

The background of the slide features a close-up, slightly blurred image of Euro banknotes. The focus is on the intricate security patterns and the large white stars on a red background, characteristic of the Euro currency. The colors are warm, with yellows, oranges, and reds.

Digital Finance 2021 – Die Transformation der Finanzindustrie in Zahlen

Berlin, Oktober 2021

bitkom

Inhalt

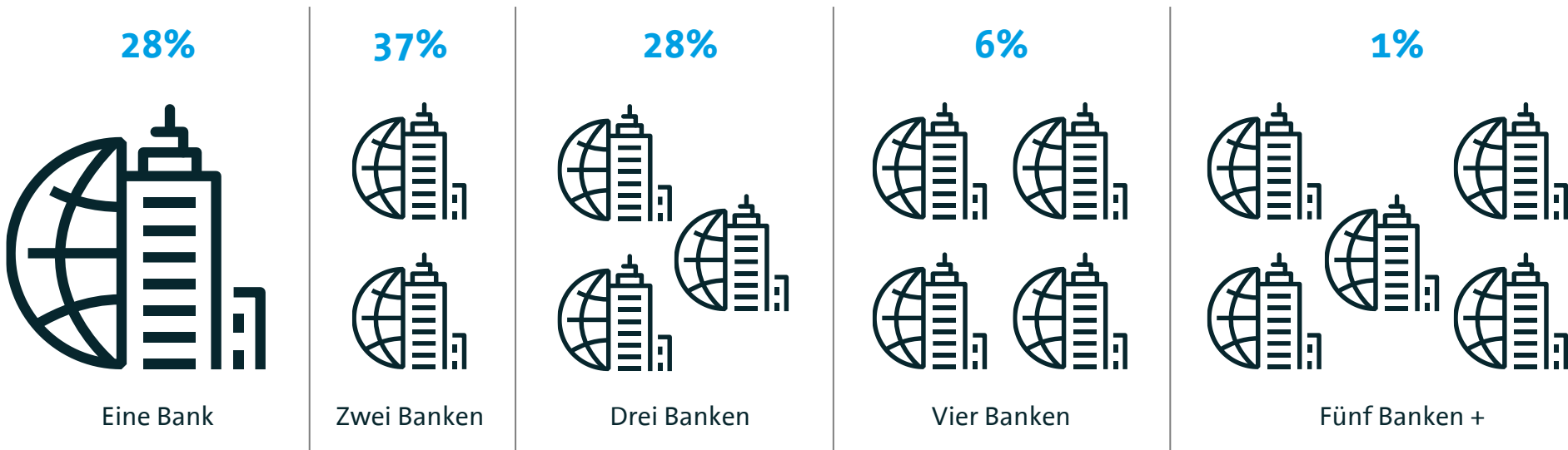
1	Die Beziehung zur Bank – digitale Angebote werden immer wichtiger	3
2	Online-Banking – die Älteren folgen den Jüngeren in die Online-Filialen	7
3	Versicherungen – noch viel Wachstumspotenzial für Online-Angebote	18
4	Kryptowährungen – Bekanntheit und Verständnis nehmen zu	23
5	Untersuchungsdesign & Methodik	27
6	Verantwortliche & Impressum	30

1

Die Beziehung zur Bank – digitale Angebote werden immer wichtiger

Im Schnitt werden mit zwei Banken Geschäfte gemacht

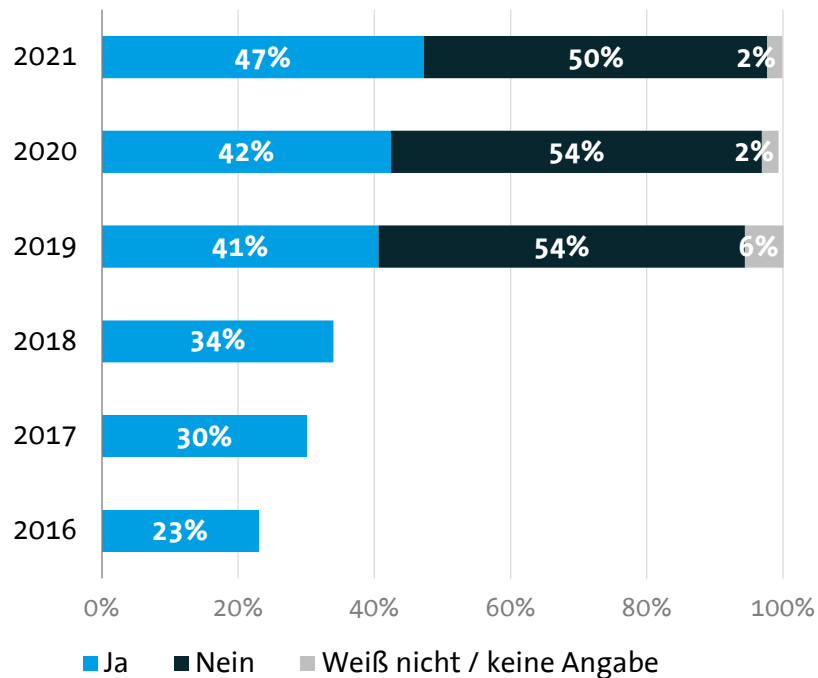
Zu wie vielen Banken unterhalten Sie eine Geschäftsbeziehung, d. h. bei wie vielen Banken haben Sie Konten oder Depots?








Im Schnitt werden mit **2** Banken Geschäfte gemacht.

Wechselwillige Bankkundschaft: Treue zur Bank nimmt weiter ab

Haben Sie schon mal Ihr hauptsächlich genutztes Girokonto gewechselt?



Wie häufig haben Sie bereits Ihr Girokonto gewechselt?

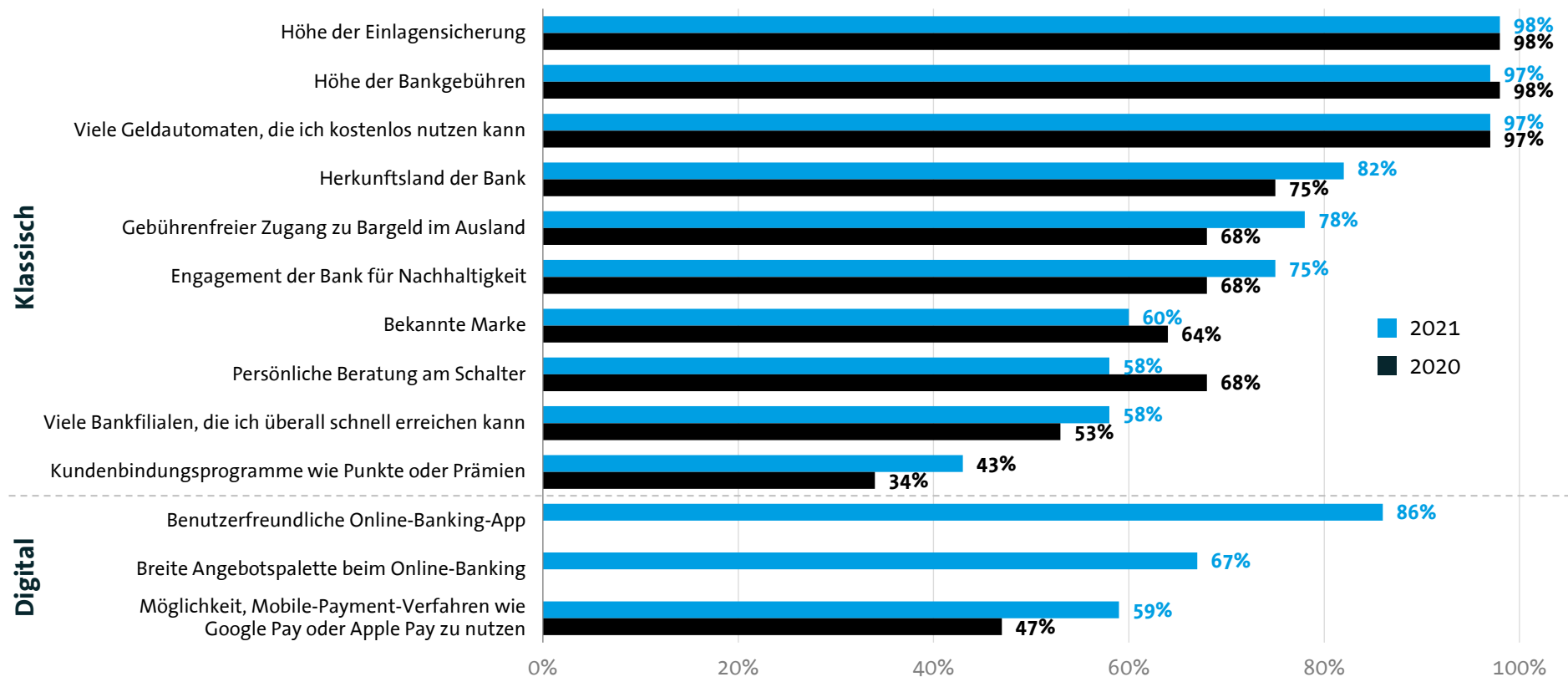
	2021	2016
1 Wechsel 	9%	30%
2 Wechsel 	16%	39%
3 Wechsel 	36%	15%
4 Wechsel 	28%	5%
5+ Wechsel 	9%	6%
Ø Anzahl an Wechseln	3,2	2,2

