



Digital Finance 2020 Die Transformation der Finanzindustrie in Zahlen

Berlin, Januar 2021

bitkom

Vorwort

Die Banken- und Finanzwelt wird sich in den kommenden Jahren weiter stark verändern – getrieben durch die Digitalisierung und dahinterliegende Geschäftsmodelle. Nur zwei Beispiele aus der jährlichen „Digital Finance“-Umfrage des Digitalverbands Bitkom, die in diesem Studienbericht zusammengefasst sind: 7 Prozent der Bürger gehen mindestens einmal pro Woche in eine Bankfiliale, aber 41 Prozent seltener als monatlich. Und während 2014 gerade einmal jeder Zweite Online-Banking genutzt hat, sind es heute drei Viertel der Bundesbürger. Wenn man die Senioren ausklammert, die mit 22 Prozent an Online-Banking-Nutzern recht zurückhaltend sind, dann sind es bei den Übrigen rund 9 von 10. Längst nutzen nicht nur FinTechs und InsurTechs die Möglichkeiten einer digitalisierten Finanzwelt, auch etablierte Banken und Versicherungen haben die unübersehbaren Zeichen der Zeit erkannt: Die Kunden wollen kontaktlos mit ihrem Smartphone oder ihrer Smartwatch bezahlen und wer im Job mehrere Videokonferenzen am Tag absolviert, der möchte für eine Finanzberatung nicht unbedingt zu den Öffnungszeiten der Filiale persönlich erscheinen. Solche Veränderungen in den Kundenwünschen sind nicht nur eine echte Herausforderung, sie sind vor allem eine riesige Chance, mit den richtigen digitalen Produkten und Angeboten den Zugang zu völlig neuen Kundengruppen zu bekommen. Der vorliegende Studienbericht gibt einen Überblick darüber, wie die Bundesbürger diese neue digitale Finanzwelt sehen und was sie von ihrer Bank erwarten. Bei der Lektüre wünschen wir Ihnen viel Freude und hoffentlich viele neue Erkenntnisse!

Kevin Hackl

Inhalt

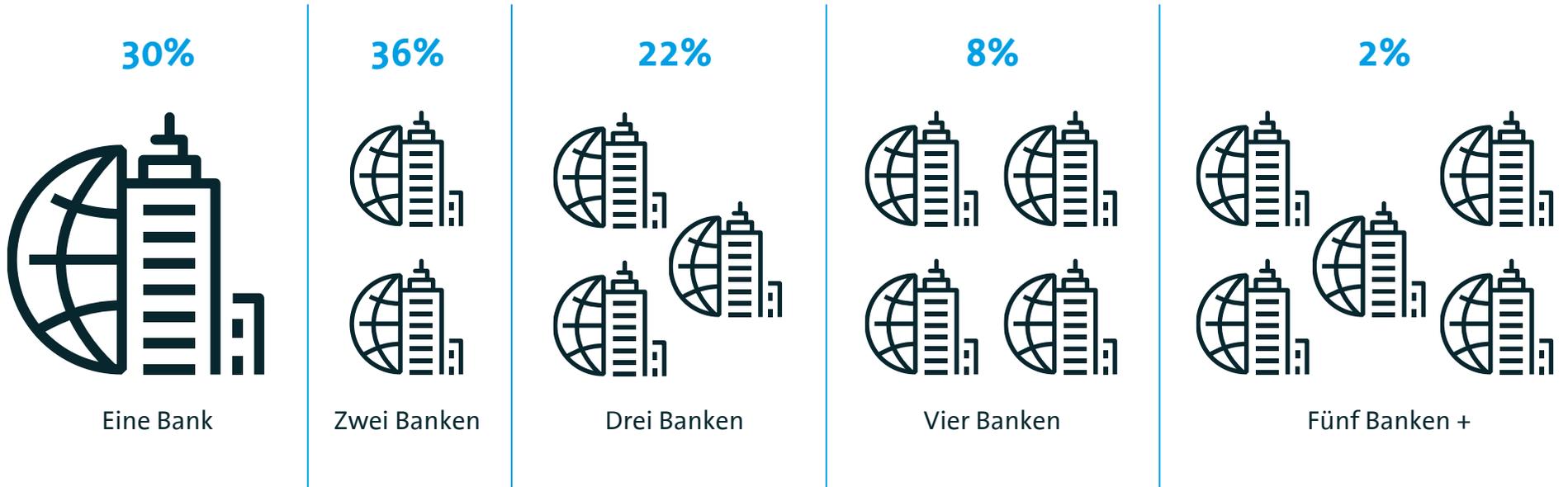
1	Der Verbraucher und sein Verhältnis zu Banken	4
2	Online-Banking – nur die Älteren zögern noch	10
3	Wertpapiergeschäfte im digitalen Zeitalter	25
4	Kryptowährungen – der nächste Schritt bei der Digitalisierung der Finanzwelt?	30
5	Untersuchungsdesign & Methodik	34
6	Ansprechpartner & Impressum	37

1

Der Verbraucher und sein Verhältnis zu Banken

Mehrheit setzt auf mehr als eine Bank

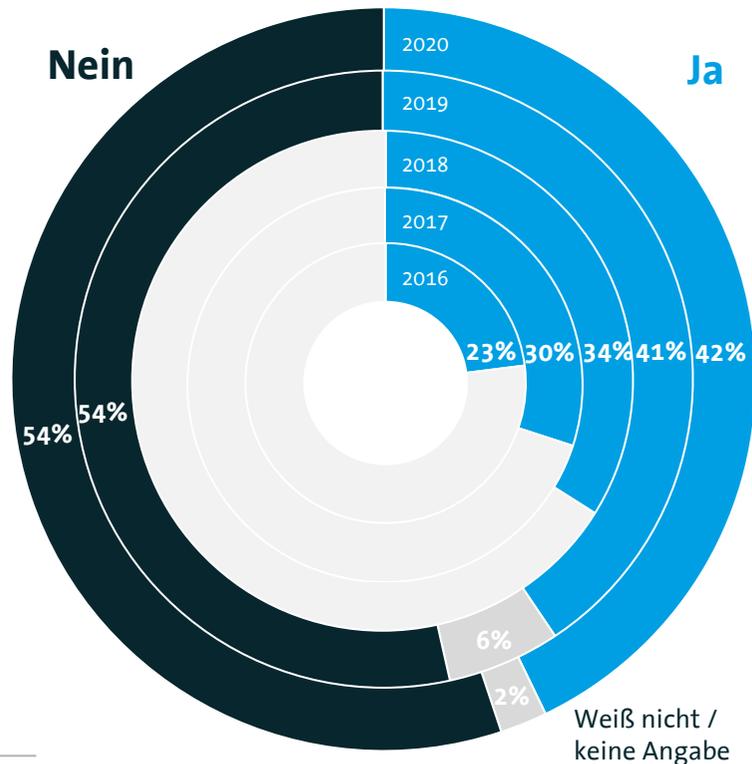
Zu wie vielen Banken unterhalten Sie eine Geschäftsbeziehung, d. h. bei wie vielen Banken haben Sie Konten oder Depots?



Zwei von fünf Deutschen haben schon mal ihr Konto gewechselt

Haben Sie schon mal Ihr hauptsächlich genutztes Girokonto gewechselt?

Wie häufig haben Sie bereits Ihr Girokonto gewechselt?



	2020	2019
1 Wechsel	11%	16%
2 Wechsel	22%	21%
3 Wechsel	31%	30%
4 Wechsel	20%	16%
5+ Wechsel	11%	11%
Ø Anzahl an Wechseln	3,0	2,9

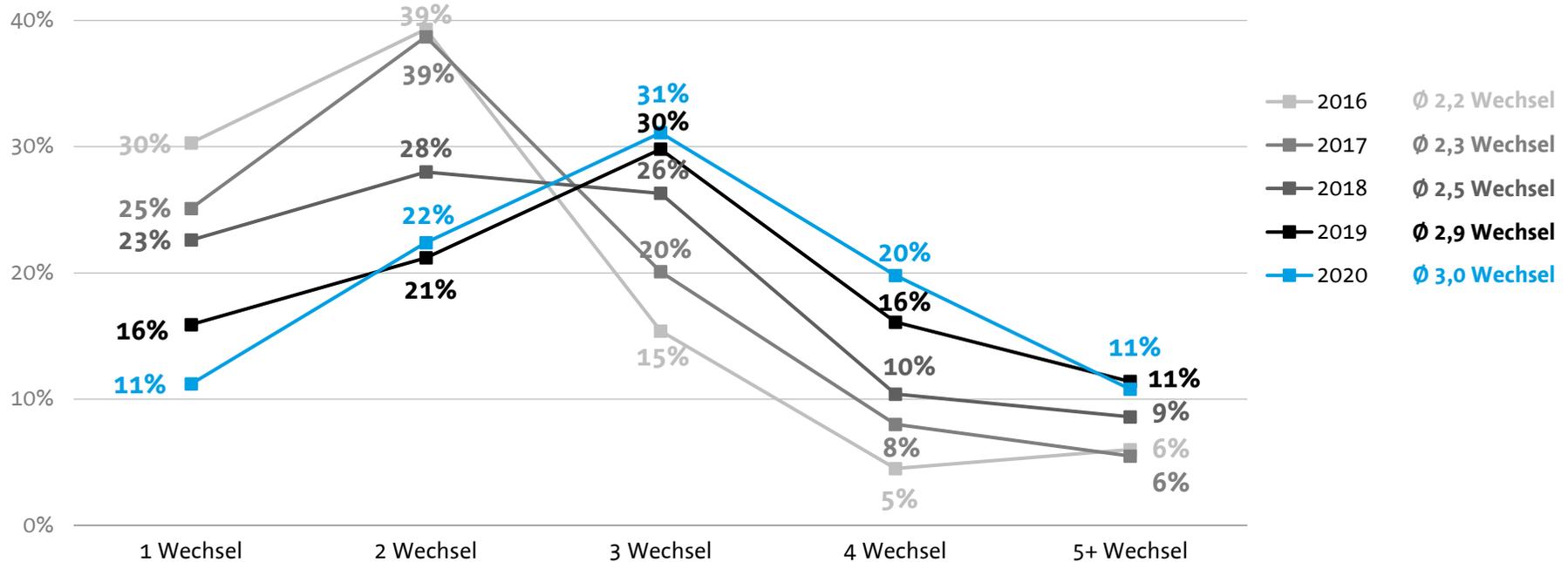
Basis links: Alle Befragten (2020: n=1.004 | 2019: n=1.005 | 2018: n=1.006 | 2017: 1.009 | 2016: 1.007) | Abweichungen von 100% sind rundungsbedingt

Basis rechts: Befragte, die ihr Girokonto schon einmal gewechselt haben (2020: n=421 | 2019: n=409)

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

Bankkunden sind immer wechselwilliger

Haben Sie schon mal Ihr hauptsächlich genutztes Girokonto gewechselt?



