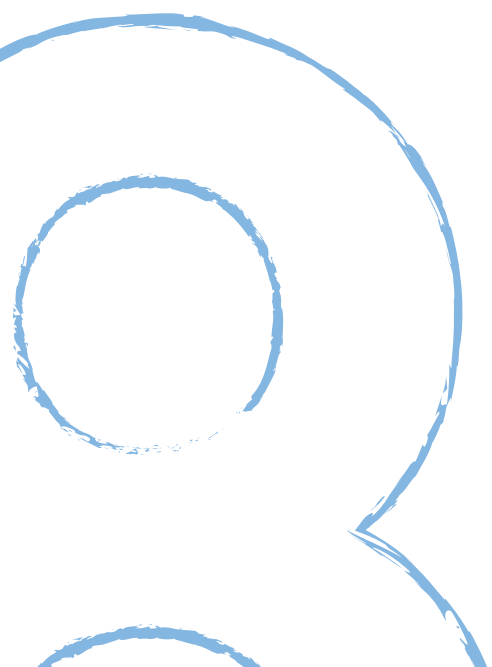


# Kontoeröffnung 2021: Das geht noch besser

Zwischen digitaler Erwartung und analogem Angebot



**COFINPRO**

## Editorial



**Christine Martin**  
Vorstand

Ja, diese Studie ist anders als unsere bisherigen Befragungen. Aber es hat uns einfach in den Fingern gejackt, mal den gesamten Antragsprozess bei deutschen Banken unter die Lupe zu nehmen – vom Wunsch, ein Konto zu eröffnen bis hin zur Nutzung. Und zwar konsequent aus Kundensicht. Alle Untersuchungen, die wir bisher dazu kennen, sind uns zu technisch, zu punktuell oder zu sehr zentriert auf die Banksicht.

Wir haben uns dabei bewusst auf die digitale Kontoeröffnung konzentriert. Viele traditionelle Institute wünschen sich zwar, dass die Kunden dafür immer noch die Filiale aufsuchen, aber der digitale Weg ist nun einmal inzwischen der bevorzugte – spätestens seit der Corona-Pandemie.

Neben den klassischen Filialbanken haben wir auch Konten bei den Direktbanken sowie den neuen Challengerbanken wie N26, C24 oder Vivid Money eröffnet. Allen Instituten ist gemein: Das Girokonto ist ein Ankerprodukt in der Kundenbeziehung und daher von zentraler Bedeutung. Viele Banken machen es dem Verbraucher aber ganz schön schwer, ein Konto digital zu eröffnen, wie unsere Studie zeigt. Und schrecken ihre neuen Kunden schon zum Start mit behördenähnlichen Antragsstrecken sowie einem großen Datenhunger ab.

Wie es anders geht, zeigen in weiten Teilen die Challengerbanken. Nun kann man natürlich einwenden, dass die es auch viel einfacher haben, weil sie dem Kunden wenig Auswahl bieten. Klar gehen dann so manche Dinge leichter und schneller. Aber die neuen Konkurrenten punkten mit hervorragender Usability. Sie denken die Prozesse vom Kunden aus und brechen mit den klassischen Antragsformularen.



**Joachim Butterweck**  
Senior Manager

Etablierte Institute könnten das auch. Sie verschenken dieses Potenzial im Wettbewerb, wenn sie weiter an bankzentrierten Prozessen festhalten. Hier gilt es aufzuholen. Nicht nur für Filialbanken, sondern übrigens auch für Direktbanken, deren Antragsstrecken teilweise doch schon ordentlich in die Jahre gekommen sind.

Auf den folgenden Seiten finden Sie die zusammengefassten Ergebnisse unserer Studie. Ist Ihr Institut dabei und Sie wollen detailliertere Informationen zu Ihren Ergebnissen? Ihre Bank ist nicht dabei, Sie hätten gerne jedoch eine Einordnung Ihres Kontoeröffnungsprozesses? Sprechen Sie uns gerne an!

**Viel Spaß beim Lesen.**

## Gegenstand der Studie

Zwischen Mitte Oktober und Mitte November 2020 haben wir bei 16 Challenger-, Direkt- und Filialbanken online ein Konto eröffnet.

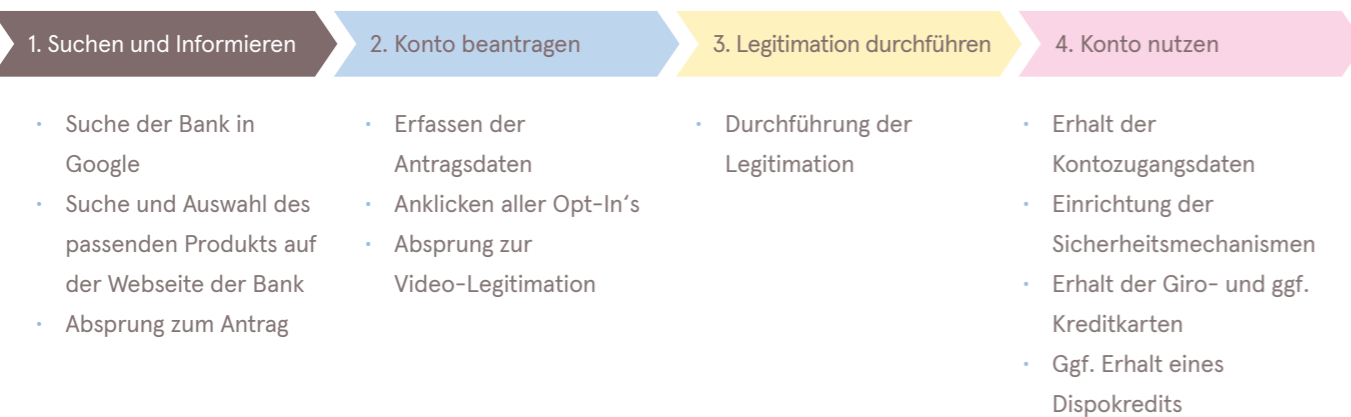
Challengerbanken	Direktbanken	Filialbanken	
C24	1822direkt	Commerzbank	GLS Bank
N26	Comdirect	Deutsche Bank	HypoVereinsbank
Tomorrow	DKB	Frankfurter Sparkasse	Postbank
Vivid Money	ING	Frankfurter Volksbank	Targo Bank