Basis links: Alle Befragten (2021: n=1.003 | 2020: n=1.004 | 2019: n=1.005 | 2018: n=1.006 | 2017: 1.009 | 2016: 1.007) | Abweichungen von 100% sind rundungsbedingt | Basis rechts: Befragte, die ihr Girokonto schon einmal gewechselt haben (2021: n=475 | 2016: n=236)

5 Fehlende Werte zu 100% = »Weiß nicht / keine Angabe« | Quelle: Bitkom Research

Digitale Angebote schlagen Bankfilialen und Vor-Ort-Beratung

Wie wichtig sind Ihnen die folgenden Aspekte bei Ihrer Bank?*

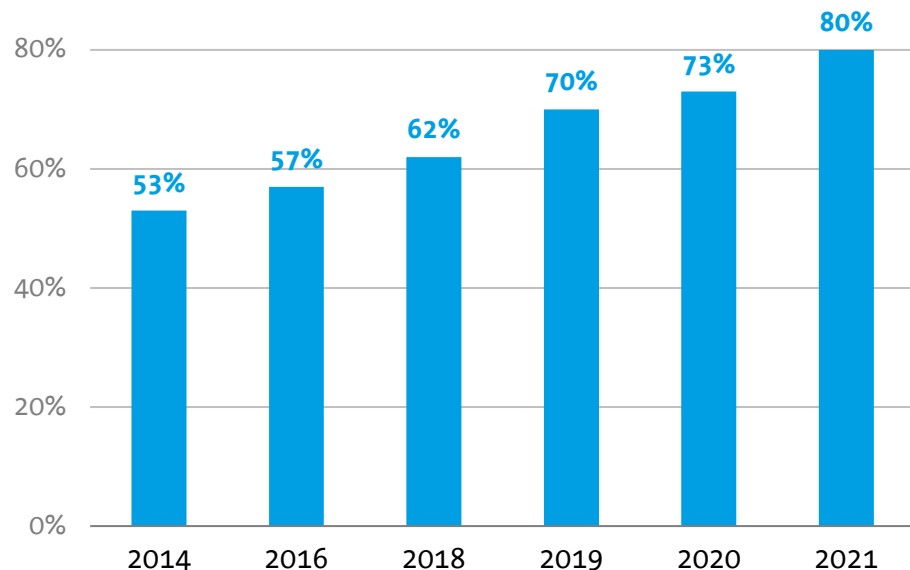


2

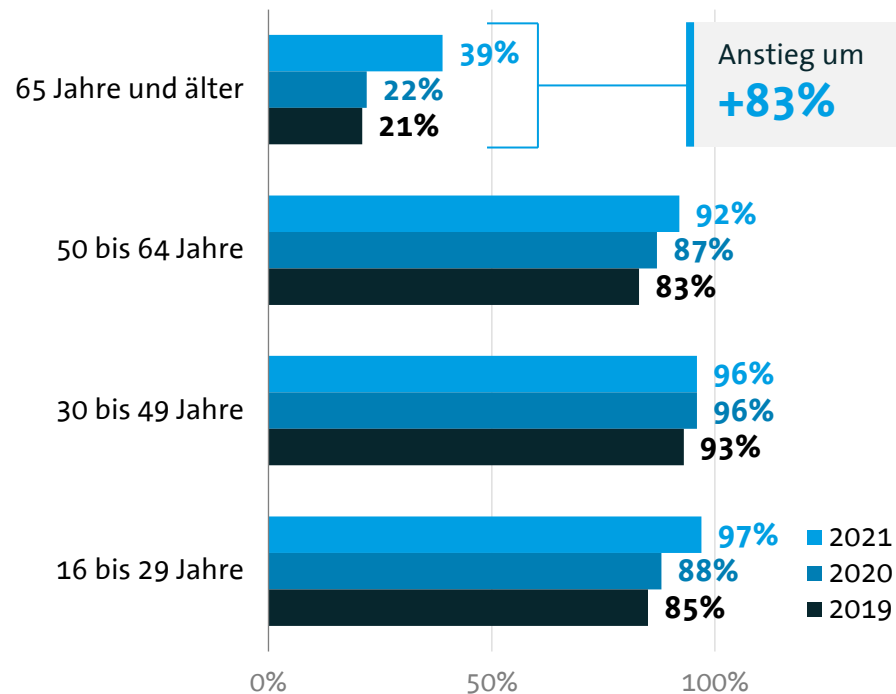
Online-Banking – die Älteren folgen
den Jüngeren in die Online-Filialen

Seniorinnen und Senioren entdecken Online-Banking in der Pandemie

Nutzen Sie Online-Banking?



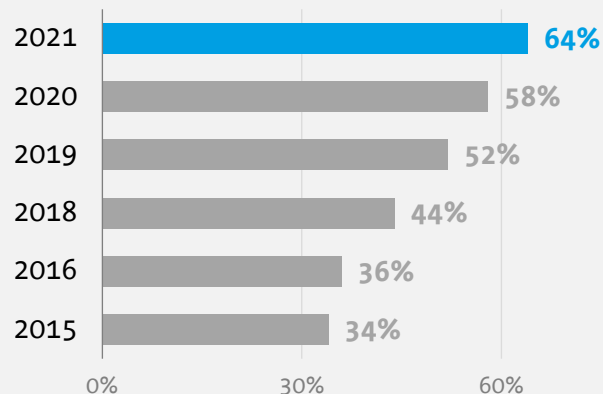
Weitere 6% können sich vorstellen, künftig Online-Banking zu nutzen oder haben es fest vor.



Online-Banking entwickelt sich zum Smartphone-Banking

Über welche Endgeräte nutzen Sie aktuell Online-Banking?*

Smartphone-Banking-Nutzende



Smartphone-Banking nach Alter

76% 16 bis 29 Jahre

68% 30 bis 49 Jahre

64% 50 bis 64 Jahre

33% 65 Jahre und älter



Laptop

83% 2021

82% 2020



Tablet Computer

44% 2021

50% 2020



Desktop PC

51% 2021

53% 2020

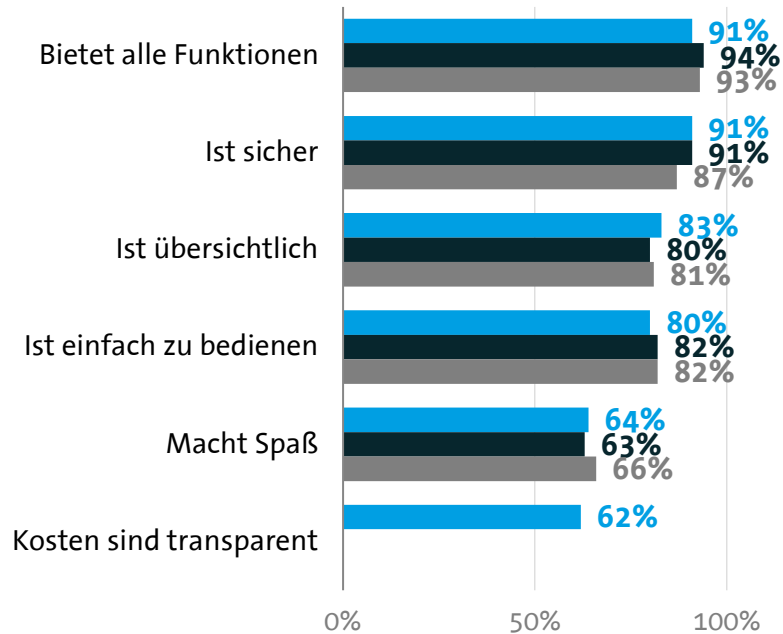
Basis: Online-Banking-Nutzende (2021: n= 807; 2020: n=735; 2019: n=702; 2018: n=627, 2016: n=572, 2015: n=587) |

9 * Werte für »häufig«, »manchmal« & »selten« | Quelle: Bitkom Research

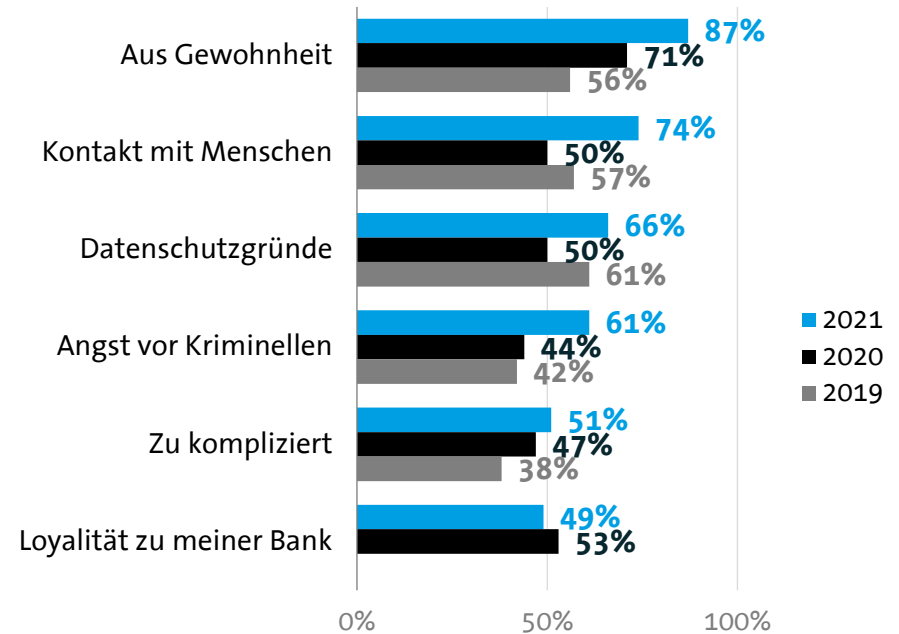
Zufrieden mit Online-Angebot, offline vor allem aus Gewohnheit

Inwieweit treffen die folgenden Aussagen zu oder nicht zu?*

Was trifft auf das von Ihnen genutzte Online-Banking zu?