Basis: Befragte, die Ihr Girokonto schon einmal gewechselt haben (2020: n=421 | 2019: n=409 | 2018: n=344 | 2017: 300 | 2016: 236)

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

Kunden achten zuallererst auf Kosten und Sicherheit

Wie wichtig sind Ihnen die folgenden Aspekte bei Ihrer Bank?



98%

Höhe der
Kontoführungs-
gebühren

2019: 95%



98%

Höhe der
Einlagen-
sicherung

2019: 94%



97%

Viele
Geldautomaten,
die ich kostenlos
nutzen kann

2019: 95%
2018: 91%
2017: 91%



75%

Herkunftsland
der Bank

2019: 69%



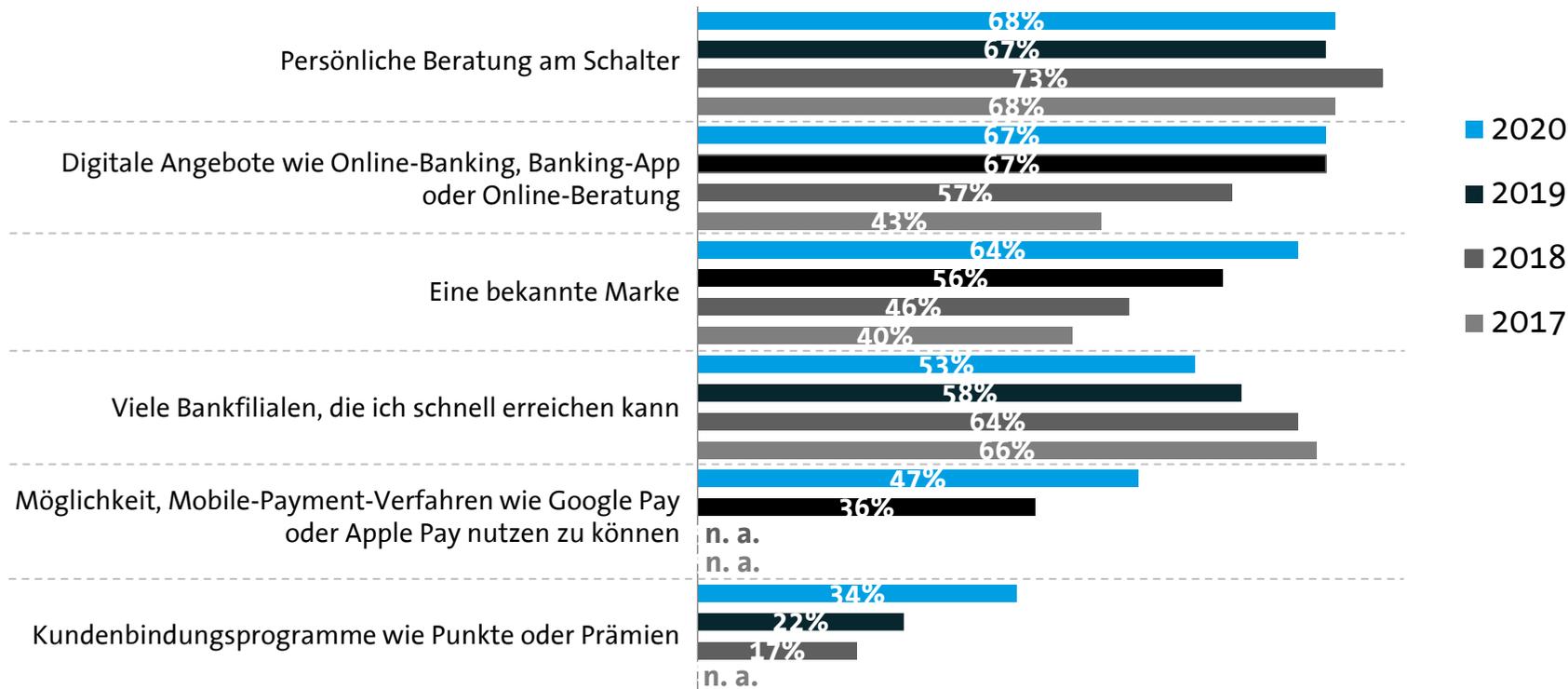
68%

Gebührenfreier
Zugang zu
Bargeld im
Ausland

2019: 69%
2018: 66%
2017: 66%

Digitale Angebote sind wichtiger als eine nahegelegene Bankfiliale

Wie wichtig sind Ihnen die folgenden Aspekte bei Ihrer Bank?

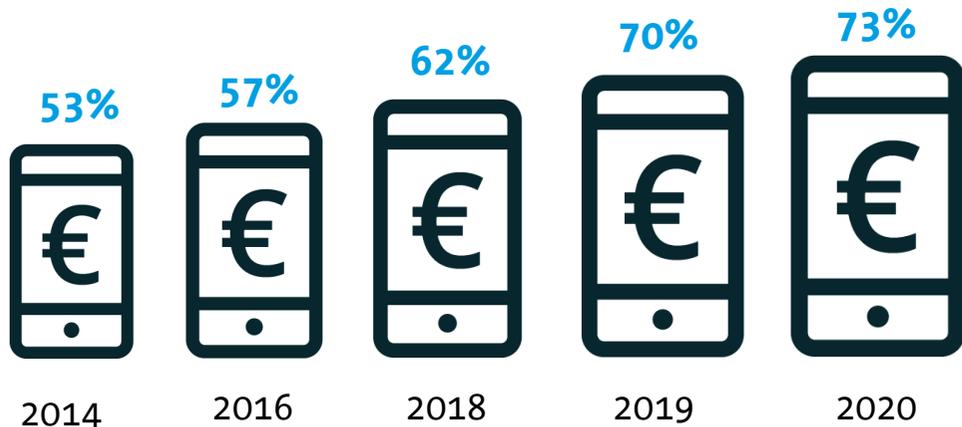


2

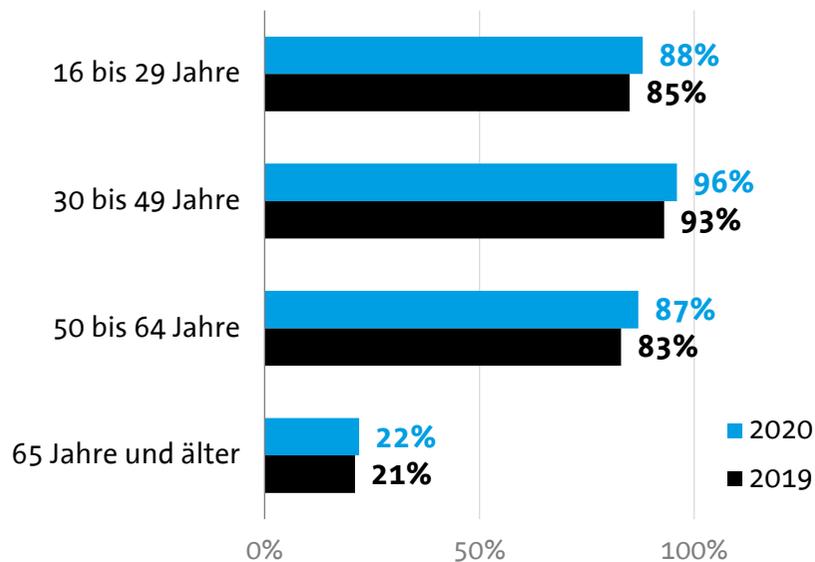
Online-Banking – nur die Älteren
zögern noch

Drei von vier Bundesbürgern setzen auf Online-Banking

Nutzen Sie Online-Banking?