## Und nach solchen Girokonten haben wir gesucht

- Durchgehend digitaler Antragsprozess bis zur Nutzung des Kontos
- Möglichst kostenlose Kontoführung
- Kredit- und/oder Girokarte
- Dispokredit, wenn die Möglichkeit angeboten wird

## Folgende Prozessschritte haben wir uns angeschaut

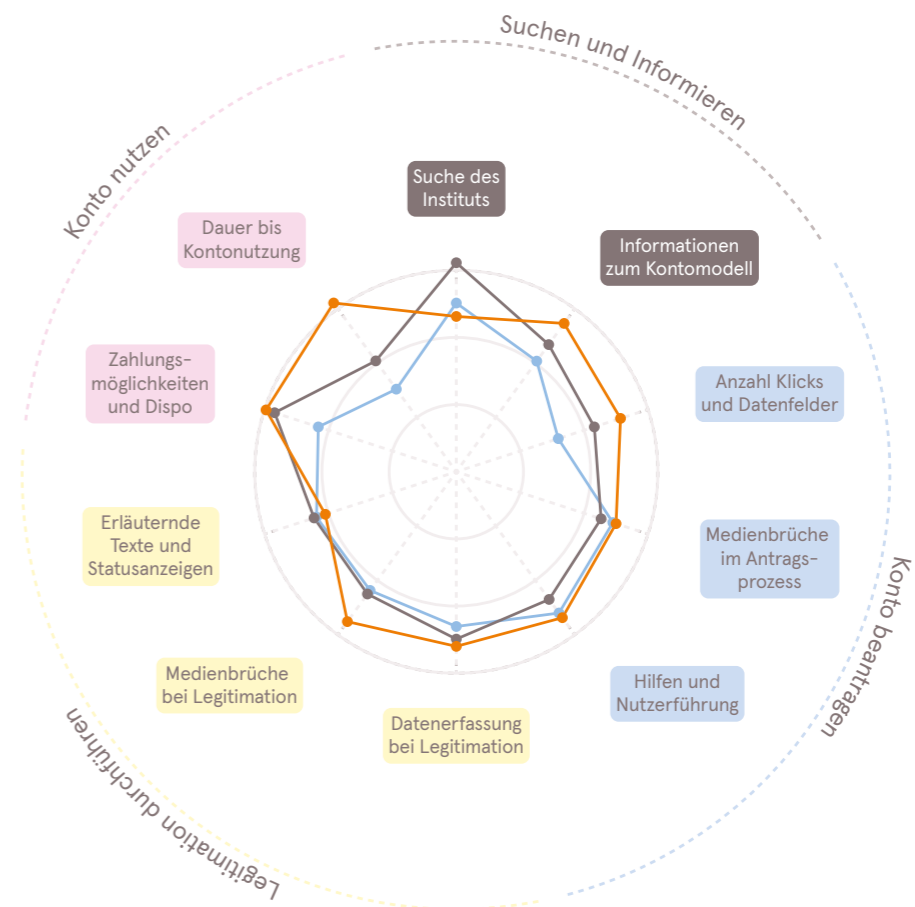
Wir haben den gesamten Weg bis zur Nutzung des Kontos aus Sicht des Kunden untersucht und in über 60 Kriterien qualitativ sowie quantitativ bewertet. Unsere Beobachtungen haben wir in vier Schritte entlang des Prozesses einer Kontoeröffnung eingeteilt:



Diese Publikation nimmt die Stärken und Schwächen der Challenger-, Direkt- und Filialbanken in einzelnen Teilschritten der Kontoeröffnung unter die Lupe. Dabei zeigen sich schon in der Gegenüberstellung teils stark voneinander abweichende Ergebnisse der Bankengruppen auf dem Weg zum optimalen Nutzererlebnis bei der Kontoeröffnung.

## Überblick der Ergebnisse

- Challengerbanken
- Direktbanken
- Filialbanken



Diese Studie publiziert die wesentlichen Daten in anonymisierter beziehungsweise aggregierter Form. Darüber hinaus sind Detailauswertungen zu über 60 qualitativen bzw. quantitativen Beobachtungspunkten für das jeweils untersuchte Institut verfügbar. Neben den aggregierten Betrachtungen haben wir für jedes betrachtete Institut einen Vergleich zu den drei Bankengruppen bzw. zur Gesamtheit erstellt, die auf Anfrage gerne erläutert werden können.



## Das will der Kunde

- Sich schnell informieren und das Konto identifizieren, das seinen Bedürfnissen entspricht. Dazu gehören:
  - eine übersichtliche Darstellung der verschiedenen Kontomodelle einer Bank
  - eine gute Übersicht der Kosten und Konditionen
- Nach wenigen Klicks mit der Beantragung beginnen



## Das haben wir uns angeschaut

- Auffindbarkeit in der Google-Suche
- Platzierung, Verständlichkeit und Funktionsfähigkeit von Links
- Information- und Vergleichsmöglichkeiten von Kontomodellen
- Support und andere Hilfen
- Medienbrüche beim Kontovergleich

## Und das bieten die Banken

Die Google-Suche funktioniert: Egal ob Filial-, Direkt- oder Challengerbank – alle Institute sind mit einem Klick gut auffindbar. Nur ein bis drei Klicks von der Suche bis zur Auswahl des richtigen Kontos: Diese Benchmark setzen die Challengerbanken. Sie bieten allerdings auch wenig bis keine Auswahl an unterschiedlichen Kontomodellen.