Warum nutzen Sie kein Online-Banking?



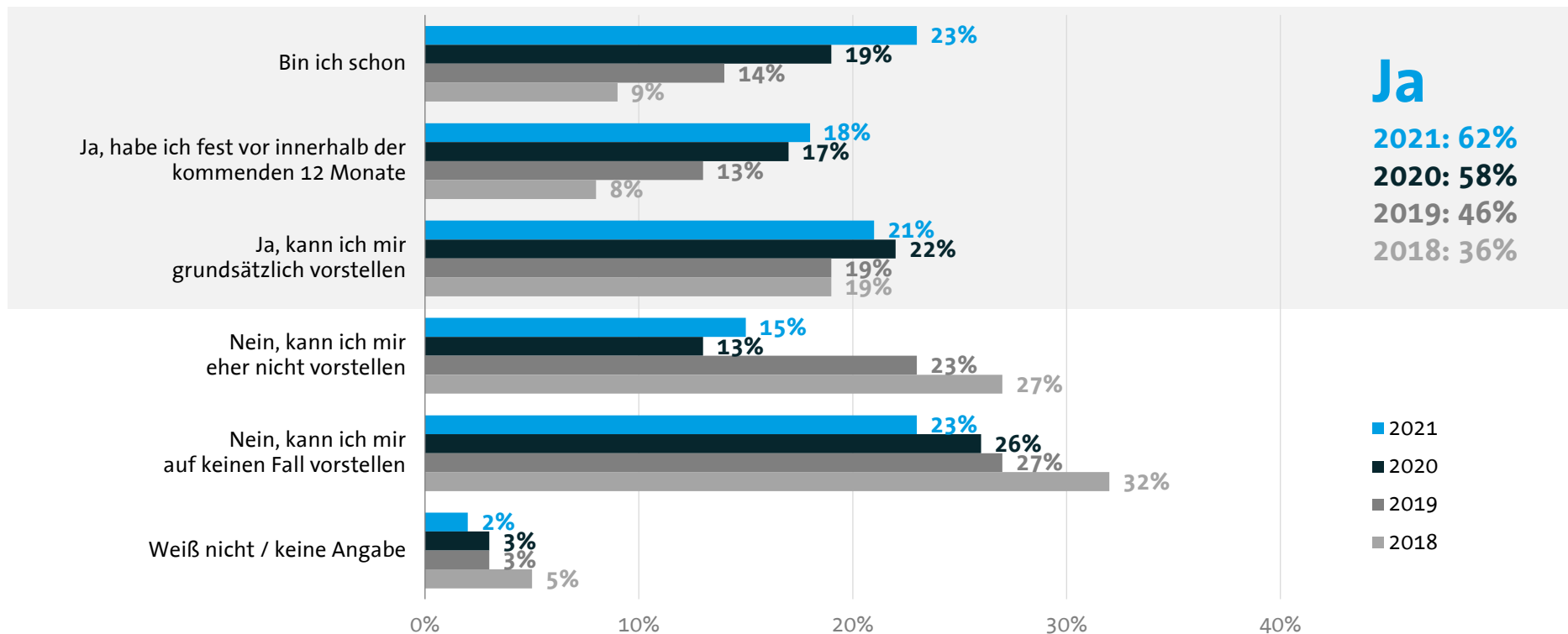
Basis links: Online-Banking-Nutzende (2021: n=807; 2020: n=735; 2019: n=702) |

Basis rechts: Befragte, die kein Online-Banking nutzen (2021: n=25; 2020: n=68; 2019: n=95)

10 * Werte für »trifft voll und ganz zu« & »trifft eher zu« | Quelle: Bitkom Research

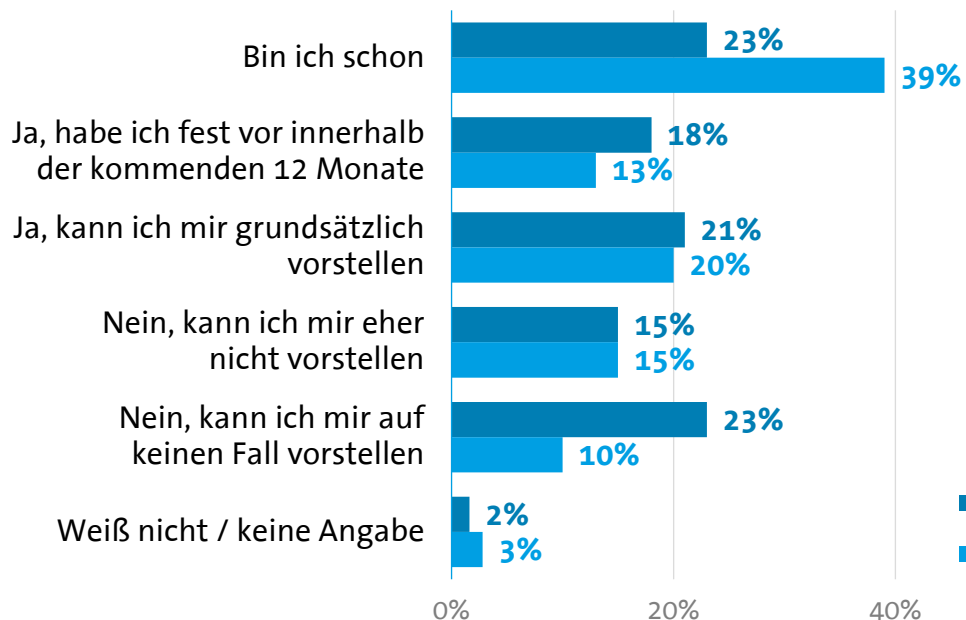
Die klassische Filialbank gerät zunehmend unter Druck

Können Sie sich vorstellen, mit Ihrem Haupt-Konto zu einer Online-Bank ohne Filiale zu wechseln?

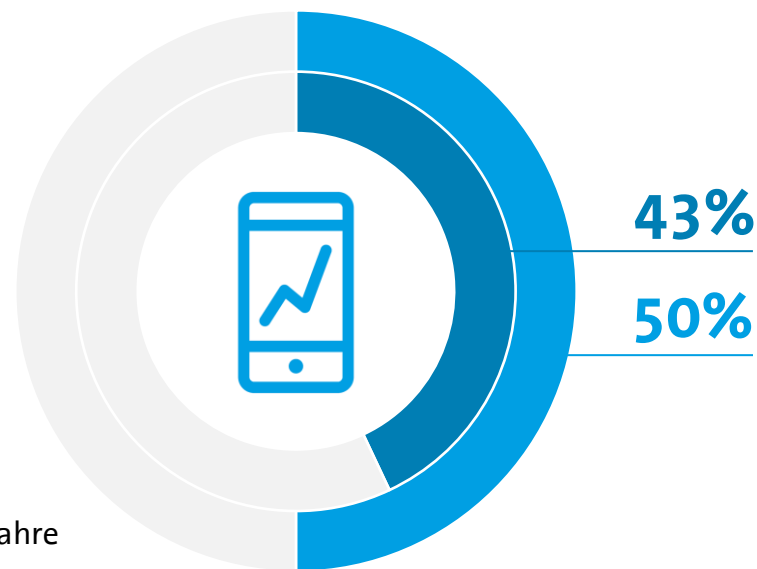


Jüngeren tendieren zur Online-Bank oder zum Digitalunternehmen

Können Sie sich vorstellen, mit Ihrem hauptsächlich genutzten Konto zu einer reinen Online-Bank ohne Filialen zu wechseln?