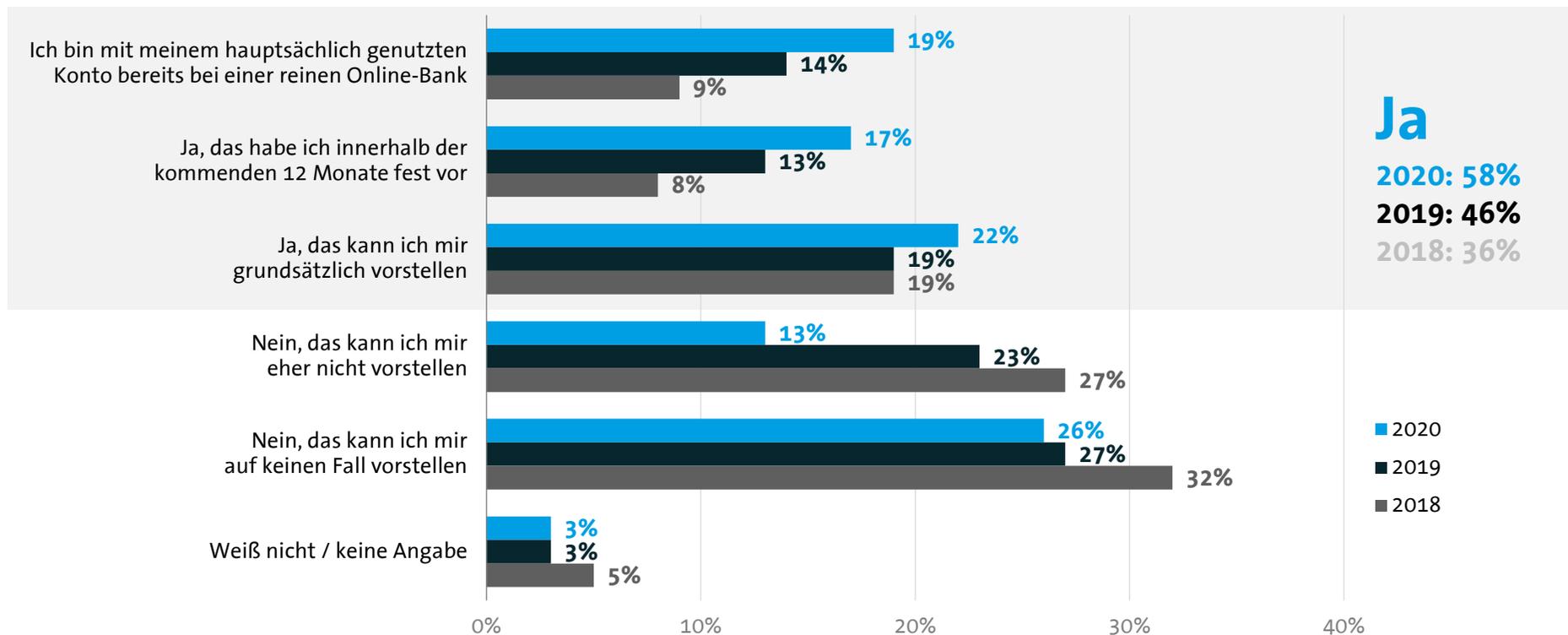


Weitere 10% können sich vorstellen, künftig Online-Banking zu nutzen oder haben es fest vor.



Nutzung und Interesse an reinen Online-Banken wird stetig größer

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



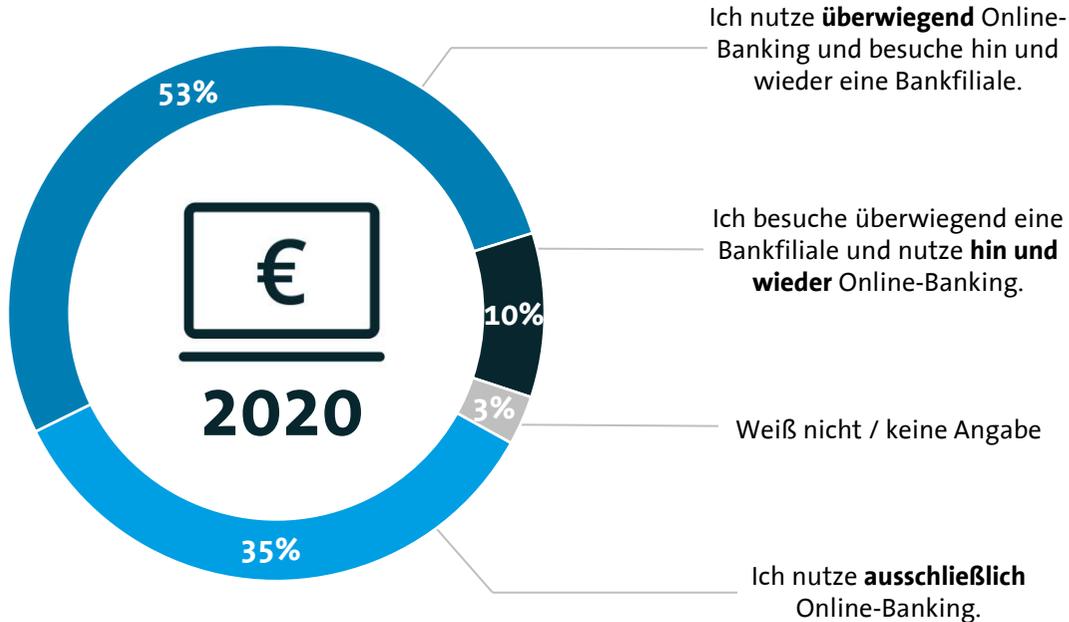
Jeder dritte Online-Banking-Nutzer braucht keine Filiale mehr

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

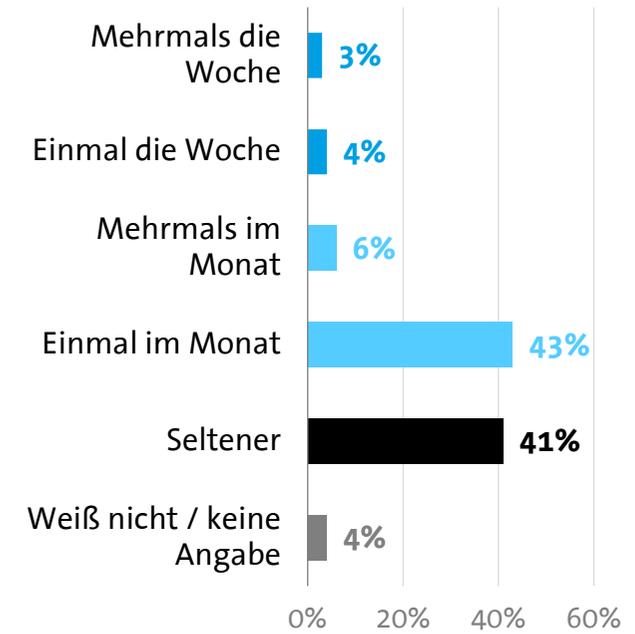


Die Bankfiliale hat einen schweren Stand

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



Wie häufig besuchen Sie eine Bankfiliale und haben persönlichen Kontakt zu einem Bankangestellten?



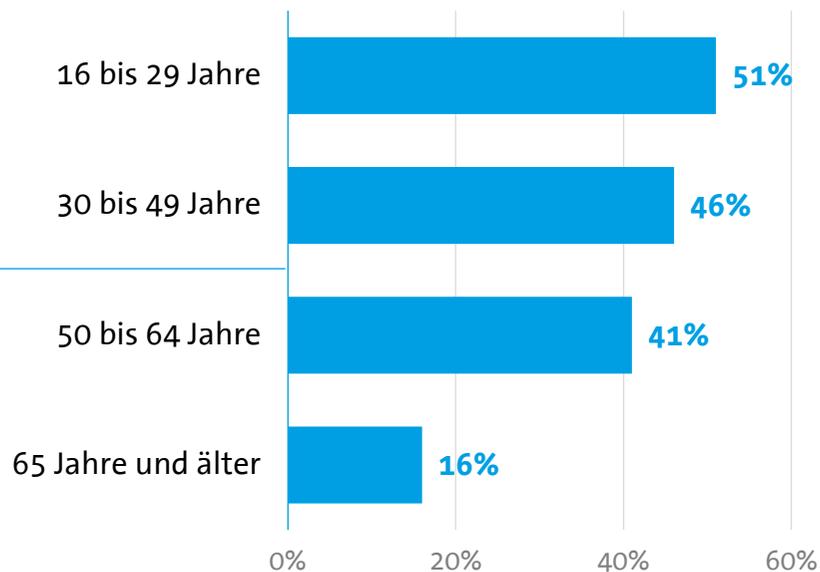
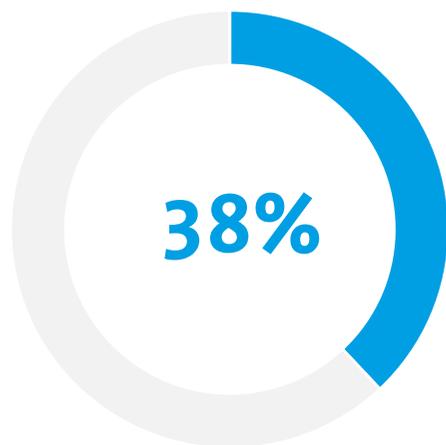
Basis links: Online-Banking-Nutzer (2020: n=735 | 2019: n=702 | 2018: n=627) | Basis rechts: Alle Befragten (2020: n=1.004)

14 Abweichungen von 100% sind rundungsbedingt | Quelle: Bitkom Research

Jeder Dritte könnte schon heute auf Bankfilialen verzichten

Inwieweit stimmen Sie der folgenden Aussage zu oder nicht zu?