Wer zwischen unterschiedlichen Kontomodellen wählen kann, wünscht sich natürlich eine Übersicht zu den jeweiligen Vorteilen, Kosten und Konditionen. Doch diese finden die Kunden meist nur nach einer gründlichen Suche. Kein Anbieter fragt aktiv nach den Wünschen und Bedürfnissen des Kunden, um daraufhin das passende Produkt anzubieten.

Je schneller der Kunde das richtige Konto gefunden hat, desto geringer die Abbruchquoten. Einfache Produktangebote sind hier im Vorteil.

### So viele Klicks dauert es bis zur Auswahl des richtigen Kontos

Minimale Anzahl Klicks ▶

Maximale Anzahl Klicks ▶

Challengerbanken



**1 – 3 Klicks**

Ø 1,5 Klicks

Direktbanken



**1 – 5 Klicks**

Ø 3 Klicks

Filialbanken



**1 – 9 Klicks**

Ø 4,25 Klicks

## Das sind die Learnings

- Gerade Filialbanken sollten den Weg zum gewünschten Produkt noch einfacher gestalten. Es gilt für sie, die Links prägnanter darzustellen und direkt in die Produktseiten einzubinden. So muss der Kunde nicht nochmals zurück navigieren.
- Bei einer Filialbank brauchte der Kunde vier Klicks zur Auswahl des richtigen Kontomodells und weitere sieben Klicks bis zum Start des Kontoantrages – nur besonders hartnäckige Interessenten bleiben da am Ball. Wer dann noch auf defekte Links trifft, bricht sofort ab.
- Institute mit einer Auswahl an Konten müssen einen transparenten und für alle Endgeräte gut auffindbaren Vergleich bieten – das gilt für Produktbeschreibung, Kosten und Konditionen gleichermaßen. Nur so schaffen sie Vertrauen.
- Für alle Bankengruppen gilt: Wer das Kundenerlebnis im Fokus behält und oberflächliche Werbebotschaften gegen Nutzenargumente aus Kundensicht ersetzt, kann bei der Produktauswahl punkten.



SCHRITT 2



**Konto beantragen**

## Das will der Kunde

- So wenige Daten wie möglich eingeben
- Alles schnell und einfach erledigen
- Einen transparenten und intuitiven Ablauf



## Das haben wir uns angeschaut

- Direkte Verlinkung von Produktseite zur Antragsstrecke
- Pflicht- und optionale Datenfelder
- Klicks und Dauer zum Absprung zur Legitimation
- Medienbrüche
- Fehlerhandling und Statusanzeigen

## Und das bieten die Banken

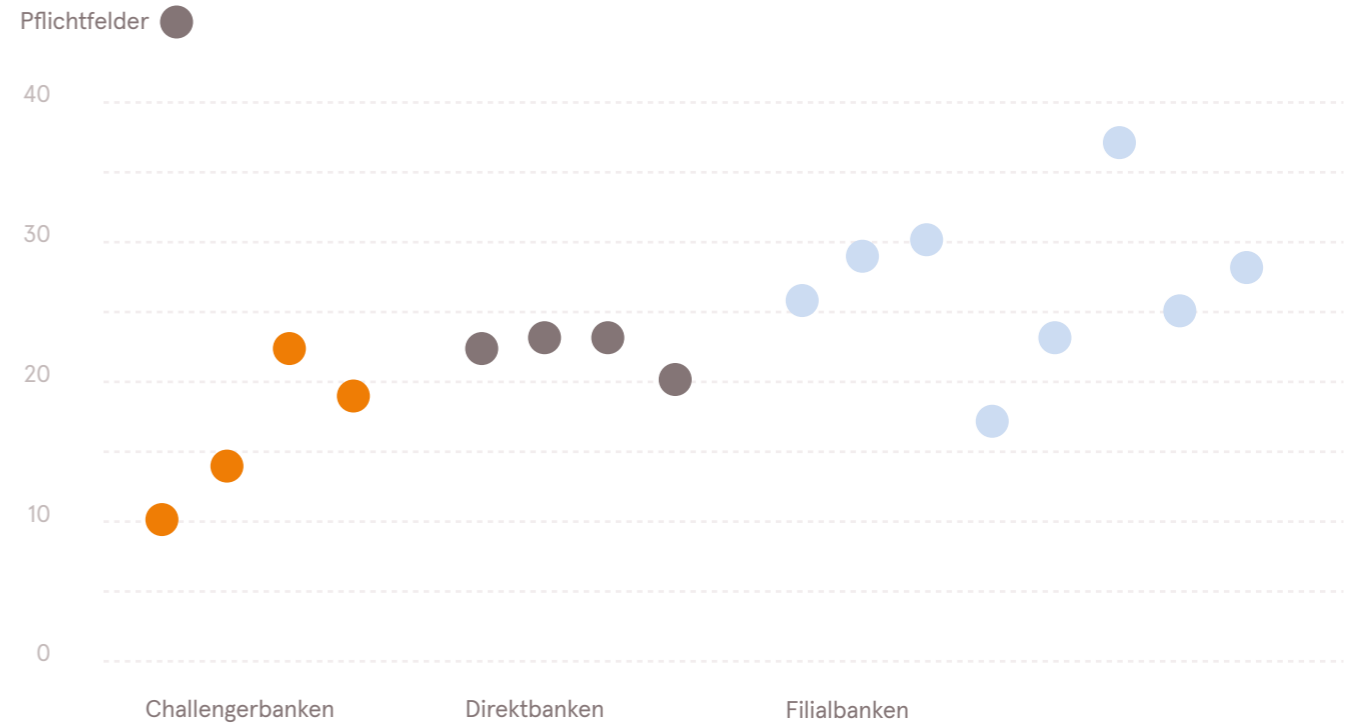
Direkt- und Challengerbanken leiten direkt von der Auswahl des Kontomodells zur Kontoeröffnung. Ein Viertel der Filialbanken verzichtet noch auf den Direktlink. Hier dauert es im Schnitt sechs Klicks von der Produktauswahl bis zum Start der Kontoeröffnung.