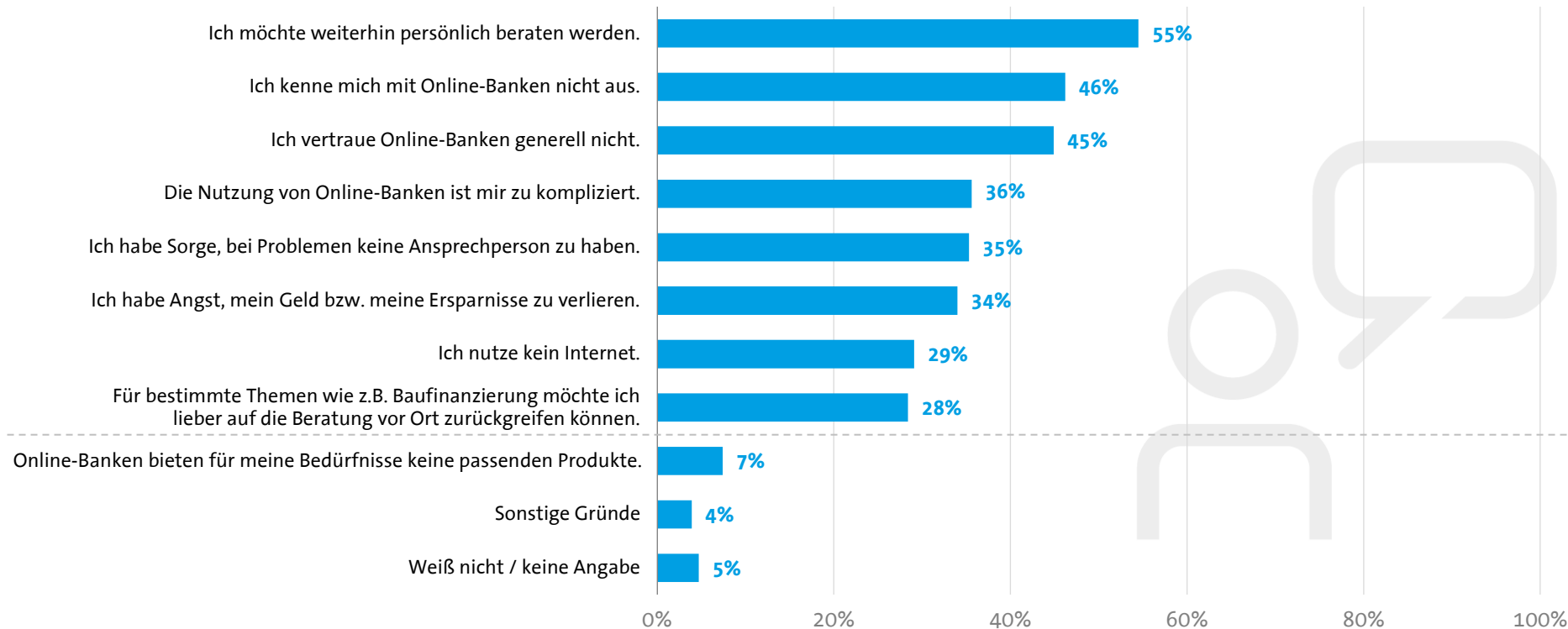


Ich kann mir vorstellen, ein Girokonto bei einem Digitalunternehmen wie Amazon, Apple oder Google zu eröffnen.*



Persönliche Beratung ist Hauptargument gegen Online-Banken

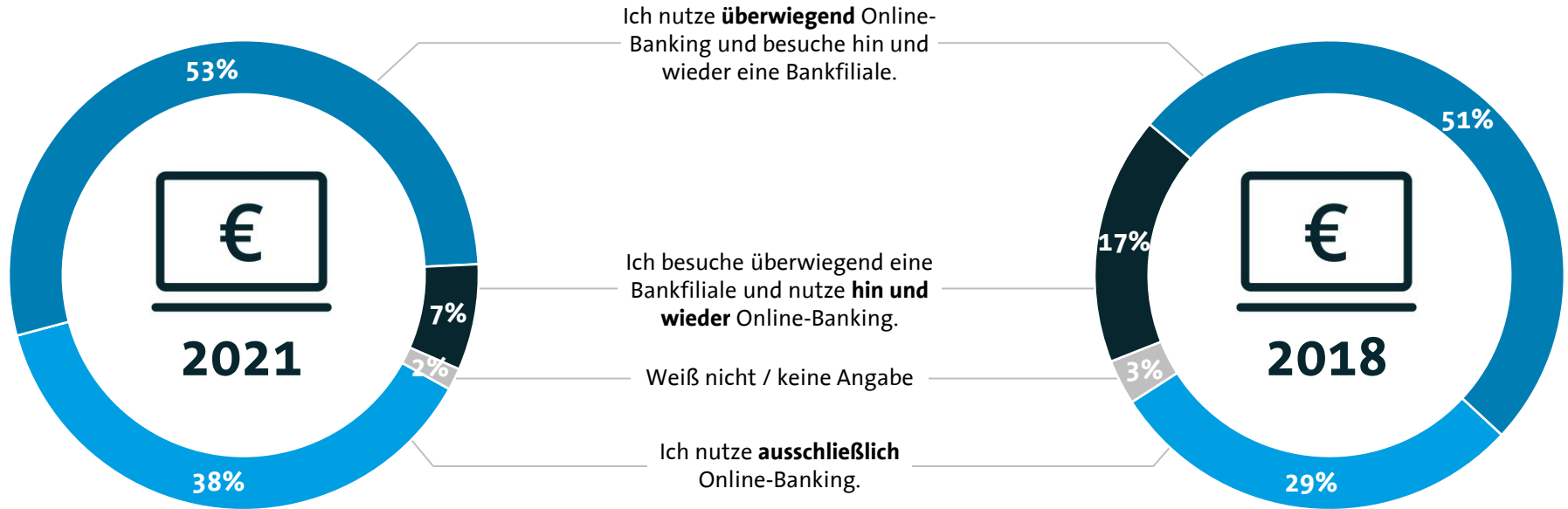
Warum können Sie sich nicht vorstellen, mit Ihrem hauptsächlich genutzten Konto zu einer Online-Bank ohne Filiale zu wechseln?



Basis: Befragte, die sich nicht vorstellen können, zu einer Online-Bank ohne Filiale zu wechseln (2021: n=373) | Mehrfachnennungen möglich

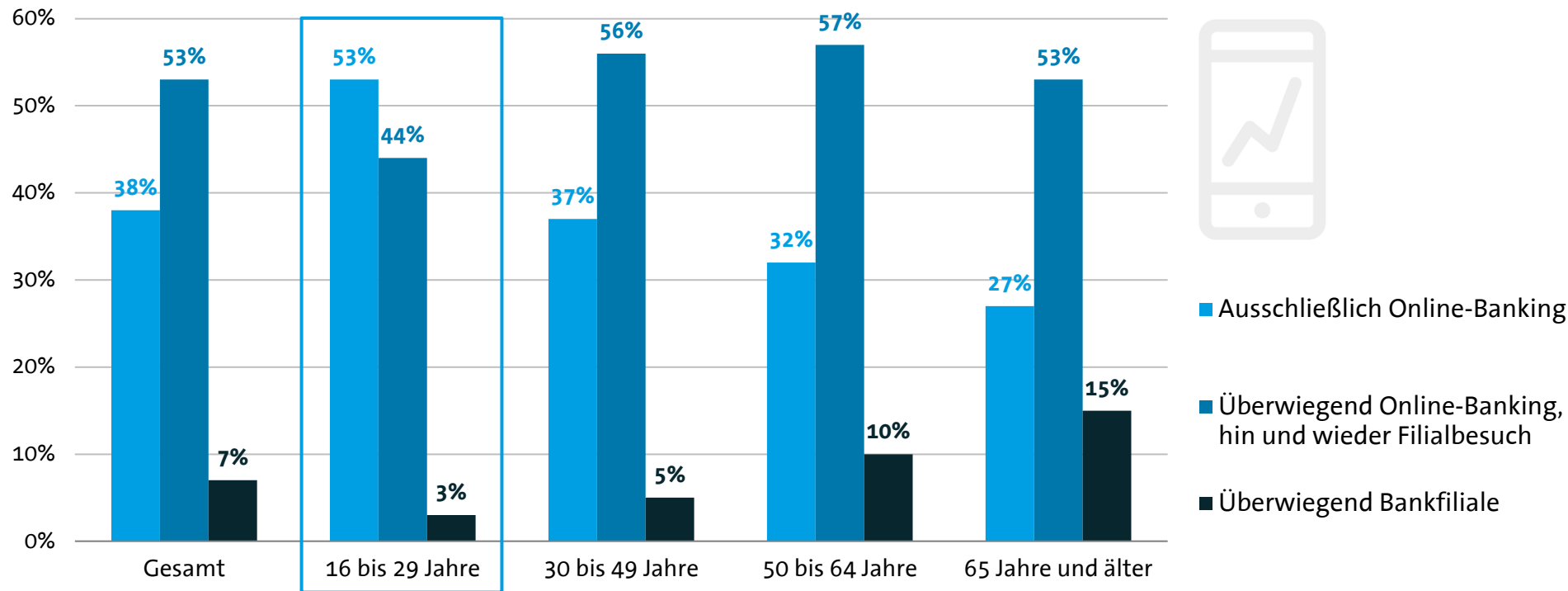
Online-Banking-Nutzende zieht es immer seltener in die Filiale

Verwenden Sie ausschließlich Online-Banking oder gehen Sie zumindest hin und wieder in eine Filiale?