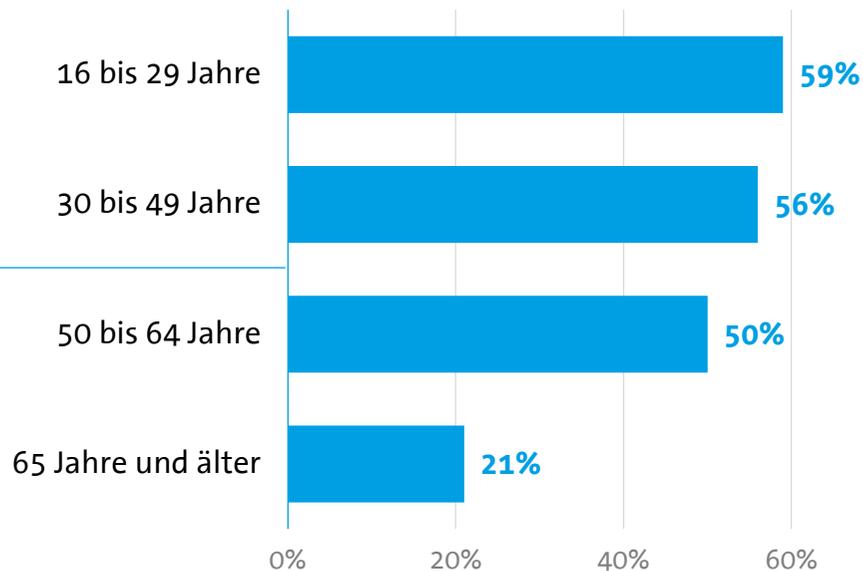
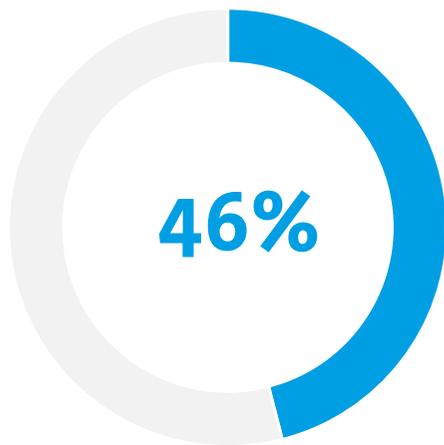
Wenn es keine Bankfilialen mehr geben würde, würde mir nichts fehlen.



Jüngere wollen nicht für Bankfilialen zahlen, die sie nicht nutzen

Inwieweit stimmen Sie der folgenden Aussage zu oder nicht zu?

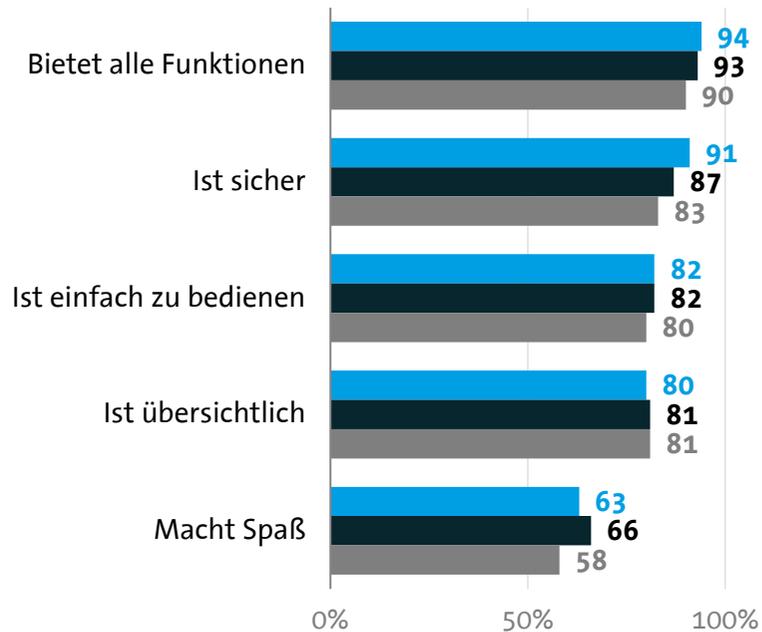
Die Kosten für Bankfilialen sollten nur die Kunden tragen, die diese auch wirklich nutzen.



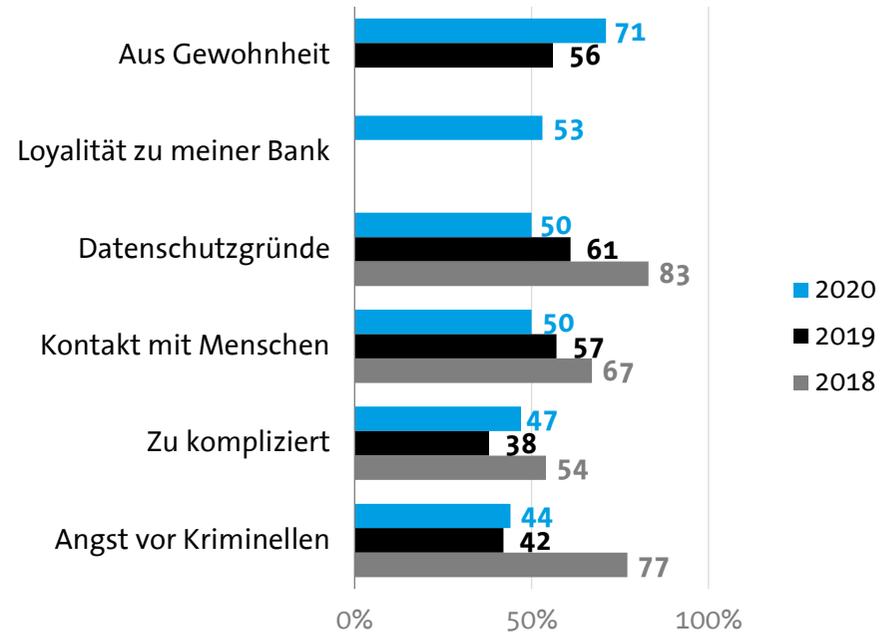
Online-Banking: Zufriedenheit steigt, Ängste schwinden

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?



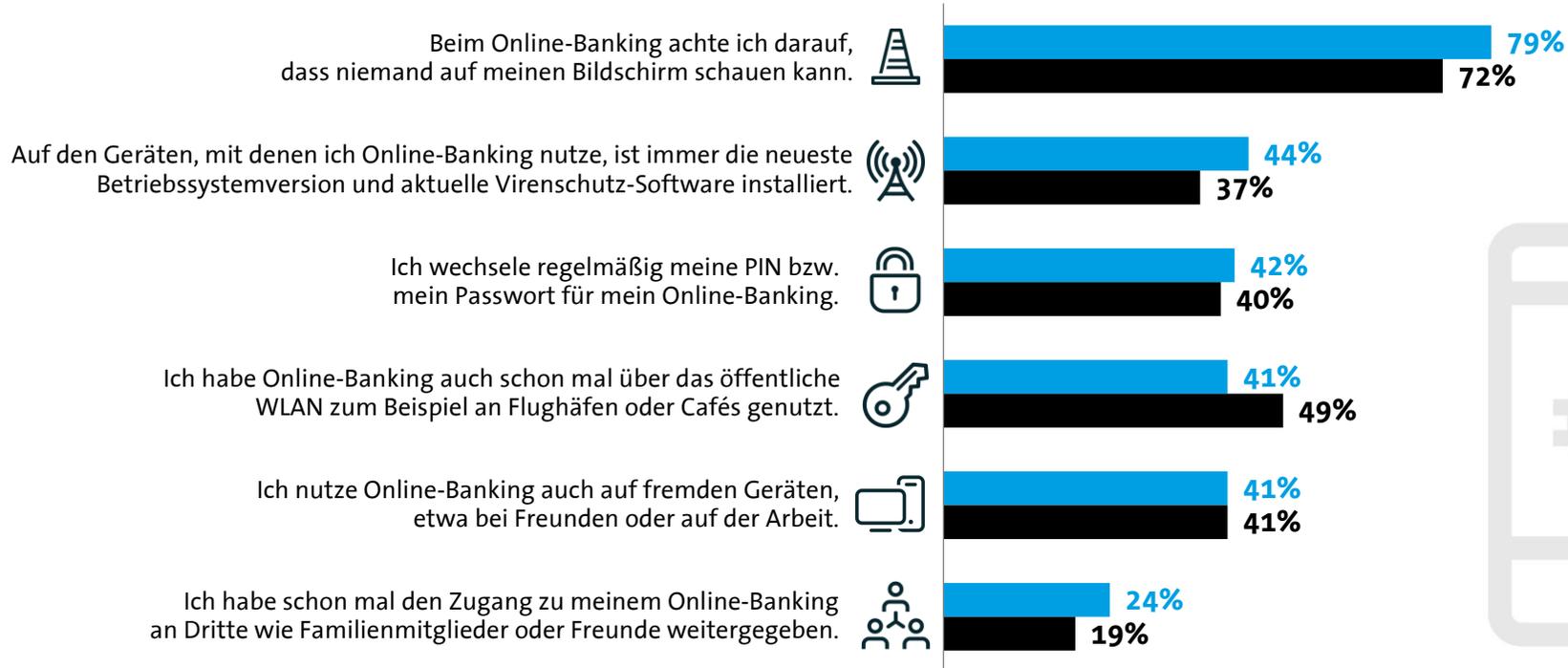
Basis links: Online-Banking-Nutzer (2020: n=735; 2019: n=702; 2018: n=627)

Basis rechts: Befragte, die kein Online-Banking nutzen (2020: n=68; 2019: n=95; 2018: n=379)

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

Online-Banking-Nutzer können noch mehr für ihre Sicherheit tun

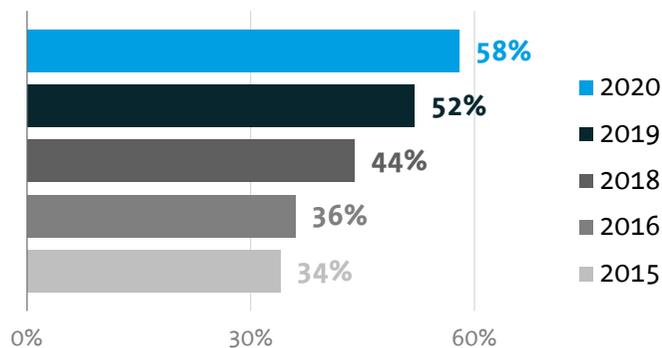
Inwieweit treffen die folgenden Aussagen auf Ihr persönliches Nutzungsverhalten beim Online-Banking zu oder nicht zu?