Die Anzahl der erhobenen Datenfelder unterscheidet sich deutlich zwischen den einzelnen Bankengruppen, sie liegt zwischen 10 und 37 Pflichtfeldern. Hier gibt es also eine enorme Bandbreite und für viele Banken erhebliches »Sparpotenzial«. Denn klar ist: Je mehr Datenfelder vom Kunden ausgefüllt werden, desto höher ist die Abbruchquote. Dabei zeigt sich: Challengerbanken fokussieren sich stark darauf Neukunden zu gewinnen und stellen nur wenige, notwendige Fragen. Etablierte Institute wollen es genau wissen und erheben Daten, die nicht zwingend für die Kontoeröffnung notwendig sind. Das gilt zwar auch für Direktbanken, diese lassen dem Kunden aber mehr Freiheit in der Beantwortung durch optionale Felder.

Ein Großteil der Filialbanken legt ihren Kunden im Beantragungsprozess antiquierte und formularartige Anträge vor, bei denen die Nutzung von veralteten Design-Elementen und fehlende responsive Abstimmung des WebDesigns hervorsticht. Die Kontoeröffnung gleicht einem Behördengang – ist langwierig und wenig übersichtlich. Das scheint den Filialbanken auch klar zu sein, denn nicht umsonst nutzen die meisten von ihnen eine Statusanzeige, um dem Kunden Orientierung zu geben.

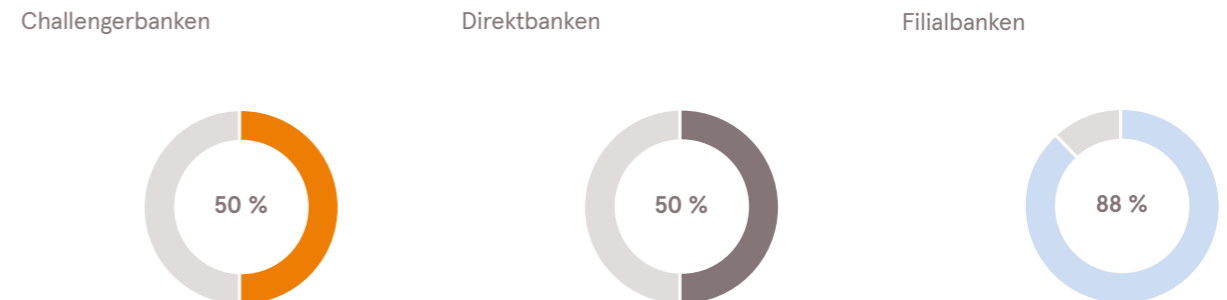
Einen großen Unterschied zeigen die Institute bei der Anzahl der Pflichtfelder in der Antragsstellung. So benötigt eine der Filialbanken fast 4-mal mehr Pflichtfelder als die beste Challengerbank.

### Pflichtfelder bei der Antragsstellung



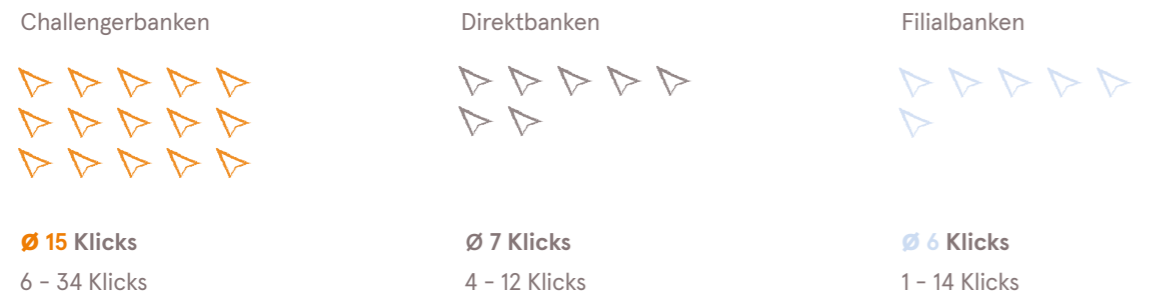
Mit zunehmender Anzahl der Pflichtfelder sind Statusanzeigen notwendig, um den Kunden Orientierung im Prozess zu geben und ihn bei Laune zu halten.

### So viele Banken haben eine Statusanzeige in ihrer Antragsstrecke



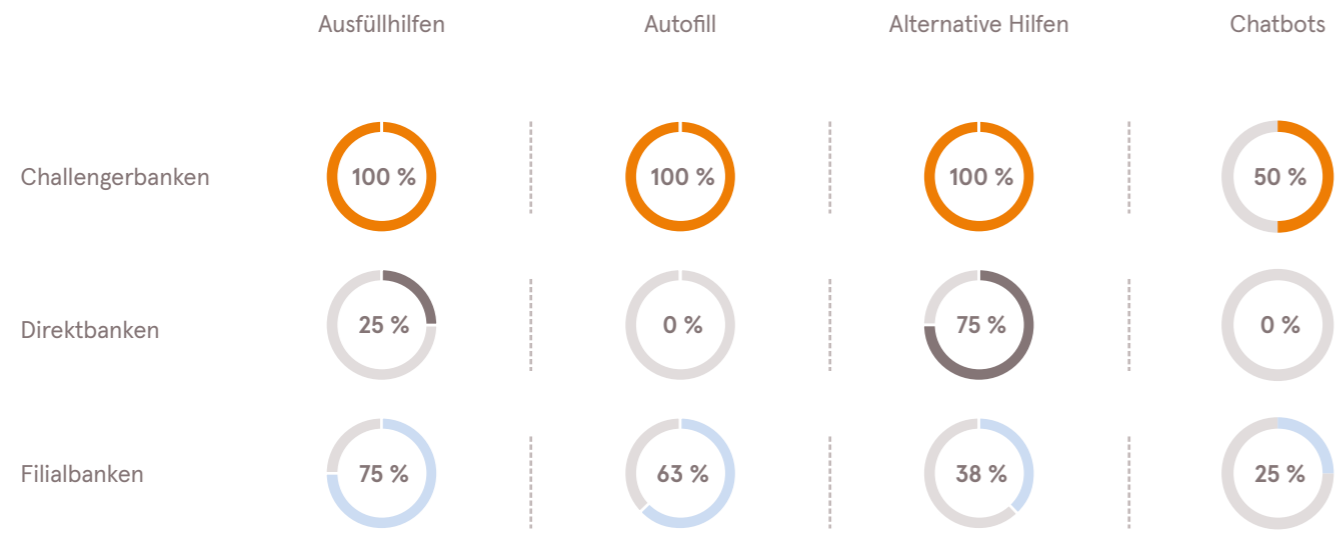
Die Challengerbanken machen vor, wie eine moderne Kontoeröffnung abläuft. Sie bieten die beste User Experience: kürzere Eingabemasken mit mehr Klicks, schnellere Erfolgserlebnisse und Überblick statt Endlos-Scrolling.