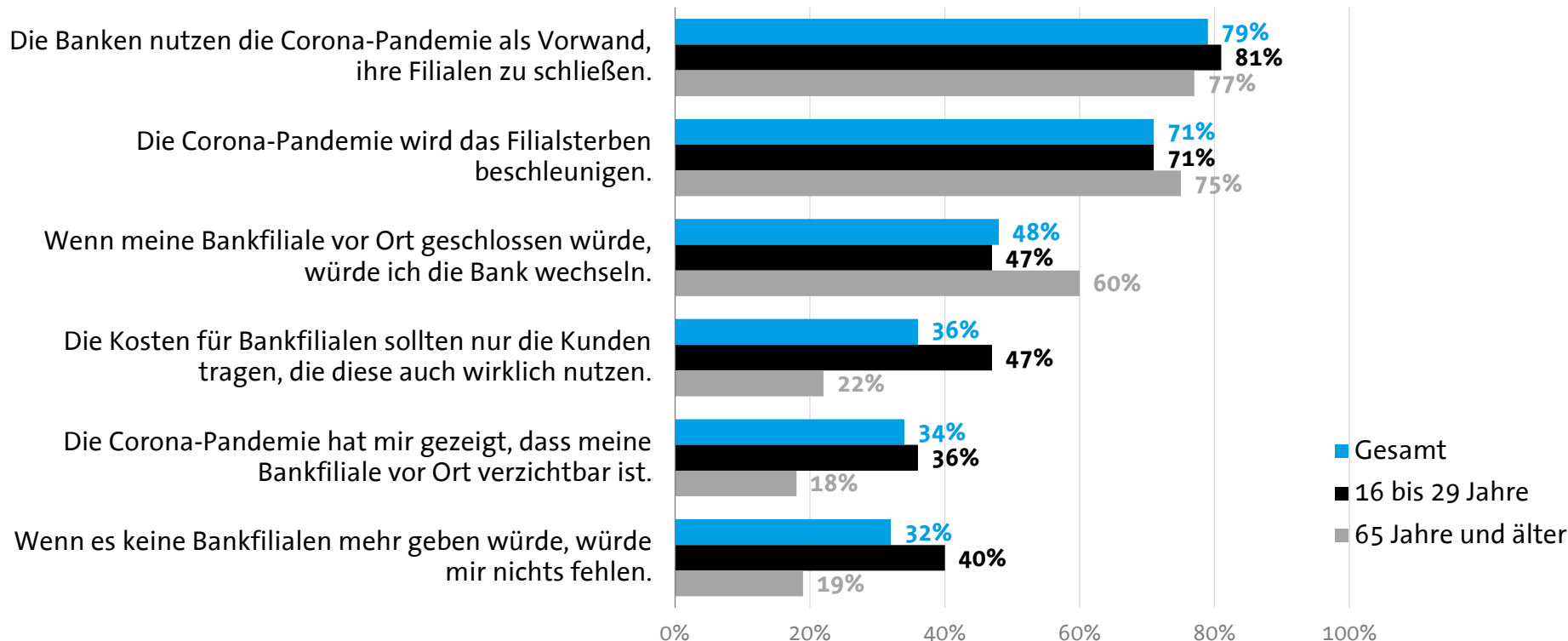
Jüngere verzichten bereits mehrheitlich auf den Filial-Besuch

Verwenden Sie ausschließlich Online-Banking oder besuchen Sie zumindest noch hin und wieder auch eine Bankfiliale mit persönlichem Kontakt zu Bankangestellten?



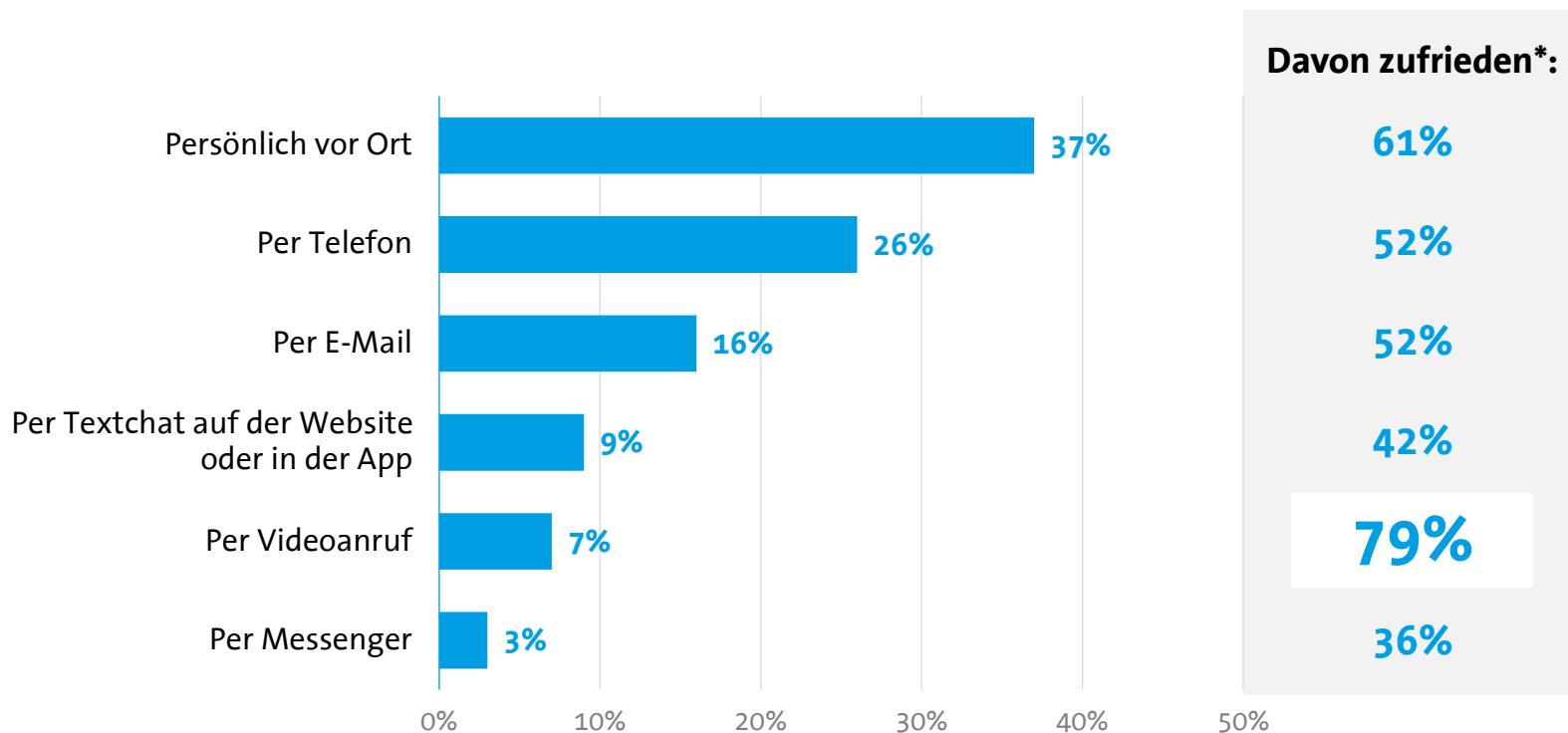
Als Corona-Folge: Große Mehrheit rechnet mit Abbau von Filialen

Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zum Thema Bankfiliale zu bzw. nicht zu?*



Zufriedenheit mit Videoberatung ist besonders hoch

Haben Sie sich schon einmal von einer Bank oder einem Finanzdienstleister auf eine der folgenden Arten beraten lassen & wie zufrieden waren Sie mit der Beratung?



3

Versicherungen – noch viel
Wachstumspotenzial für Online-
Angebote

Versicherungen: Noch viel Potenzial für Online-Angebote

Inwieweit stimmen Sie den Aussagen zum Thema Versicherungen zu bzw. nicht zu? **



57%

Ich kann mir vorstellen, meine Versicherungsangelegenheiten auch direkt **in meinem Online-Banking** zu erledigen.*



44%

Ich habe einen **guten Überblick** über meine Versicherungen.