Smartphone ist das zweitwichtigste Banking-Gerät

Über welche Endgeräte nutzen Sie aktuell Online-Banking?

Smartphone



Smartphone-Banking nach Alter

72% 16 bis 29 Jahre

58% 30 bis 49 Jahre

52% 50 bis 64 Jahre

43% 65 Jahre und älter



Laptop
2020: 82%

16 bis 29 Jahre: 90%



Tablet Computer
2020: 50%

16 bis 29 Jahre: 53%

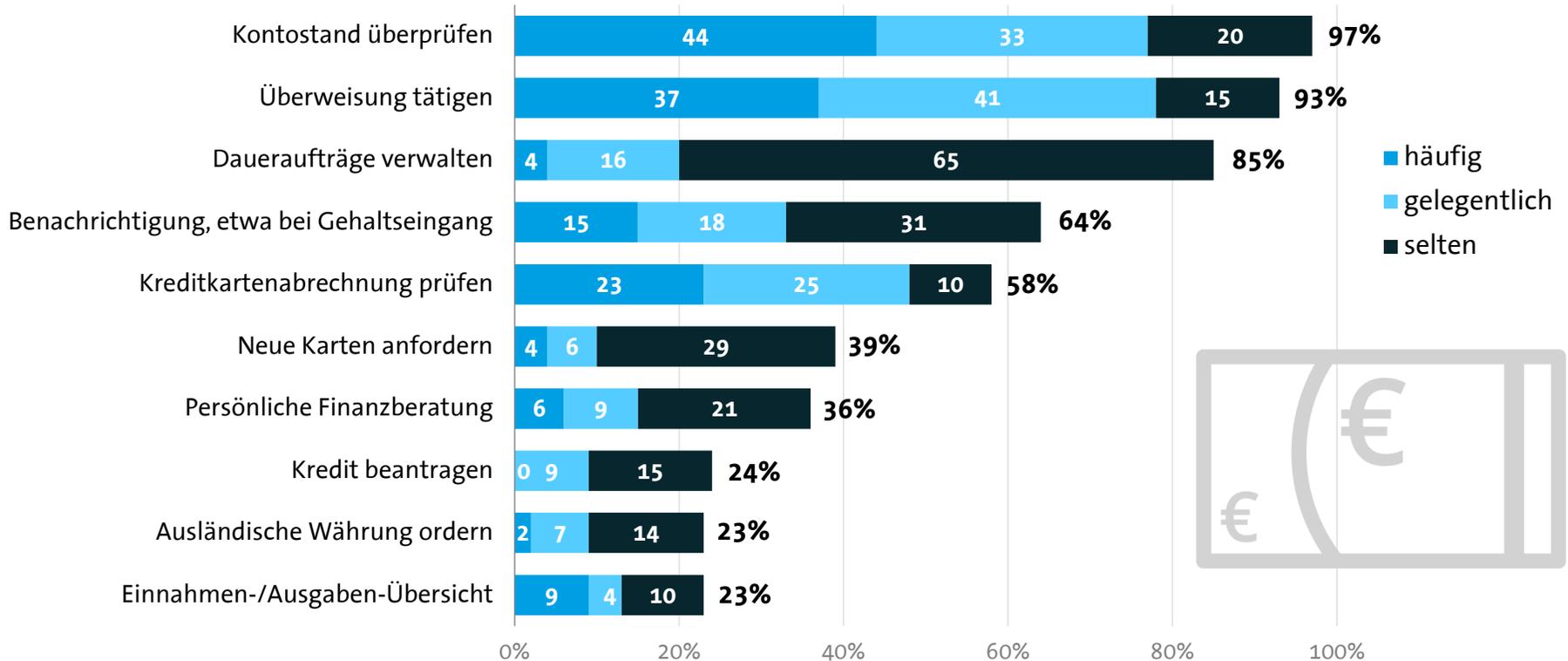


Desktop PC
2020: 53%

16 bis 29 Jahre: 37%

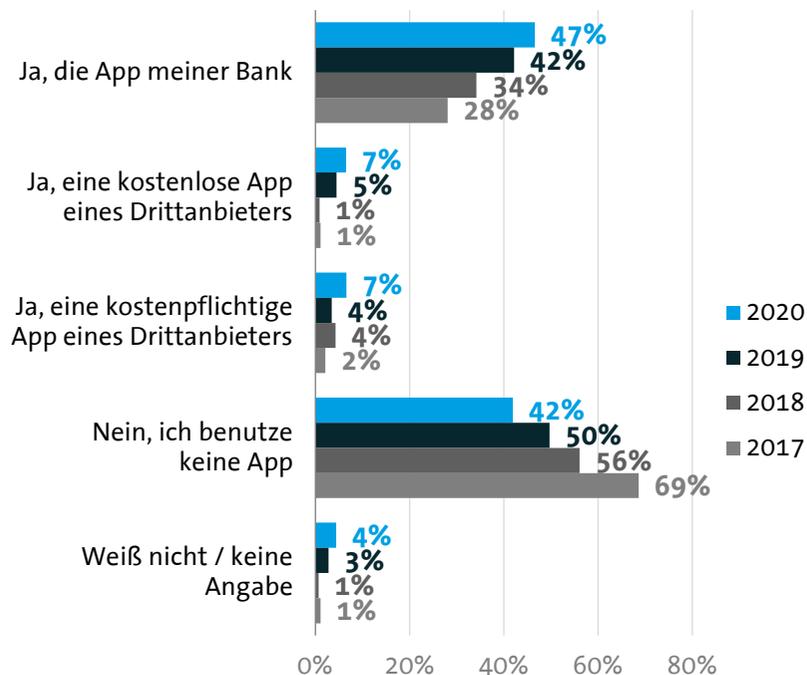
Einfache Anwendungen dominieren das Online-Banking

Wie häufig nutzen Sie die jeweiligen Online-Banking-Angebote?



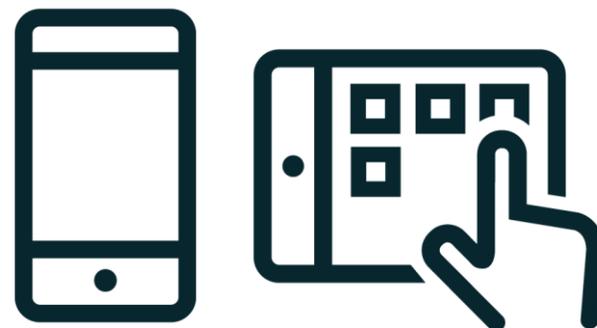
Jeder zweite Online-Banking-Nutzer verwendet eine Mobile-App

Verwenden Sie auf Ihrem Smartphone oder Tablet eine App zum Online-Banking?



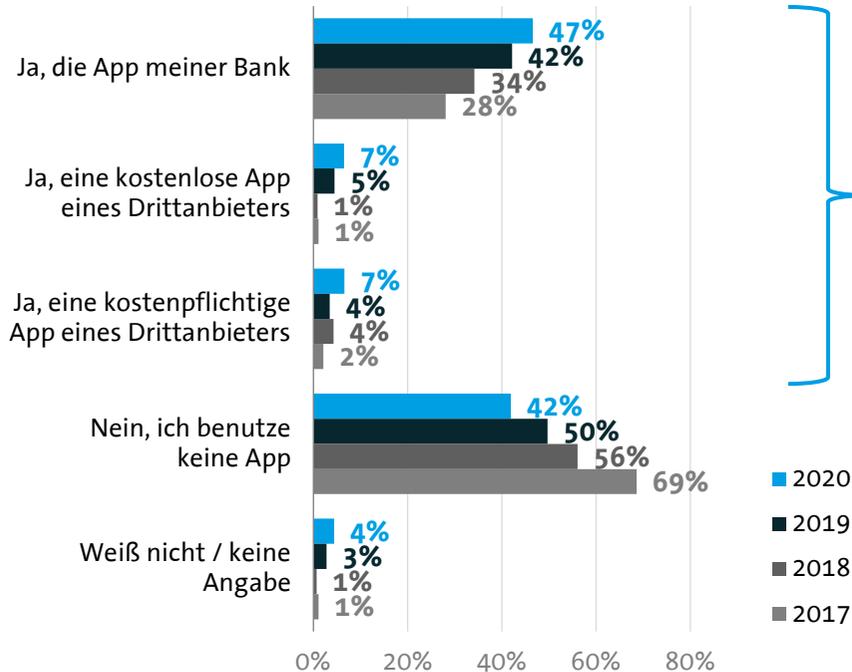
54%

der Online-Banking-Nutzer nutzen Banking-Apps.