**So unterscheidet sich die Übersichtlichkeit der Antragsstrecken**



Egal ob Autofill, Chatbots oder sonstige Ausfüllhilfen – die Newcomer auf dem Bankenmarkt bieten ihren Kunden am meisten Unterstützung und navigieren sie damit leichtgängiger durch den Eröffnungsprozess.

**Diese Hilfen bieten die Banken bei der Beantragung an**



Ausfüllhilfen verschaffen dem Kunden Sicherheit bei der Erfassung erforderlicher Daten, beispielsweise durch Hinweistexte. Dagegen nutzen Autofill-Funktionen automatische Vervollständigungen aus gespeicherten persönlichen Daten. Alternative Hilfen nutzen zusätzliche Funktionen, wie zum Beispiel die Übernahme der Adresse aus dem Standortzugriff.

**Das sind die Learnings**

- Weniger ist manchmal mehr – eine geringere Anzahl von Datenfeldern erleichtert den Kunden die Antragsstellung. Auch optionale Datenfelder erhöhen den gefühlten Umfang des Antrags.
- Antrag mit Köpfchen anstelle Formular – viele Banken nutzen smarte Antragsstrecken, die auf Kundeneingaben reagieren und beschleunigen somit die Bearbeitung für den Kunden.
- Intelligente Hilfen für den Kunden und ein intuitives Design der Antragsstrecken machen den Antragsprozess schneller und einfacher.
- Jedes vierte Institut arbeitet zwar inzwischen auch mit Bots, aber deren Mehrwert ist fraglich. Eine echte Hilfe im Antragsprozess sind sie bisher nicht.
- Moderne UX-Methoden navigieren bewusst mit vielen Klicks durch die Antragsstrecke, um den Kunden schnell Bestätigung zu geben und vermeiden langes Scrollen und Suchen.
- Kunden empfinden den Antrag als notwendige Pflicht, deshalb muss er ihnen so angenehm und einfach wie möglich gemacht werden.
- In Summe sind die Unterschiede von Institut zu Institut sehr groß, sodass eine individuelle Betrachtung und Bewertung auf Basis detaillierter Einzelergebnisse mehr Aufschluss gibt.



**Daumen runter:** Zu oft werden moderne UX-Paradigmen noch missachtet und der Kunde durch strikte Anforderungen gegängelt.

Beispiele: Die geforderte exakte Eingabe von Feldformaten (z.B. Tel. +49 151 ...) führt bei alternativer Schreibweise (z.B. 0151 ...) zu Fehlermeldungen.

Auch Felder, die leer bleiben können, müssen vom Kunden mit einer »0« befüllt werden, da es sonst als Fehler gewertet wird.



SCHRITT 3



Legitimation durchführen

## Das will der Kunde

- Möglichst wenige Daten erfassen
- Schnell den Prozess erledigen
- Verständliche und übersichtliche Benutzerführung
- Keinen Medienbruch



## Das haben wir uns angeschaut

- Auswahlmöglichkeiten bei den Legitimationsverfahren
- Integrationsvarianten der digitalen Legitimation
- Klicks und Dauer bis zum Abschluss der Legitimation
- Pflicht- und optionale Datenfelder
- Medienbrüche
- Juristische Dokumente

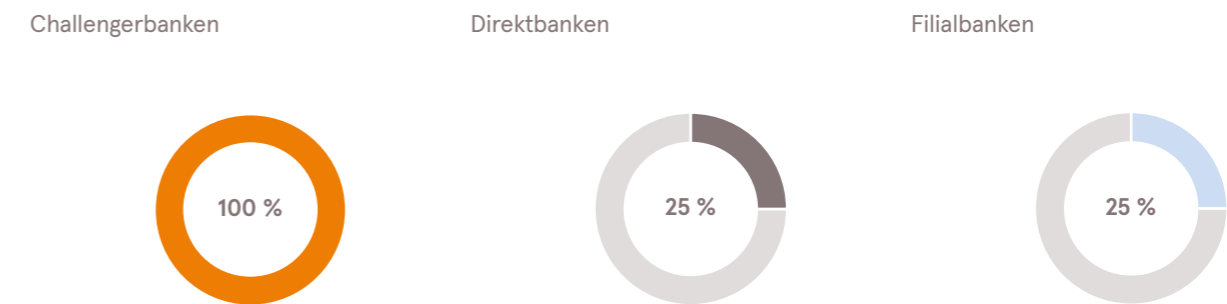
## Und das bieten die Banken

Die Abwicklung der Video-Legitimationsprüfung unterscheidet sich von Institut zu Institut und dem jeweils gewählten Legitimationsanbieter. Eine akzeptierte Best Practice für die Einbindung der Legitimation in den Antragsprozess scheint noch nicht gefunden zu sein.