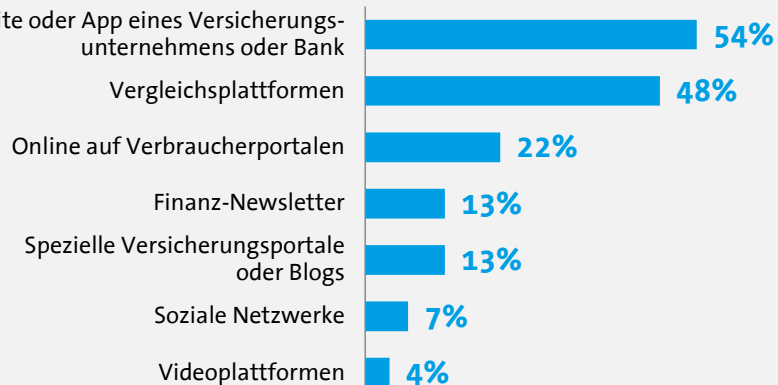
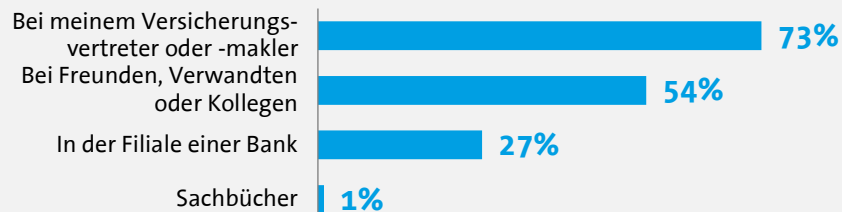
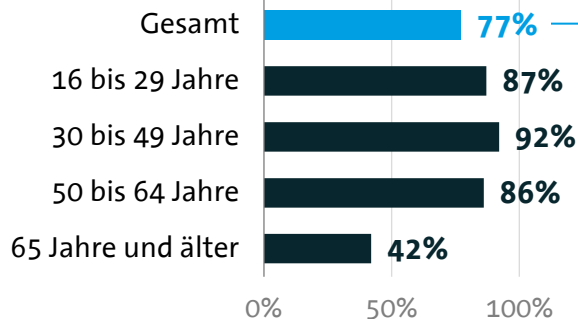
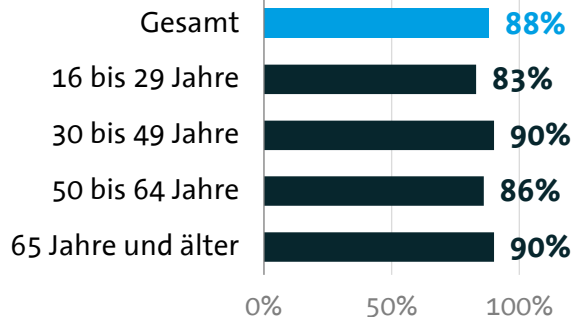


37%

Ich würde gerne mehr Versicherungsprodukte **digital abschließen**.

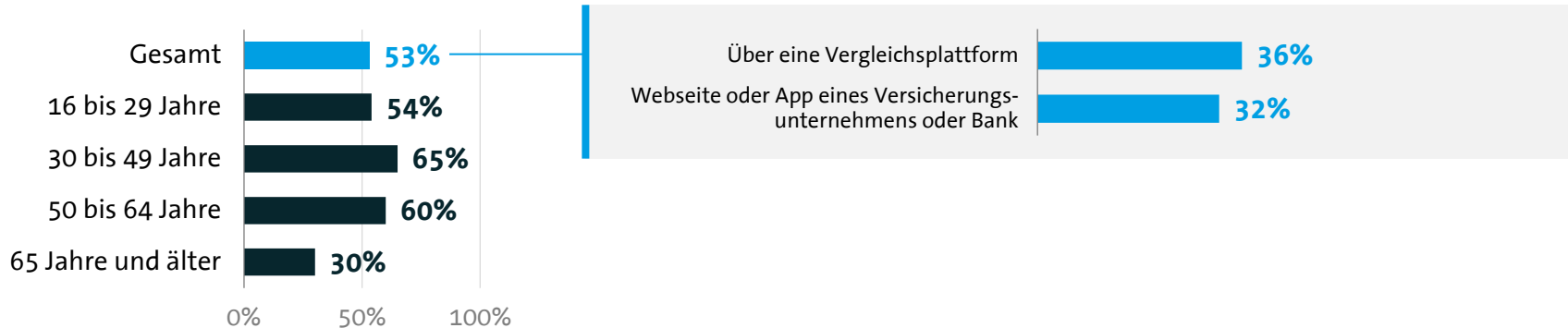
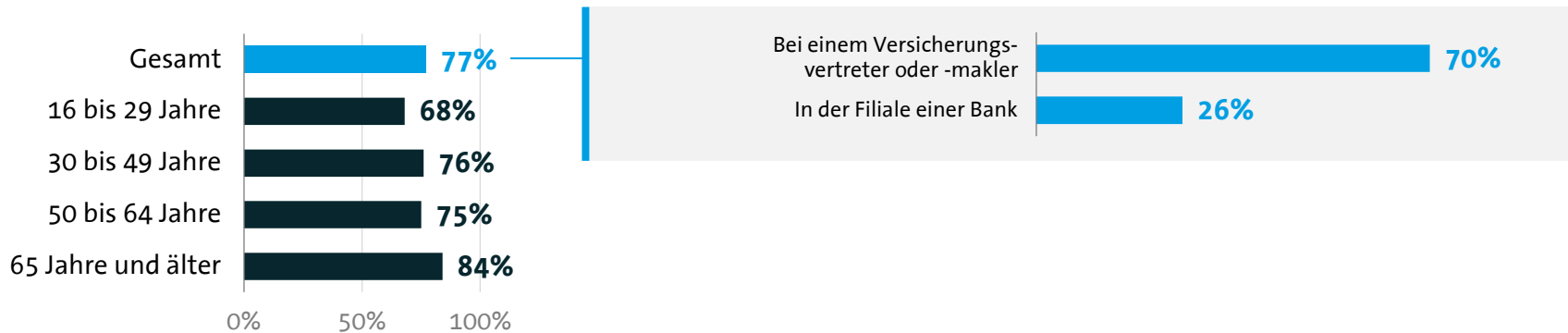
Digitale Informationsquellen liegen bei den Jüngeren vorne

Wo informieren Sie sich in der Regel vor dem Abschluss einer Versicherung?



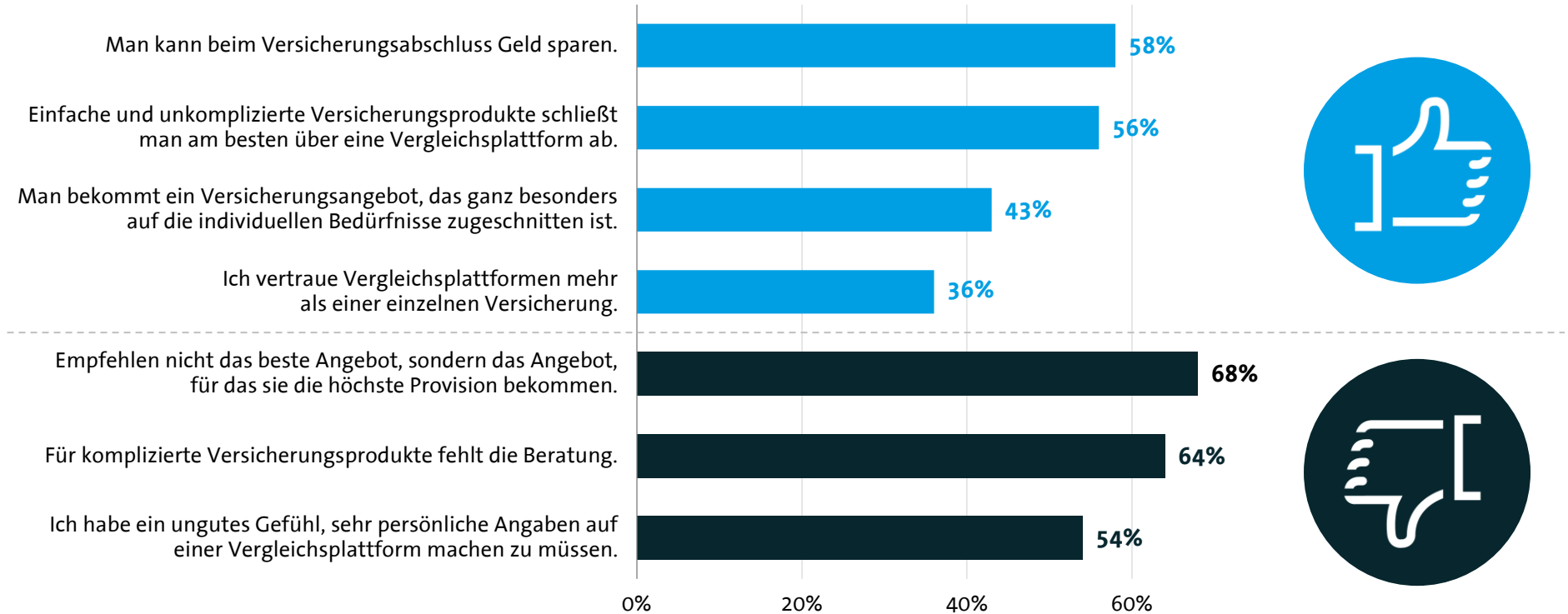
Die Hälfte hat schon digital eine Versicherung abgeschlossen

Wo haben Sie schon einmal selbst eine Versicherung abgeschlossen?