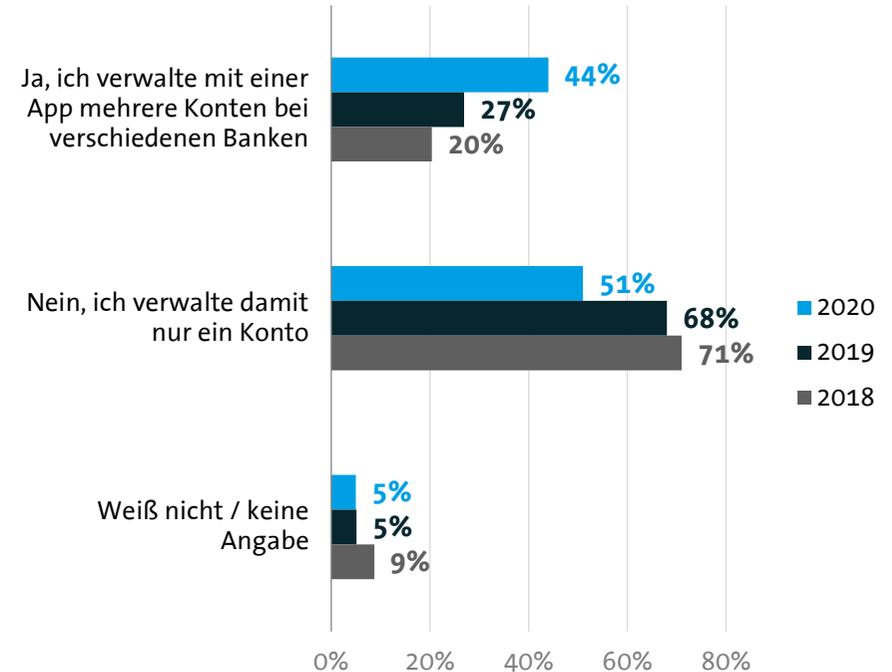


Multibanking: Jeder Vierte verwaltet mehrere Konten in einer App

Verwenden Sie auf Ihrem Smartphone oder Tablet eine App zum Online-Banking?



Verwalten Sie mit einer App mehrere Konten bei verschiedenen Banken?



Basis links: Online-Banking-Nutzer (2020: n=735; 2019: n=702; 2018: n=627; 2017: n=593) | Mehrfachnennungen möglich

Basis rechts: Online-Banking-Nutzer, die eine App zum Online-Banking nutzen und Geschäftsbeziehungen zu mehr als einer Bank haben

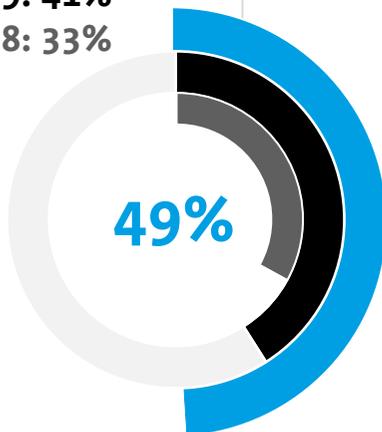
22 (2020: n=311; 2019: n=273; 2018: n=146) | Quelle: Bitkom Research

Jeder Dritte würde Bankkonto bei Digitalunternehmen eröffnen

Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu oder nicht zu?

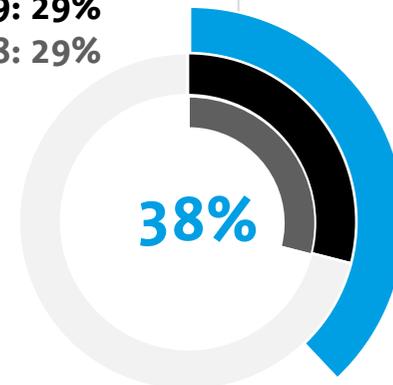
Digitale Technologien können mir helfen, meine Finanzen zu optimieren.

2019: 41%
2018: 33%



Ich kann mir vorstellen, ein Konto bei einem Digitalunternehmen zu eröffnen.

2019: 29%
2018: 29%

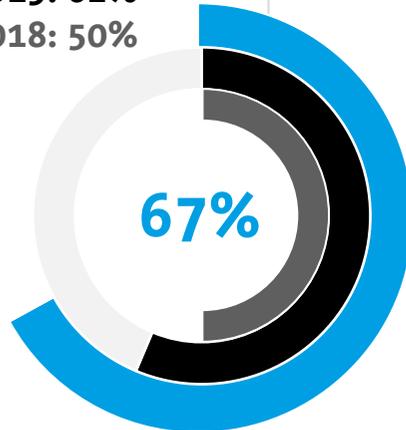


Drei Viertel der Bundesbürger fordern Wahlfreiheit beim Bezahlen

Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu oder nicht zu?

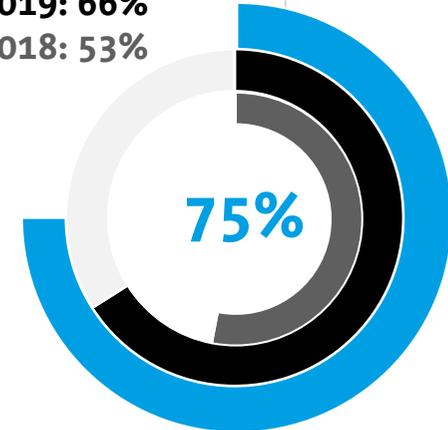
Alle Geschäfte sollten gesetzlich dazu verpflichtet sein, neben Bargeld-Zahlungen auch mindestens eine elektronische Bezahlungsmöglichkeit anzubieten.

2019: 62%
2018: 50%



Ich ärgere mich häufig, weil ich nicht überall bargeldlos, also zum Beispiel mit Karte oder Smartphone, bezahlen kann.

2019: 66%
2018: 53%

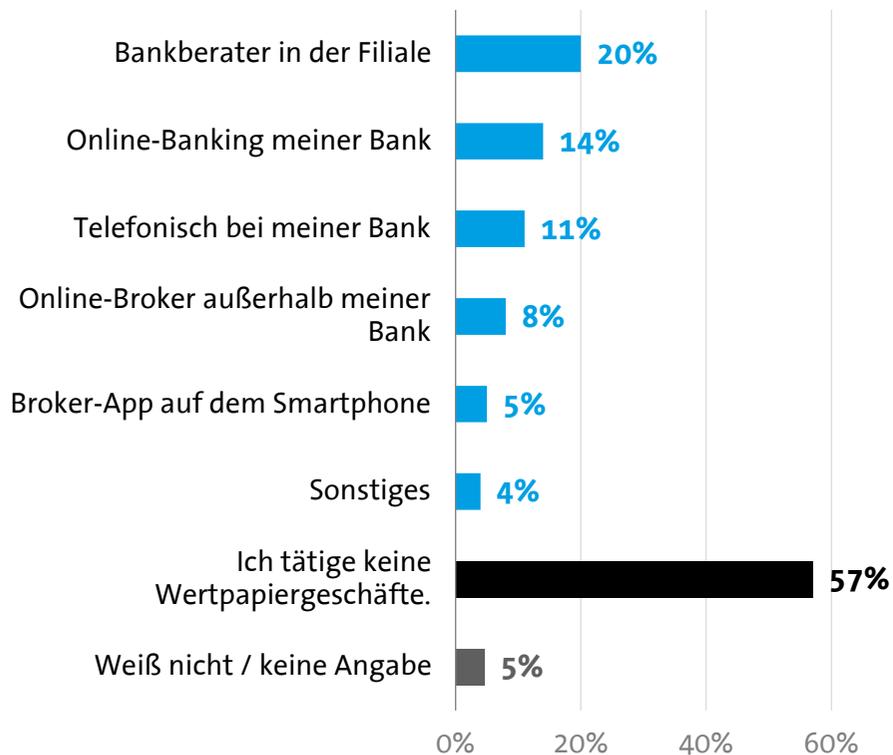


3

Wertpapiergeschäfte im digitalen Zeitalter

Banken sind noch immer erste Anlaufstelle für Wertpapiergeschäfte

Auf welche der folgenden Arten tätigen Sie Ihre Aktien- bzw. Wertpapiergeschäfte?

