

Verbraucher möchten für Bankgeschäfte nicht auf Bankfiliale verzichten

Auriga zeigt, wie in der Bank der Zukunft die digitale Transformation und die Erfahrung vor Ort miteinander einhergehen

19.Juni 2019

Die digitale Transformation durchdringt fast alle Lebensbereiche. Dass Banken seit Jahren eine Vielzahl digitaler Angebote in ihrem Portfolio haben, ist vielen Bankkunden aber noch gar nicht bewusst. Die Meisten wissen gar nicht, wie viele digitale Services ihnen Finanzinstitute bereits bieten. Oft sind es wenige Early Adopter, die die neuesten Technologietrends, wie Digital Banking oder Voice Banking, ausprobieren und die breite Masse zieht erst Jahre später nach.

Dennoch wünschen sich fast zwei Drittel der Deutschen (63%) laut [ING New Technologies Survey 2019](#), dass Finanzdienstleister stets die neuesten Technologien zur Finanzverwaltung zur Verfügung stellen. Allerdings betrifft dieser Wunsch nach Technologieinnovationen nicht ausschließlich die digitale Welt: Auch die physische Bankfiliale ist nach wie vor wichtig und zentraler Touchpoint zwischen Bank und Kunde. Für den Zugang zu Bankdienstleistungen gehen 70 Prozent der Befragten noch immer am liebsten in die Bankfiliale. *„Verbraucher haben weiterhin ein großes Bedürfnis nach Face-to-Face-Services – besonders bei bedeutenden Themen wie Hypotheken oder Krediten“*, sagt Vincenzo Fiore, CEO bei Auriga. *„Banken sollten ihre Filialnetzwerke und physischen Standorte deshalb nicht als Nachteil ansehen. Sie sind viel eher eine Möglichkeit, sich zu positionieren.“*

Traditionelle Banken optimieren im Interesse ihrer Kunden aber auch ihre digitalen Angebote und nutzen ihre Unternehmensgröße sowie Investitionsmöglichkeiten, um sich einen Vorteil gegenüber Challenger-Banken wie FinTechs zu verschaffen. Die Bankfiliale ist dabei ein entscheidender Faktor, den viele FinTechs bislang vernachlässigt haben. Denn neue Technologielösungen können auch das Kundenerlebnis in der Bankfiliale verbessern. So könnten Selbstbedienungsgeräte wie Geldautomaten auch weitere Services anbieten, wie den Erwerb von Konzerttickets oder personalisierte Anzeigen bei der Abbuchung.

„In anderen europäischen Ländern, wie Portugal oder Italien, wird bereits verstärkt in Filialnetze und die digitale Erfahrung vor Ort investiert. Dort werden Bankfilialen eher eröffnet als geschlossen“, so Vincenzo Fiore. *„Verbraucher benötigen schlichtweg mehr als Online oder Mobile Banking für einen befriedigenden Zugang zu Finanzdienstleistungen.“*

Knapp 7 von 10 der europaweit befragten Verbraucher in der ING-Umfrage nutzen derzeit Mobile Banking, was unter anderem mit dem Anstieg der allgemeinen Internetnutzung zusammenhängen kann. Doch diese Kanäle bieten nicht immer den vollen Service und sind ebenso wenig unfehlbar. Zugangsprobleme oder IT-Ausfälle können zu Frust bei den Kunden führen und sich negativ auf die Zufriedenheit auswirken. Eben deshalb ist es für einen optimalen Finanzservice so wichtig, auch offline ein überzeugendes Banking-Erlebnis zu bieten.

FinTechs fehlt diese Infrastruktur oft noch, doch die Europäische Union hat das im Blick: Die neue Regelung zur Kundenauthentifizierung der Zahlungsdiensterichtlinie PSD2, die ab Mitte September gilt, erlaubt Bankkunden die Kontoführung auch über Drittanbieter erlaubt. So können all diejenigen Kunden, die derzeit bei verschiedenen Anbietern ein Konto besitzen, ihre Finanzen auf einen Blick einsehen. *„Digitale Transformation ist also nicht automatisch ein Verlust von Finanzdienstleistungen“*, bestätigt Vincenzo Fiore. *„Mit Technologieinvestitionen können Banken jedem Kunden genau das Bankerlebnis bieten, das er sich wünscht – egal ob mit dem Sprachassistenten, dem Smartphone oder in der Bankfiliale.“*

Obwohl die Deutschen auch aufgrund von Sicherheitsbedenken etwas zurückhaltender bei der Adaption neuer Technologien sind, sind sie sich einig, dass Banktechnologie plattform- und länderübergreifend funktionieren sollte. So wünscht sich laut ING-Umfrage die Mehrheit der deutschen Verbraucher (71%), dass Finanzinstitute und Service Provider zusammenarbeiten, um ihren Kunden überall die neuesten Zahlungssysteme anbieten zu können.

Sollten Sie Interesse an einem Austausch mit Auriga zur Bank der Zukunft haben, bringen wir Sie gerne in Kontakt mit einem Experten.

Über Auriga

[Auriga](#) ist einer der führenden Anbieter von Software und Anwendungslösungen für den Banken- und Zahlungsverkehrssektor und ein Experte für innovative Omni-Channel-Lösungen für Banken und andere Finanzinstitute. Dazu zählt ein breites Spektrum an Anwendungen und Dienstleistungen für die Entwicklung und das nahtlose Management von SB-Kanälen, virtuellem Banking und Bankfilialen.

Da Auriga kontinuierlich in Forschung und Entwicklung investiert und seine Software-Spezialisten mit Weitblick innovative, zuverlässige Lösungen erarbeiten, ist das Unternehmen heute ein Vorreiter bei flexiblen und modularen Anwendungen, die sich in die jeweiligen Backend-Systeme der Banken einbinden lassen. Aurigas Softwarelösungen, die bereits auf 70 Prozent aller italienischen (und 12 Prozent der europäischen) Bankautomaten laufen basieren somit auf moderner Architektur und verbessern die Markteinführungszeit von neuen Diensten enorm. Zudem senken sie die Kosten und verschaffen Finanzinstituten langfristig einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil. Auriga hat Niederlassungen in Frankfurt, Bari, Rom, Mailand, London und Paris. Besuchen Sie für weitere Informationen www.aurigaspa.com/deu/, [Twitter](#), [LinkedIn](#) oder [XING](#).

Pressekontakt

Allison + Partners

Aljona Jauk

Theresienstraße 43, 80333 München

Tel: +49 (0)89 388 892 015

E-Mail: aurigager@allisonpr.com