Bei Vergleichsplattformen werden Vor- und Nachteile gesehen

Inwieweit stimmen Sie folgenden Aussagen zu Vergleichsplattformen für Versicherungen zu bzw. nicht zu?*

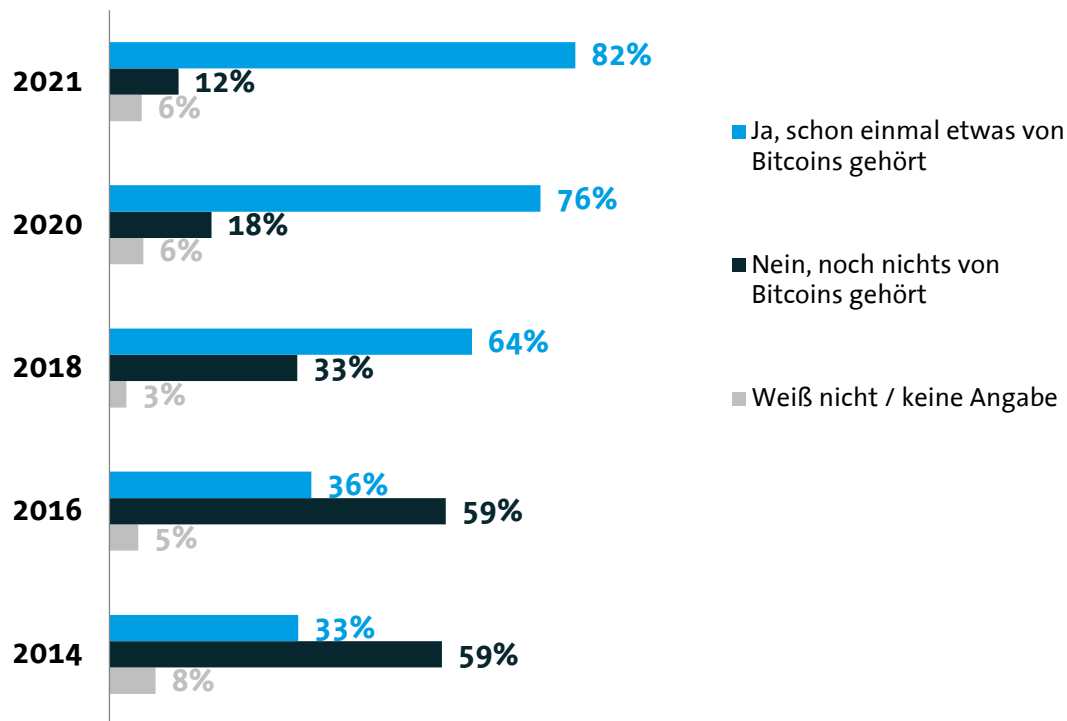


4

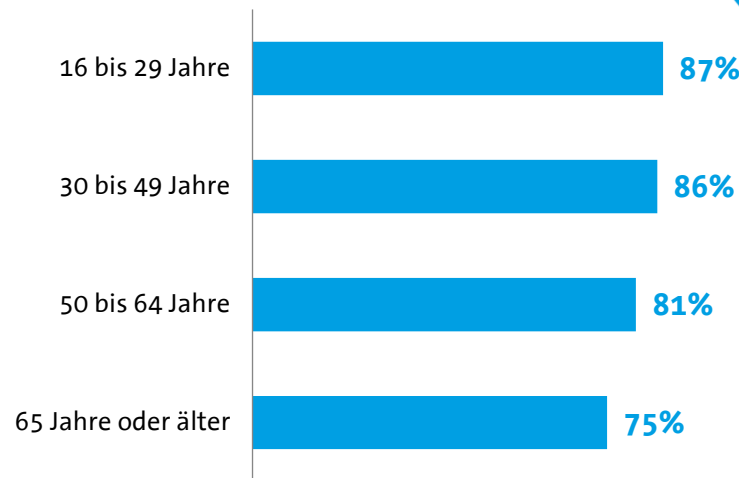
Kryptowährungen – Bekanntheit und Verständnis nehmen zu

Von Kryptowährungen haben die allermeisten schon gehört

Haben Sie schon einmal etwas von Bitcoin oder sogenannten Kryptowährungen gehört bzw. gelesen?

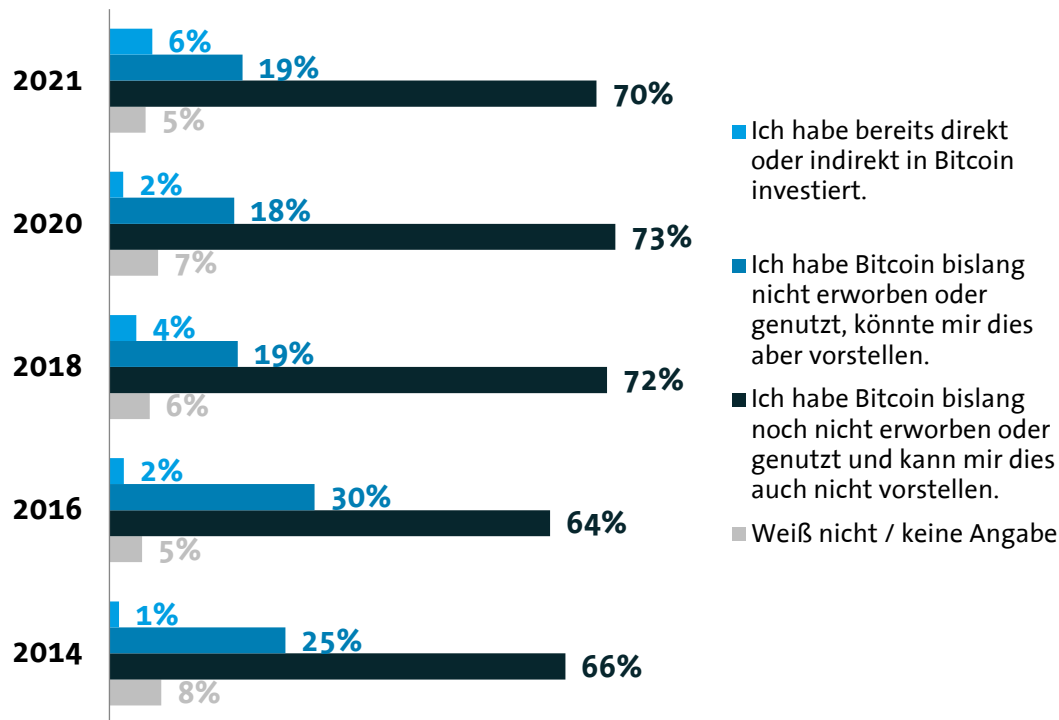


Ja, schon einmal etwas von Bitcoins gehört

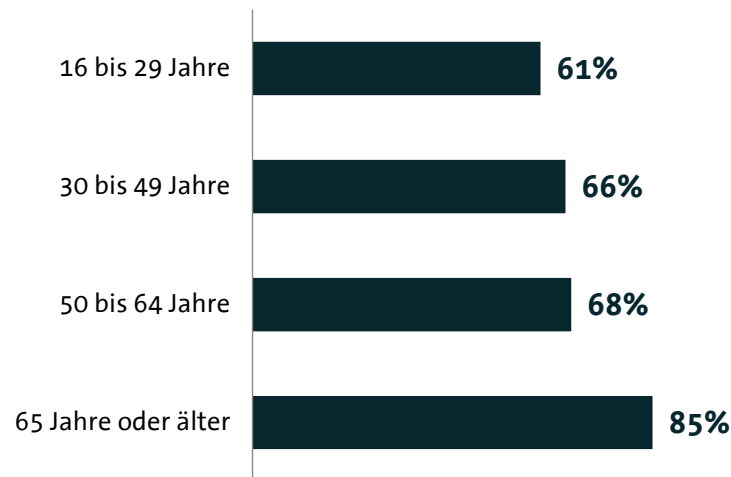


Mehrheit steht Kryptowährungen weiterhin skeptisch gegenüber

Welche dieser Aussagen über Bitcoin oder sogenannte Kryptowährungen trifft auf Sie selbst am besten zu?