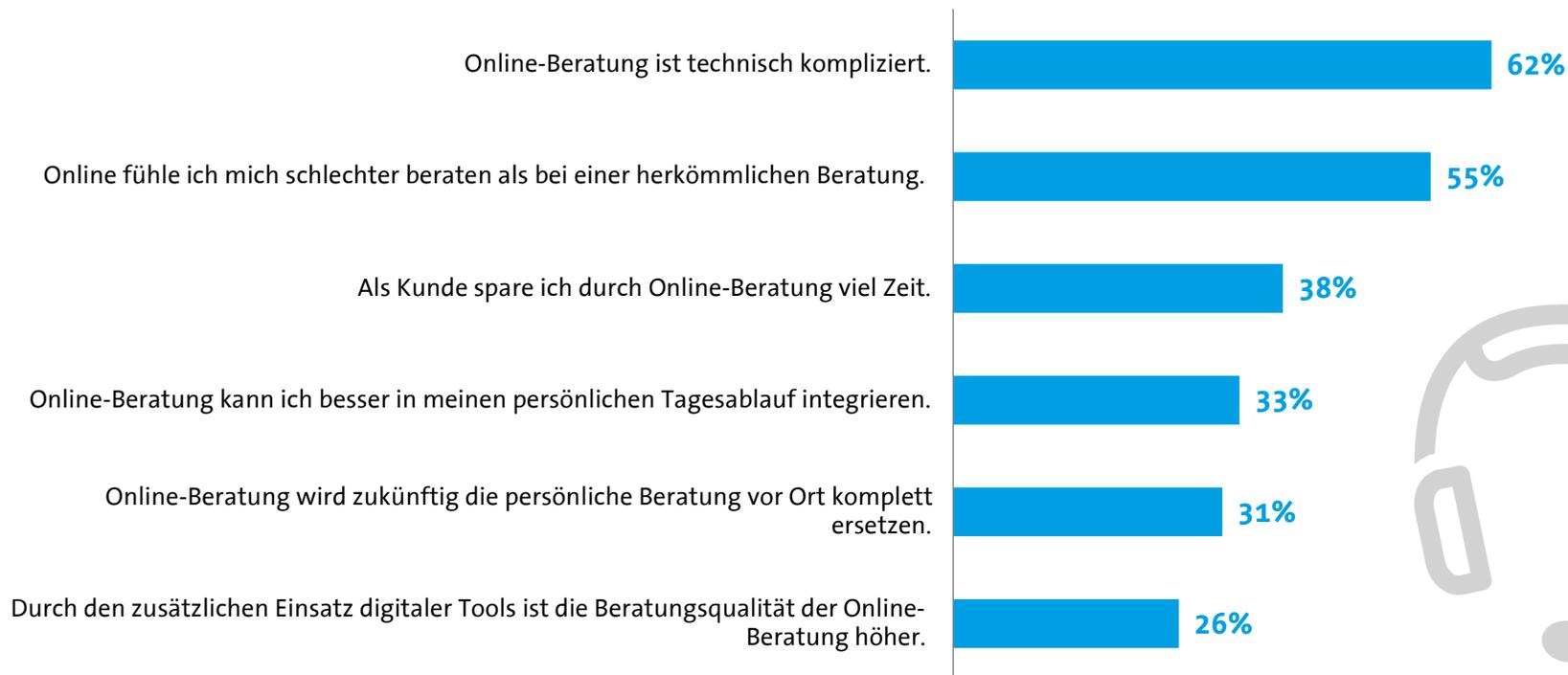


47%

Die Gebühren für meine Wertpapiergeschäfte sind übersichtlich.*

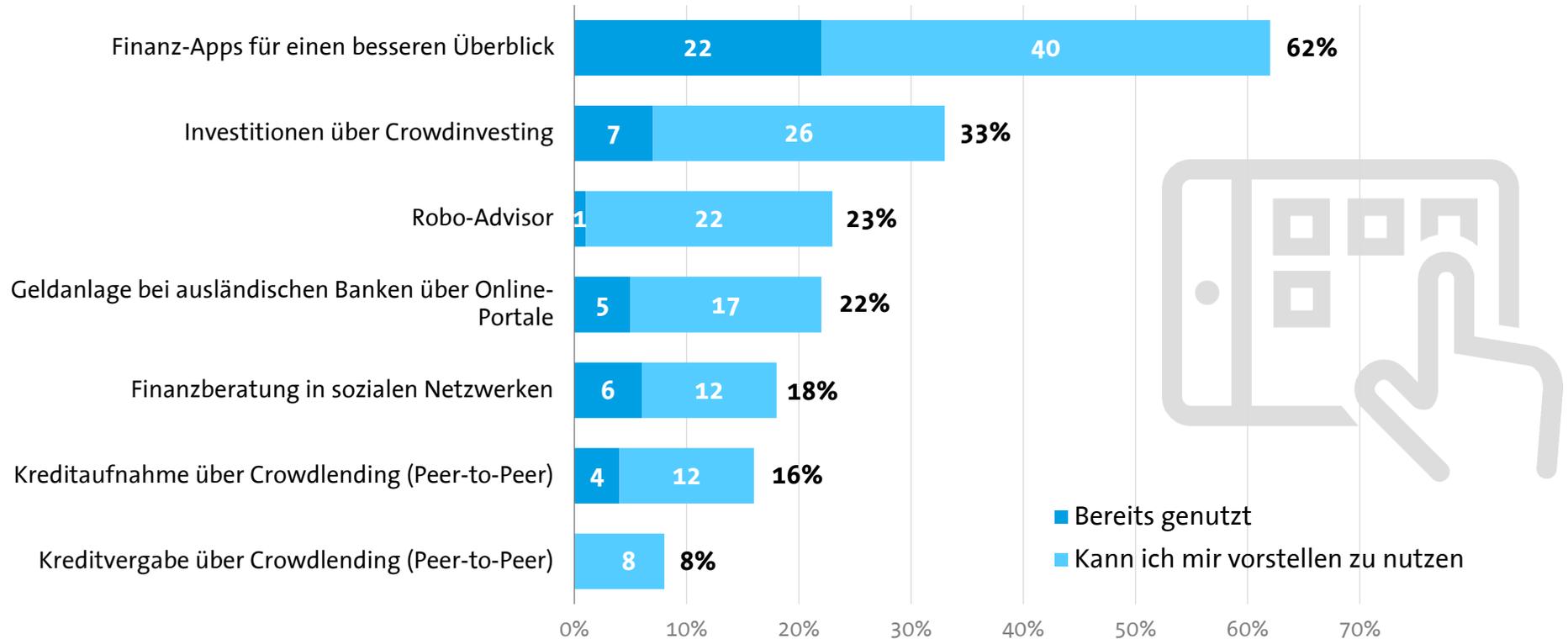
Jeder Zweite zweifelt an Qualität von Online-Beratungen

Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zum Thema Online-Beratung zu oder nicht zu?



Großes Potenzial für neue digitale Finanzangebote

Haben Sie die jeweiligen Finanzprodukte bereits genutzt oder können sich das vorstellen?



An Neo-Brokern scheiden sich die Geister

Inwieweit stimmen Sie diesen Aussagen zu Wertpapiergeschäften zu oder nicht zu?



40%

Smartphone-Apps für Aktien- und Wertpapiergeschäfte ermöglichen durch ihre einfache Benutzbarkeit mehr Menschen von der Wertentwicklung der Unternehmen zu profitieren.



69%

Bei Aktien- und Wertpapiergeschäften ist die Unterstützung eines Beraters zwingend notwendig, um gute Anlageentscheidungen zu treffen.



32%

Ich kann mir vorstellen, Geldanlagen in Aktien und Wertpapiere ausschließlich per Smartphone-App zu verwalten.



46%

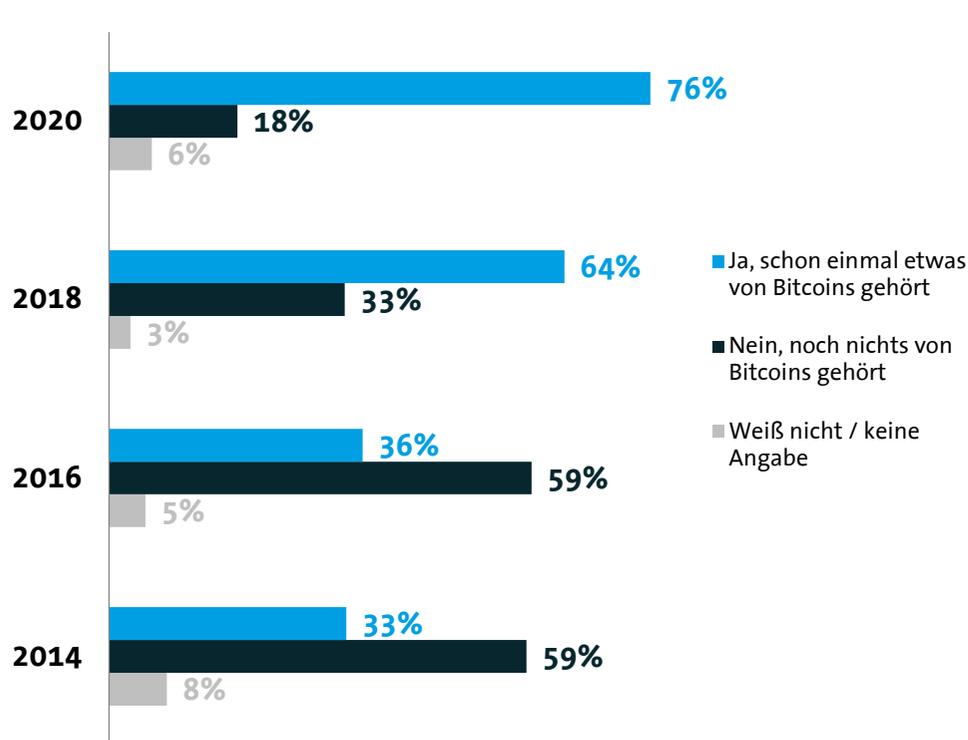
Smartphone-Apps für Aktien- und Wertpapiergeschäfte verleiten Anleger zum unvorsichtigen Zocken.

4

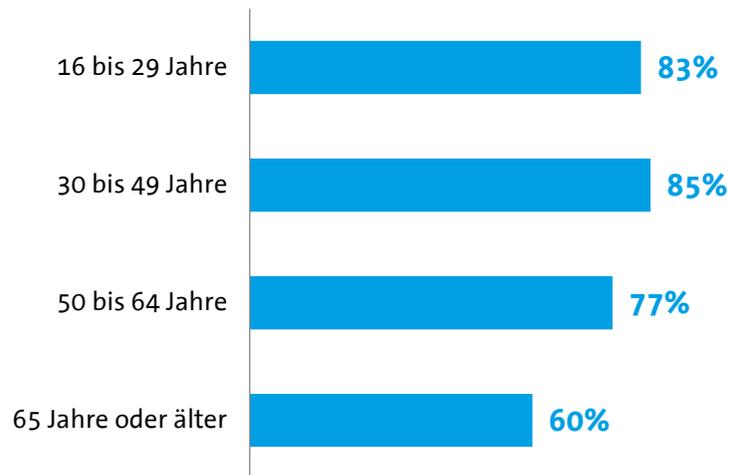
Kryptowährungen – der nächste Schritt bei der Digitalisierung der Finanzwelt?