Die Legitimation ist eine Notwendigkeit – für den Kunden jedoch eine Klippe im Antragsprozess. Umständliche, komplizierte Lösungen erschweren den Abschluss des Antrags.

Challengerbanken bieten ihren Kunden eine direkt in den Antrag integrierte Legitimation. Die Mehrzahl der Direkt- und Filialbanken bieten hier weniger Komfort. In den meisten Fällen muss eine zusätzliche App geladen und genutzt werden.

## So viele Banken haben die Legitimation in ihren Antragsprozess integriert



Die Challengerbanken mit ihrer integrierten Legitimation kommen auch mit weniger Medienbrüchen aus, bei denen zwischen Apps, Mailprogramm, SMS oder Browser gewechselt werden muss. Eine Direktbank fiel hier negativ auf – bei dieser gibt es bis zu vier Medienbrüche.

## Maximale Anzahl von Medienbrüchen im Legitimationsprozess



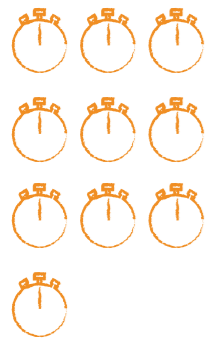
**Daumen hoch:** Die Doppelerfassung von Daten für die Video-Legitimation wird von fast allen Instituten vermieden. Im Durchschnitt sind nur wenige zusätzliche Datenfelder notwendig. Nur bei einer Direktbank mussten fast alle persönlichen Daten vom Kunden erneut erfasst werden.

\* Eine Filialbank bot keinen direkten Einstieg in den Legitimationsprozess an und ist in der Auswertung nicht enthalten.

Die Legitimation konnte bei den Direktbanken insgesamt deutlich schneller durchgeführt werden als bei Challenger- und Filialbanken. Hier zeigt sich, dass diese Institute über langjährige Erfahrungen bei der Auswahl des Legitimationsanbieters verfügen.

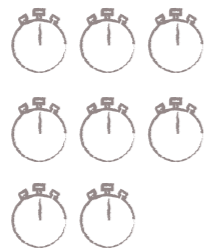
#### So lange dauert die Legitimation im Durchschnitt

##### Challengerbanken



Ø 10 min  
ca. 6 - 16 min

##### Direktbanken



Ø 8 min  
ca. 4 - 10 min

##### Filialbanken



Ø 11 min  
ca. 3 - 34 min

Nur jedes zweite Institut bietet seinen Kunden Informationen zum Status des Fortschritts des Legitimationsprozesses. Bei langen Wartezeiten führt das Fehlen der Fortschrittsanzeige schnell zu Frust und erhöht die Wahrscheinlichkeit eines Abbruchs.

## Das sind die Learnings

- Den Kunden sollte erklärt werden, wie die Legitimation abläuft, in welchem Status sie sich befinden und wie lange der Prozess noch dauert. Ist die Legitimation abgeschlossen, braucht der Kunde weitere Informationen, dass die Kontoeröffnung erfolgreich war und wann das Konto genutzt werden kann.
- Die Übergabe zu einer separaten App des Legitimationsanbieters erhöht die Abbruchwahrscheinlichkeit bei der Beantragung. Eingebettete Legitimationsverfahren führen zu einem deutlich besseren Kundenerlebnis.
- Beim Wechsel zum Legitimationsanbieter sollte ein Bruch im Layout der Anwenderoberfläche vermieden werden. Denn dies führt bei Kunden zu Verwirrung und Unsicherheit.
- Einige Aufgaben können schon vorab durch den Kunden während der Warteschleife erledigt werden. Das beschleunigt den Prozess – für den Anbieter und den Kunden.
- Innovative Legitimationsverfahren auf Basis digitaler Identitäten, dem e-Personalausweis oder anderer Verfahren führen zukünftig zu einfacheren Prozessen für den Kunden und verringern die Kosten auf Seiten der Bank.
- Erfolgreiche Kontoeröffnungen sind abhängig von den Servicezeiten und Kapazitäten der jeweiligen Legitimationsanbieter. Ein guter Servicelevel kostet Geld. Wird daran gespart, leiden die Kunden unter hohen Wartezeiten. Im Rahmen dieser Studie war es bei einem Institut aufgrund extremer Wartezeiten nicht möglich, die Legitimationsprüfung abzuschließen (3 x 45 Minuten).



**Daumen hoch:** Auch bei vermeintlich starren Prozessen wie der Legitimation schaffen manche Banken noch Innovationen. Eine Bank verkürzt dem Antragssteller die Wartezeit, in dem er die zur Verifizierung notwendigen Fotos des Ausweises und der Unterschrift als Aufgabe vorgibt. Dies verkürzt die Prozessdauer für den Kunden und den Mitarbeiter des Legitimationsdienstleisters.

SCHRITT 4



Konto nutzen

## Das will der Kunde

- Sein Konto sofort nach einem erfolgreichen Antrag nutzen
- Möglichst wenig Briefe
- Schnelle Verfügbarkeit der Karten
- Und vielleicht ein »Unboxing-Event« mit einer überraschend verpackten Karte



## Das haben wir uns angeschaut

- Dauer bis zur Verfügbarkeit nach Abschluss der Legitimation
- Möglichkeit zur Authentifizierung
- Aufmachung der Briefe und Dokumente
- Präsentation der Karten
- Bereitstellung eines Dispositionskredits

## Und das bieten die Banken

Filial- und Direktbanken stellen ihre Kunden auf eine harte Probe. Nach Abschluss der Kontoeröffnung dauert es teilweise über eine Woche bis das Konto tatsächlich genutzt werden kann. Nur jedes dritte Institut ermöglicht eine sofortige Kontonutzung. Anders bei den Challengerbanken: hier ist eine sofortige Nutzung Standard.