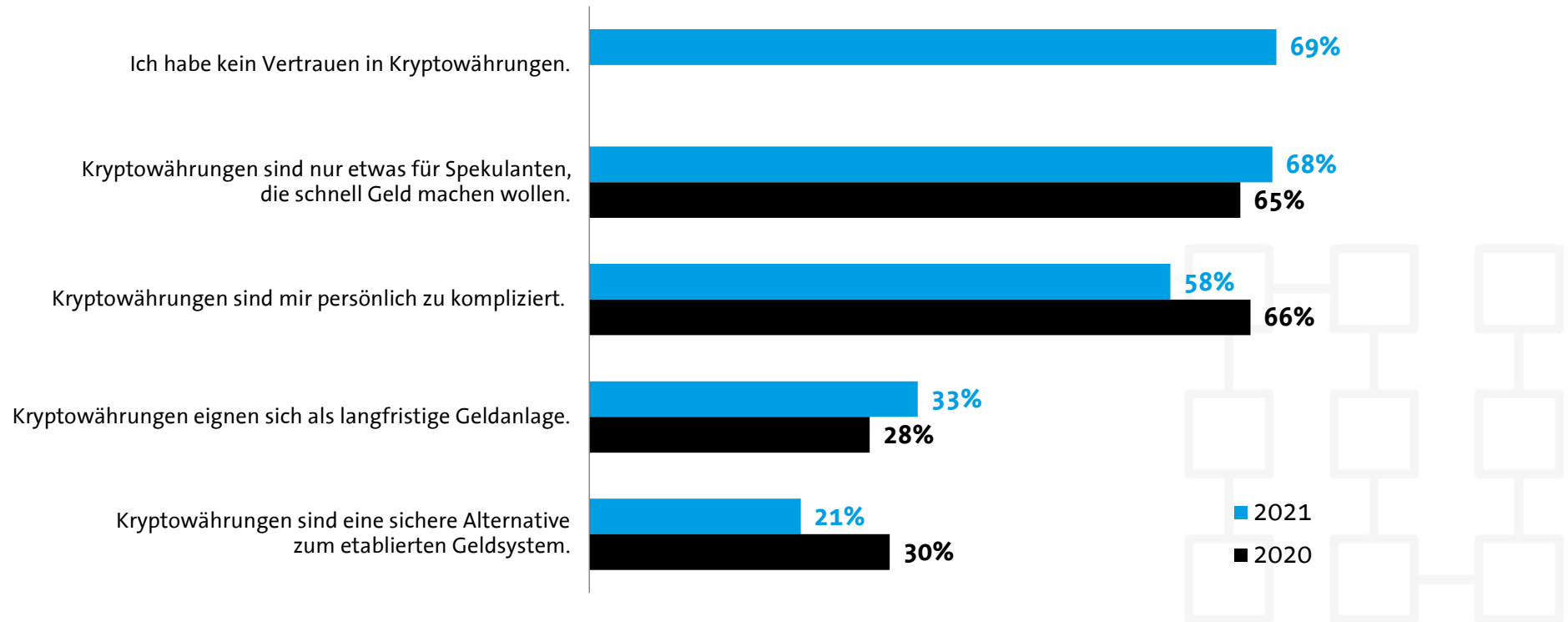


Ich habe Bitcoin bislang noch nicht erworben oder genutzt und kann mir dies auch nicht vorstellen.



Verständnis nimmt zu, aber Vertrauen bleibt gering

Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu Kryptowährungen zu oder nicht zu?*



5

Untersuchungsdesign & Methodik

Untersuchungsdesign & Methodik I

Studie	Erhebungszeitraum	Grundgesamtheit	Stichprobe	Erhebungsmethode
Digital Banking 2014	Juni 2014	In Privathaushalten mit Telefonanschluss lebende deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren	n=1.008, darunter 785 Internetnutzende und 537 Online-Banking-Nutzende	CATI-Befragung
Digital Banking 2015	Mai 2015	In Privathaushalten mit Telefonanschluss lebende deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren	n=1.011, darunter 800 Internetnutzende und 587 Online-Banking-Nutzende	CATI-Befragung
Digital Banking 2016	Mai 2016	In Privathaushalten mit Telefonanschluss lebende deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren	n=1.007, darunter 814 Internetnutzende und 572 Online-Banking-Nutzende	CATI-Befragung
Digital Banking 2017	Mai 2017	In Privathaushalten mit Telefonanschluss lebende deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren	n=1.009, darunter 811 Internetnutzende und 593 Online-Banking-Nutzende	CATI-Befragung
Kryptowährungen 2018	Januar 2018	In Privathaushalten mit Telefonanschluss lebende deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren	n=1.009, darunter 829 Internetnutzende	CATI-Befragung (Dual Frame)
Digital Banking 2018	März 2018	In Privathaushalten mit Telefonanschluss lebende deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren	n=1.006, darunter 831 Internetnutzende und 627 Online-Banking-Nutzende	CATI-Befragung (Dual Frame)

Alle Umfragen sind repräsentativ und wurden von Bitkom Research im Auftrag des Digitalverbands Bitkom durchgeführt. Die statistische Fehlertoleranz der B2C Studien liegt bei +/- 3 Prozentpunkten in der Gesamtstichprobe.

Untersuchungsdesign & Methodik II

Studie	Erhebungszeitraum	Grundgesamtheit	Stichprobe	Erhebungsmethode
Digital Finance 2019	April 2019	In Privathaushalten mit Telefonanschluss lebende deutschsprachige Bevölkerung ab 16 Jahren	n=1.005, darunter 823 Internetnutzende und 702 Online-Banking-Nutzende	CATI-Befragung (Dual Frame)
Digital Finance 2020	August / September 2020	In Privathaushalten mit Telefonanschluss lebende deutschsprachige Bevölkerung ab 16 Jahren	n=1.004, darunter 829 Internetnutzende und 735 Online-Banking-Nutzende	CATI-Befragung (Dual Frame)
Digital Finance 2021	April 2021	In Privathaushalten mit Telefonanschluss lebende deutschsprachige Bevölkerung ab 16 Jahren	n=1.003, darunter 858 Internetnutzende und 807 Online-Banking-Nutzende	CATI-Befragung (Dual Frame)
Kryptowährungen 2021	Mai 2021	In Privathaushalten mit Telefonanschluss lebende deutschsprachige Bevölkerung ab 16 Jahren	n=1.004, darunter 868 Internetnutzende	CATI-Befragung (Dual Frame)

Alle Umfragen sind repräsentativ und wurden von Bitkom Research im Auftrag des Digitalverbands Bitkom durchgeführt. Die statistische Fehlertoleranz der B2C Studien liegt bei +/- 3 Prozentpunkten in der Gesamtstichprobe.

6

Verantwortliche & Impressum

Verantwortliche

Bitkom e.V.

Albrechtstraße 10
10117 Berlin

T 030 27576 0

F 030 27576 400

@bitkom

bitkom@bitkom.org
www.bitkom.org



Kevin Hackl

Referent Digital Banking &
Financial Services

E k.hackl@bitkom.org

T 030 275 76 109



Fabian Nadler

Bereichsleiter Digital Insurance &
InsurTech

E f.nadler@bitkom.org

T 030 275 76 164



Lukas Gentemann

Senior Research Consultant
Bitkom Research

E l.gentemann@bitkom-research.de

T 030 275 76 545

Infos zum Bitkom und zu Bitkom Research

Bitkom vertritt mehr als 2.700 Unternehmen der digitalen Wirtschaft, davon gut 2.000 Direktmitglieder. Sie erzielen allein mit IT- und Telekommunikationsleistungen jährlich Umsätze von 190 Milliarden Euro, darunter Exporte in Höhe von 50 Milliarden Euro. Die Bitkom-Mitglieder beschäftigen in Deutschland mehr als 2 Millionen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Zu den Mitgliedern zählen 1.000 Mittelständler, mehr als 500 Startups und nahezu alle Global Player. Sie bieten Software, IT-Services, Telekommunikations- oder Internetdienste an, stellen Geräte und Bauteile her, sind im Bereich der digitalen Medien tätig oder in anderer Weise Teil der digitalen Wirtschaft. 80 Prozent der Unternehmen haben ihren Hauptsitz in Deutschland, jeweils 8 Prozent kommen aus Europa und den USA, 4 Prozent aus anderen Regionen. Bitkom fördert und treibt die digitale Transformation der deutschen Wirtschaft und setzt sich für eine breite gesellschaftliche Teilhabe an den digitalen Entwicklungen ein. Ziel ist es, Deutschland zu einem weltweit führenden Digitalstandort zu machen.

Bitkom Research ist eine Marke der Bitkom Servicegesellschaft mbH, ein Tochterunternehmen des Bitkom e.V., und bietet Marktforschung aus einer Hand, von der Beratung und Konzeption über die Durchführung von Feldstudien bis hin zur öffentlichkeitswirksamen Vermarktung der Ergebnisse. Bitkom Research liefert Daten und Analysen, die ITK-Anbieter und Anwender in ihren Entscheidungen zur Geschäftsentwicklung sowie bei der Umsetzung von Marketing- und PR-Maßnahmen unterstützen.

Impressum

Herausgeber

Bitkom e.V.

Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V.

Albrechtstraße 10 | 10117 Berlin

Verantwortliche

Kevin Hackl | Referent Digital Banking & Financial Services Bitkom | T 030 27576-126 | k.hackl@bitkom.org

Fabian Nadler | Bereichsleiter Digital Insurance & InsurTech Bitkom | T 030 27576-164 | f.nadler@bitkom.org

Lukas Gentemann | Senior Research Consultant Bitkom Research | T 030 27576-545 | l.gentemann@bitkom-research.de

Redaktion

Kevin Hackl | Fabian Nadler | Lukas Gentemann

Gestaltung

Katrin Krause

Impressum

Copyright

Bitkom 2021

Diese Publikation stellt eine allgemeine unverbindliche Information dar. Die Inhalte spiegeln die Auffassung im Bitkom zum Zeitpunkt der Veröffentlichung wider. Obwohl die Informationen mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt wurden, besteht kein Anspruch auf sachliche Richtigkeit, Vollständigkeit und/oder Aktualität, insbesondere kann diese Publikation nicht den besonderen Umständen des Einzelfalles Rechnung tragen. Eine Verwendung liegt daher in der eigenen Verantwortung des Lesers. Jegliche Haftung wird ausgeschlossen. Alle Rechte, auch der auszugsweisen Vervielfältigung, liegen beim Bitkom.

The background of the slide features a close-up, slightly blurred image of Euro banknotes. The focus is on the intricate security patterns and the large white stars on a red background, characteristic of the Euro currency. The colors are warm, with shades of green, yellow, and red.

Digital Finance 2021 – Die Transformation der Finanzindustrie in Zahlen

Berlin, September 2021

bitkom