Bekanntheit von Bitcoins zwischen 2016 und 2018 stark gestiegen

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

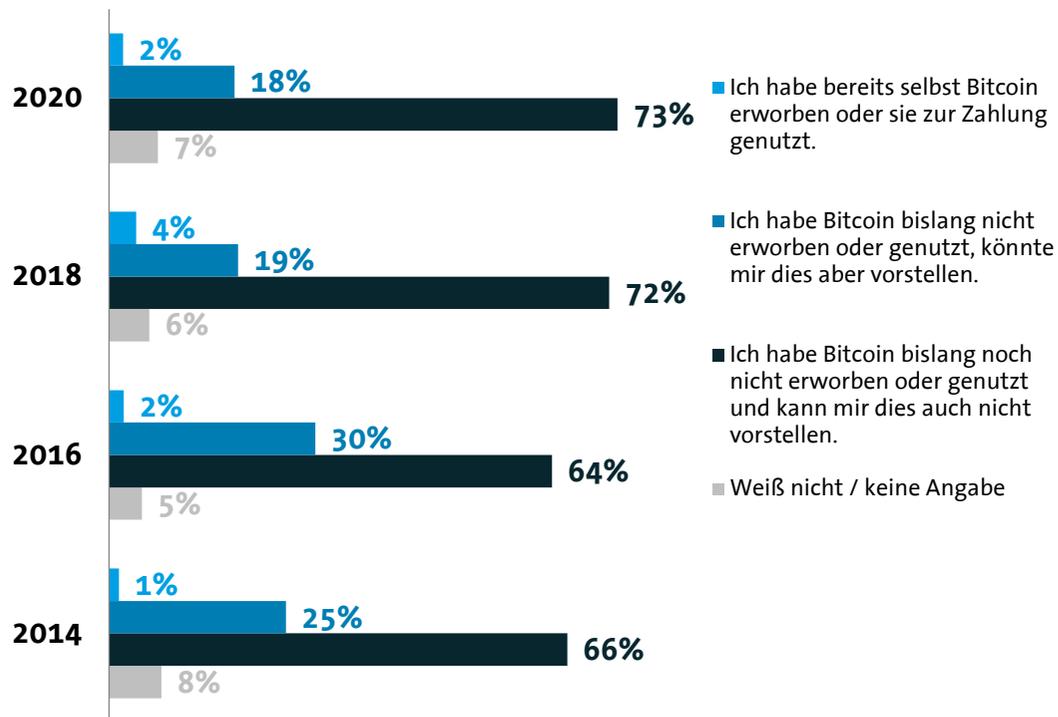


Ja, schon einmal etwas von Bitcoins gehört

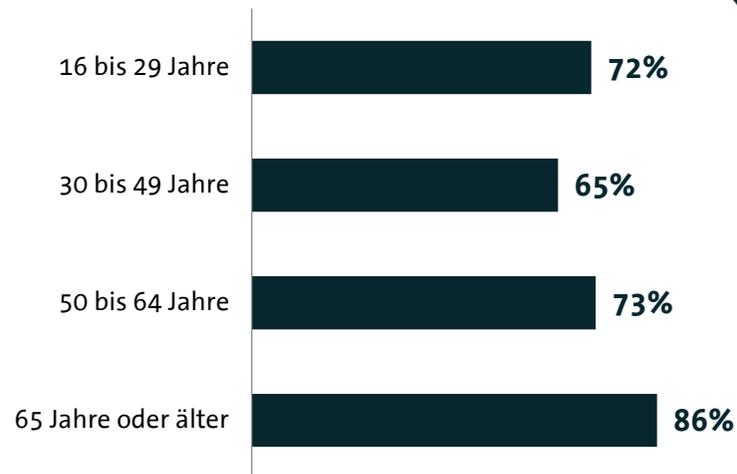


Mehrheit hat weiterhin kein Interesse an Bitcoin

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

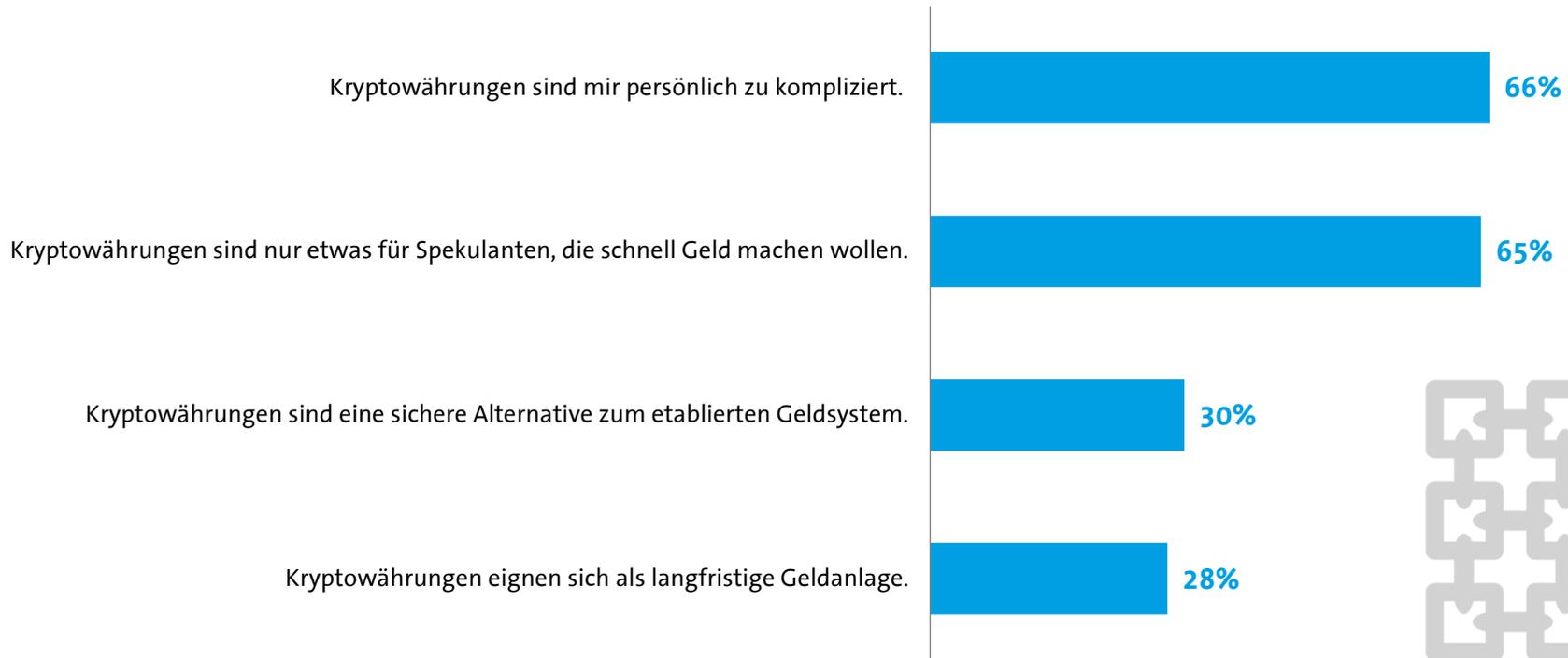


Ich habe Bitcoin bislang noch nicht erworben oder genutzt und kann mir dies auch nicht vorstellen.



Für fast jeden Dritten sind Kryptowährungen eine Alternative

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 Internetnutzer und 537 Online-Banking-Nutzer	CATI-Befragung
Digital Banking 2015	Mai 2015	In Privathaushalten mit Telefonanschluss lebende deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren	n=1.011, darunter 800 Internetnutzer und 587 Online-Banking-Nutzer	CATI-Befragung
Mobile MWC 2016	Januar 2016	In Privathaushalten mit Telefonanschluss lebende deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren	n=1.008, darunter 806 Internetnutzer und 749 Smartphone-Nutzer	CATI-Befragung
Digital Banking 2016	Mai 2016	In Privathaushalten mit Telefonanschluss lebende deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren	n=1.007, darunter 814 Internetnutzer und 572 Online-Banking-Nutzer	CATI-Befragung
Digital Banking 2017	Mai 2017	In Privathaushalten mit Telefonanschluss lebende deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren	n=1.009, darunter 811 Internetnutzer und 593 Online-Banking-Nutzer	CATI-Befragung
Kryptowährungen 2018	Januar 2018	In Privathaushalten mit Telefonanschluss lebende deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren	n=1.009, darunter 829 Internetnutzer	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 Banking 2018	März 2018	In Privathaushalten mit Telefonanschluss lebende deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren	n=1.006, darunter 831 Internetnutzer und 627 Online-Banking-Nutzer	CATI-Befragung (Dual Frame)
Mobile Payment SID 2019	Januar 2019	In Privathaushalten mit Telefonanschluss lebende deutschsprachige Bevölkerung ab 16 Jahren	n=1.005, darunter 837 Internetnutzer und 801 Smartphone-Nutzer	CATI-Befragung (Dual Frame)
Digital Finance 2019	April 2019	In Privathaushalten mit Telefonanschluss lebende deutschsprachige Bevölkerung ab 16 Jahren	n=1.005, darunter 823 Internetnutzer und 702 Online-Banking-Nutzer	CATI-Befragung (Dual Frame)
InsurTech 2020	Januar / Februar 2020	In Privathaushalten mit Telefonanschluss lebende deutschsprachige Bevölkerung ab 16 Jahren	n=1.004, darunter 820 Internetnutzer	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 Internetnutzer und 735 Online-Banking-Nutzer	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

Ansprechpartner & Impressum

Ansprechpartner

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 76 126



Lukas Gentemann

Senior Research Consultant

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 1.900 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.

Die Bitkom Research GmbH ist 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

Ansprechpartner

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

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

Redaktion

Kevin Hackl | Lukas Gentemann

Gestaltung

Katrin Krause

Impressum

Copyright

Bitkom 2020

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.



Digital Finance 2020 Die Transformation der Finanzindustrie in Zahlen

Berlin, Januar 2021

bitkom