Die neuen Banken zeigen: Eine Kontoeröffnung kann schnell und einfach sein. Insbesondere die Filialbanken nerven die Kunden jedoch mit komplizierten postalischen Prozessen und versenden Kontozugangsdaten wie PIN und TAN per Post. Die Challengerbanken dagegen beschränken sich auf den postalischen Versand der Karten.

Die Dauer bis zum Erhalt der Karten variiert extrem. Zwischen 3 und 15 Tagen mussten Kunden hierauf warten. Unabhängig von den erforderlichen Prägezeiten für die Karten und einer zu berücksichtigenden Postlaufzeit dauert das im Maximum viel zu lange und frustriert die Neukunden.

Challengerbanken zeigen ihre Stärke und stellen die Nutzung des Kontos sofort sicher. Nur eine der Direktbanken kann da mithalten. Insgesamt gibt es hier viel Potenzial um die Zufriedenheit der Kunden zu erhöhen.

### Maximale Dauer bis zur Nutzbarkeit des Kontos



**Daumen runter:** Der Wunsch zur regulatorisch lupenreinen Weste führt zu unterschiedlich implementierten Abläufen zu Lasten des Kunden. Manche Institute fordern tatsächlich neben der Online-Antragsstrecke und -Legitimation auch noch das papierhafte Versenden des Antrags.

Kommunikation ist gut. Es kann aber auch zu viel sein. Bis zu 10 E-Mails und Briefe werden im Rahmen der Kontoeröffnung verschickt. Drei der getesteten Institute nutzen die Chance beim Kartenversand und heben sich mit kreativen Designs von der Behördenroutines ab.

**Durchschnittlich versandte E-Mails und Briefe zur Kontoeröffnung**

Challengerbanken



**Ø 3,3 E-Mails und Briefe**  
3 - 4 E-Mails und Briefe

Direktbanken



**Ø 5,3 E-Mails und Briefe**  
3 - 7 E-Mails und Briefe

Filialbanken

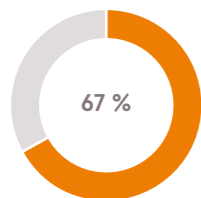


**Ø 5,8 E-Mails und Briefe**  
3 - 10 E-Mails und Briefe

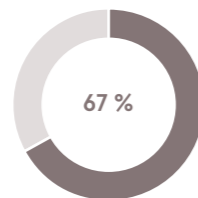
Ohne einen Gehaltsnachweis stellt nur jede zweite Bank einen Dispokredit bereit. Dabei handelt es sich für viele Kunden um eine wichtige Eigenschaft eines Girokontos und der Dispokredit sollte mit der Kontoeröffnung bereitstehen.

**Anteil der Banken, die einen Dispokredit auch ohne Gehaltsnachweis vergeben \***

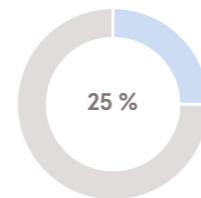
Challengerbanken



Direktbanken



Filialbanken



\* Die Auswertung basiert auf der Anzahl der Institute, die einen Dispokredit anbieten.

**Das sind die Learnings**

- Heutzutage kann eine direkte Nutzung des Kontos ermöglicht werden, auch unter Einhaltung aller Sicherheitsaspekte. Der Versand von Konto Zugangsdaten oder PIN-/TAN-Unterlagen per Post ist nicht mehr notwendig.
- Zwar kommt keine Bank ohne Briefe aus, aber sie sollten auf ein Minimum reduziert werden. Das spart Kosten und ist nachhaltig.
- Der Erhalt der Karte kann zu einem echten Erlebnis werden, das die Kunden glücklich macht. Dafür müssen aber die Marketingabteilungen etwas mehr Kreativität zeigen, denn noch dominieren langweilige, behördenähnliche Briefe.



**Daumen hoch:** Eine Bank bietet das komplette Paket aus sofortiger Kontonutzung, einer virtuellen Kreditkarte direkt nach der Video-Legitimation und ein attraktives Kartendesign bei schicker Präsentation. Hier kann es also direkt losgehen.



**Bewertung der einzelnen  
Bankengruppen**

## Challengerbanken

- haben den Vorteil, ihre Produkte und Lösungen neu entwerfen zu können. Dadurch sind sie modern und digital.
- fokussieren sich in ihren Antragsstrecken auf die Kundenwünsche und ein schnelles, komfortables Durchlaufen der Prozesse.
- bieten allerdings in der Regel nur ein hoch standardisiertes, digitales Produkt an.
- können aufgrund des Verzichts an Komplexität ihr Produkt sehr verständlich mit einer modernen User Experience darstellen.
- bieten durchgehend einen volldigitalen Abschluss eines Girokontos.

### Fazit

Challengerbanken erfüllen die Erwartungen an moderne, kundenzentrierte und digitale Prozesse. Sie verfügen jedoch nur über ein eingeschränktes Produktangebot.

## Direktbanken

- haben langjährige Erfahrung im Online-Auftritt und hohe technische Expertise. Eine vollständige Digitalisierung fehlt allerdings häufig. Dies spürt der Kunde bei der Kontoeröffnung.
- bieten dem Kunden zwar ein im Vergleich zu Filialbanken eingeschränktes Produktangebot, es ist jedoch meist differenzierter als das der Challengerbanken.
- arbeiten eher wie traditionelle Institute mit formularartigen Antragsprozessen und haben einen größeren »Datenhunger« als die Challengerbanken.

### Fazit

Direktbanken haben ihren bisherigen Digitalisierungsvorsprung zum Teil eingebüßt. Der heutige Digitalisierungsgrad ist deutlich geringer als bei den Challengerbanken. Ein Renovierungsstau, den es zügig zu beseitigen gilt, um den Anschluss nicht zu verpassen.

