehmen der plenum AG, hat in ihrer Studie Institute aus allen Bankengruppen und verschiedenen Größenordnungen darauf untersucht, was online möglich ist. Dabei sind durch Probanden Konten bei 22 Banken und Sparkassen eröffnet worden. Diese Eröffnungen hat Atzelberg & Co begleitet und mit einem überraschenden Ergebnis ausgewertet.

Präsenzbanken	Direktbanken	Spezialisten	Neobanken
Commerzbank	ING	Volkswagenbank	boon.Planet
Santander	Degussa Bank	Triodos Bank	N26
Deutsche Bank	comdirect		moneyou
Postbank	DKB		
Naspa	Norisbank		
VR Bank Miltenberg	PSD-Bank (hier KA-Neustadt)		
Targobank	1822 direkt		
HypoVereinsbank Sparda Bank	Consors		

Es wurde festgestellt, dass bei der online durchgeführten Girokonto-Eröffnung jede Bank Schwachstellen im Prozess hat. Bei den meisten Banken vergehen mehrere Tage, bis der Kunde endgültig Zugriff auf das Konto hat und es nutzen kann. Die wenigsten Banken schaffen es, dass nach dem Antragsprozess das Konto sofort zur Verfügung steht.

Abbildung 1: Übersicht der Kreditinstitute

Generell kann man sagen, fast alle Banken sind online ähnlich aufgestellt. Die Risiken werden minimiert durch ähnliche Prozesse und Funktionen. Innovationen werden meist nur von Fintechs und Neobanken versucht. Wenn man davon ausgeht, dass nicht jede Bank die gleiche Strategie verfolgt, dürfte ein gleichartiger Online-Auftritt, wie es vorgefunden wurde, so nicht vorkommen.

Kein Unterschied zwischen Präsenzbanken und Direktbanken erkennbar. Der Kunde erhält weiterhin viel Papier. Bis zur Kontonutzung können 4 Wochen vergehen.

Überraschenderweise lässt sich, was den Digitalisierungsgrad oder das Produktangebot angeht, kein Unterschied zwischen den Direkt- und Präsenzbanken feststellen. Man könnte sagen, dass Direktbanken „nur“ Präsenzbanken ohne Filialen sind.

Bei allen Bankengruppen wurde nicht auf die Besonderheiten einer Online-Kundenbeziehung bei ihrem Internet-Auftritt eingegangen. Der Kunde wird mit einer Masse von Informationen

auf den Webseiten regelrecht erschlagen, nicht aber individuell angesprochen. Zumindest ist zwischenzeitlich die Video-Legitimation Standard für die Banken geworden, auch wenn es hierbei durchaus noch Optimierungspotenzial in der Dauer gibt. Die Neobanken versuchen neue Wege zu gehen: Sie stellen zum einen weniger Informationen zur Verfügung, was daran liegen mag, dass sie oft ein geringeres Produktangebot haben und zum anderen kann der Kunden sofort nach Antragstellung sein Konto nutzen. Bei den Präsenz- und Direktbanken haben dies nur die comdirect und die HypoVereinsbank geschafft.

Aber wieso schaffen es die Neobanken und einzelne andere Banken, dass der Kunde sein Konto sofort nutzen kann, die meisten Banken aber nicht?

Die Antwort ist recht einfach: Durch die Bereitstellung einer virtuellen Master-Debitkarte, die über eine bestehende Kreditkarte aufgeladen werden kann. Mit dem Guthaben ist das Konto innerhalb weniger Minuten einsatzbereit, wenn es zudem in ein Mobile-Payment-Verfahren, wie zum Beispiel Apple-Pay, eingebunden wird. Die restlichen Banken versenden ihre Debit- und Kreditkarten sowie Zugangs-Passwörter für das Online-Banking nach wie vor mit der Post. Und das kann bis zu 4 Wochen dauern.

Bis zur Volldigitalisierung ist noch ein weiter Weg. Das Kundenerlebnis stellt sich (noch) nicht ein.

In der Studie haben wir die Prozessschwächen der einzelnen Banken im Detail beschrieben. Hier finden sich u.a. Analysen zur Sinnhaftigkeit bestimmter Daten, die vom Kunden erfragt werden, Aufbau und Struktur der Antragsstrecken, Versand der Dokumente, angebotene TAN- und Mobile-Payment Verfahren und vieles mehr.

Gerade das Thema „Versand von Dokumenten“ ist spannend. So haben wir bei keiner Bank eine dynamische Anpassung der Menge an Kontounterlagen feststellen können, die der Kunde bekommt. Jeder bekommt einfach alle Sonderbedingungen und Preisverzeichnisse ausgehändigt, unabhängig davon, welches Produkt er kauft. Dass es dadurch zu mehr als 250 Seiten Dokumentation kommen kann, die der Kunde lesen sollte, ist den Banken anscheinend egal.

Allgemein bleibt folgendes festzuhalten:

- Viele Prozesse sind ein genaues Abbild der jeweiligen Offline-Prozesse und berücksichtigen wenig die Besonderheiten des Online-Geschäfts.
- Wenn sich der Kunde aber einmal für eine Bank und eine Eröffnung auf deren Webseite entschieden hat, bricht er nur in ganz seltenen Fällen den Eröffnungsprozess ab, sei er auch noch so unschön und unkomfortabel.
- Ein echtes Abbruchkriterium ist allerdings die Videolegitimation. Die Wartezeiten sind hier teilweise extrem hoch. 15-20 Minuten sind keine Seltenheit. Viele brechen nach spätestens 10 Minuten ab.
- Technisch funktionieren die Prozesse in der Regel – viele machen aber den Eindruck,

fachlich nicht getestet zu sein.

- Die Übernahme von Innovationen macht nicht den Eindruck, als wären diese als Prozessverbesserung, sondern häufig nur auf Markt-/Mitbewerberdruck zurückzuführen.

Fazit: Die sieben Irrglauben der Digitalisierung.

Die Banken sind noch nicht in der digitalen Welt angekommen. Sie haben sich bisher hauptsächlich um ihr Onlinebanking gekümmert. Aber die Entwicklung vom Homebanking zu einem echten Vertriebskanal online oder mobil hat noch deutliches Potenzial.

Die Studie zeigt deutlich: Offline schlägt sehr häufig Online.



Abbildung 2: Die sieben Irrglauben der Digitalisierung

Wenn die Banken die technischen Möglichkeiten auf der einen Seite nutzen und den Zwang zur Einfachheit wegen des fehlenden Beraters auf der anderen Seite erkennen, haben sie die Chance, sich positiv im Markt zu differenzieren.

Aktuell bieten die Neobanken den einfachsten Eröffnungsprozess und sind die Schnellsten bei der Bereitstellung des Kontos. Mit etwas mehr Liebe zum Detail und einer erneuten kritischen Überprüfung ihrer Prozesse könnten es die Direkt- und Präsenzbanken auch schaffen, die Kunden zu begeistern.