## Filialbanken

- haben ein differenziertes Produktangebot und dafür ihre Verfahren und Systeme. Bestehende Prozesse wurden zum Teil online gestellt statt neu entworfen. So ist z. B. die Informationssuche zum Konto noch verbesserungswürdig.
- stellen ihre Produkte sehr komplex dar und machen die Kontobeantragung deutlich komplizierter als die Challengerbanken, aber sind gleichauf bei der Medienbruch-Vermeidung.
- können bei der Legitimation der Kunden mithalten, nur die Challengerbanken sind leicht besser. Dies zeigt, dass die Filialbanken die Integration auf der Agenda haben.
- zeigen einen hohen Standard bei Erläuterungen, bei Hilfen für die Benutzerführung und bei der Statusbestimmung.

### Fazit

Filialbanken arbeiten auch in der digitalen Welt nach der traditionellen Philosophie des Hausbank-Ansatzes. Der volldigitale Prozess von der Beantragung bis zur Kontonutzung ist die Ausnahme. Bei der digitalen Umsetzung besteht ganz klar Nachholbedarf. Das gilt insbesondere bei der sofortigen Nutzbarkeit des Kontos und der Papierlastigkeit.



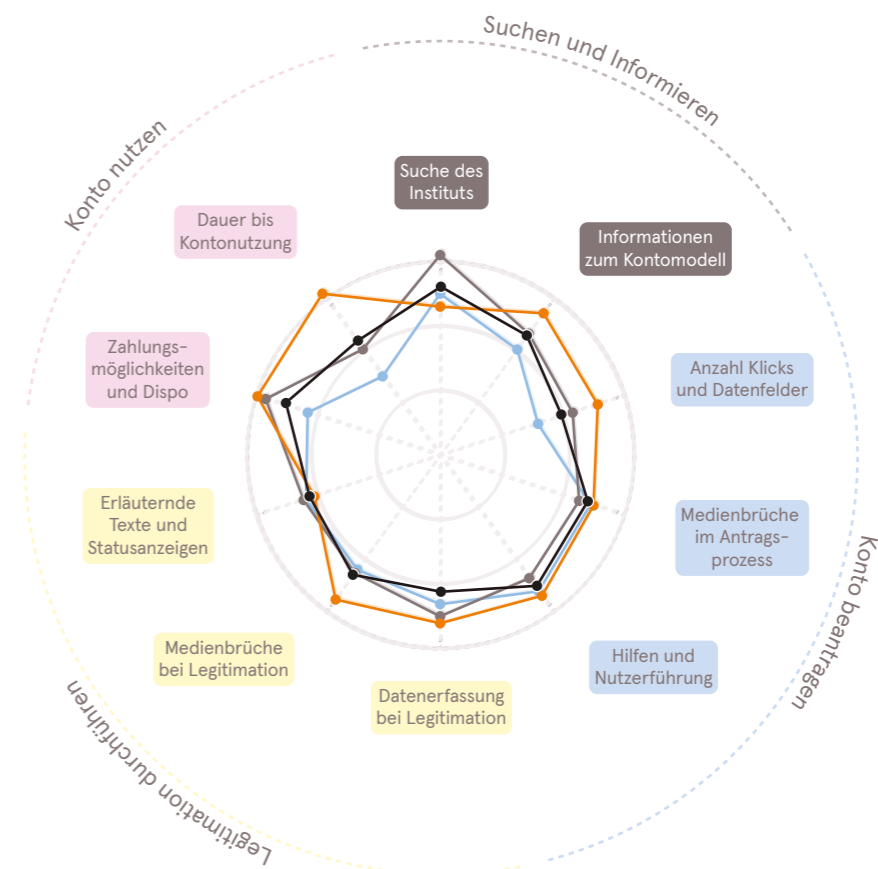
## Zusammenfassung

- Das perfekte Kundenerlebnis bietet noch kein Institut, einige Challengerbanken sind jedoch nahe dran.
- Moderne, kundenzentrierte und digitale Prozesse müssen neu gedacht werden. Die Digitalisierung bestehender Papierprozesse wird dem digitalen Anspruch heutiger Kunden nicht gerecht.
- Das Kundenerlebnis beginnt bereits mit der Auswahl des Instituts sowie des passenden Produkts. Es endet erst mit dem Erhalt von Karten und Zugangsinformationen. Auch die Legitimation ist Teil des Prozesses, sie darf nicht nur als Auslagerung an einen Dienstleister verstanden werden.
- Filial- und Direktbanken sollten mehr Mut haben, die alten Zöpfe abzuschneiden und den digitalen Prozess vom Kunden aus neu zu denken.
- Challengerbanken können dagegen in puncto Produktauswahl und Individualität von den traditionellen Instituten lernen. Auch wenn sie mit schnellen und intuitiven Antragsprozessen punkten, so bleibt ihr Angebot bisher eingeschränkt.
- Kunden, die ein spezielleres Produkt suchen, müssen heute leider noch mehr Komplexität als eigentlich notwendig akzeptieren.
- Für alle gilt: Das Girokonto ist ein Ankerprodukt in der Kundenbeziehung. Zeit, es auch so zu behandeln und den Kunden die digitale Kontoeröffnung so einfach wie möglich zu machen.

Diese Publikation nimmt die Stärken und Schwächen der Challenger-, Direkt- und Filialbanken in einzelnen Teilschritten der Kontoeröffnung unter die Lupe. Dabei zeigen sich schon in der Gegenüberstellung teils stark voneinander abweichende Ergebnisse der Bankengruppen auf dem Weg zum optimalen Nutzererlebnis bei der Kontoeröffnung.

### Überblick der Ergebnisse

- Challengerbanken
- Direktbanken
- Filialbanken
- Gesamt



## Kontakt

**Cofinpro AG**

Untermainkai 27-28

60329 Frankfurt am Main

welcome@cofinpro.de

www.cofinpro.de