



Welle 10 / KW 35 | IMK Institut für angewandte Marketing- und Kommunikationsforschung GmbH

Changing.Channels: Banken und Krankenkassen im digitalen Beschleuniger

Erfurt, 1. September 2020



Sorge vor Verlust des Arbeitsplatzes ist Sorgentreiber

Das Stimmungsbild hinsichtlich der künftigen finanziellen Situation hellt sich auch im August weiter auf, zahlreiche Befragte zeigen sich sorglos. Bestehende Sorgen behandeln im Schwerpunkt das Thema Verlust des Arbeitsplatzes.



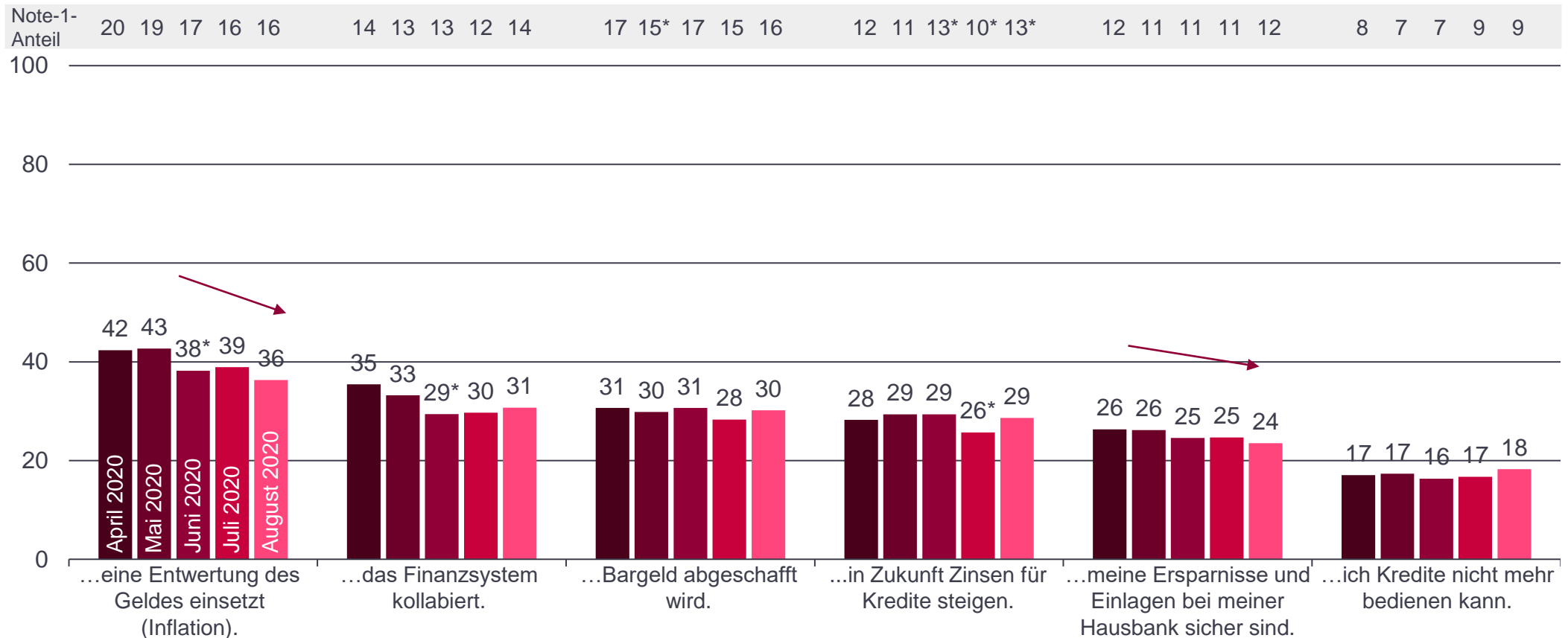
Basis: n=495 mit offener Angabe;
Die Größe eines Wortes richtet sich nach der Häufigkeit der Nennung,
Frage: Wenn Sie einmal an Ihre Guthaben, Spareinlagen und Kredite bei Ihrer Hausbank denken. Worüber machen Sie sich bedingt durch Corona in Bezug auf Ihre finanzielle Situation heute am meisten Sorgen?



Vertrauen in das Finanzsystem steigt tendenziell

Tendenziell zeigt sich die Angst vor einer einsetzenden Geldentwertung sowie dem Zusammenbruch des Finanzsystems im Zeitverlauf nur leicht rückläufig. Nach wie vor werden diese Punkte von ca. einem Drittel der Befragten mit Sorgen betrachtet.

Sorgenbarometer: Finanzen



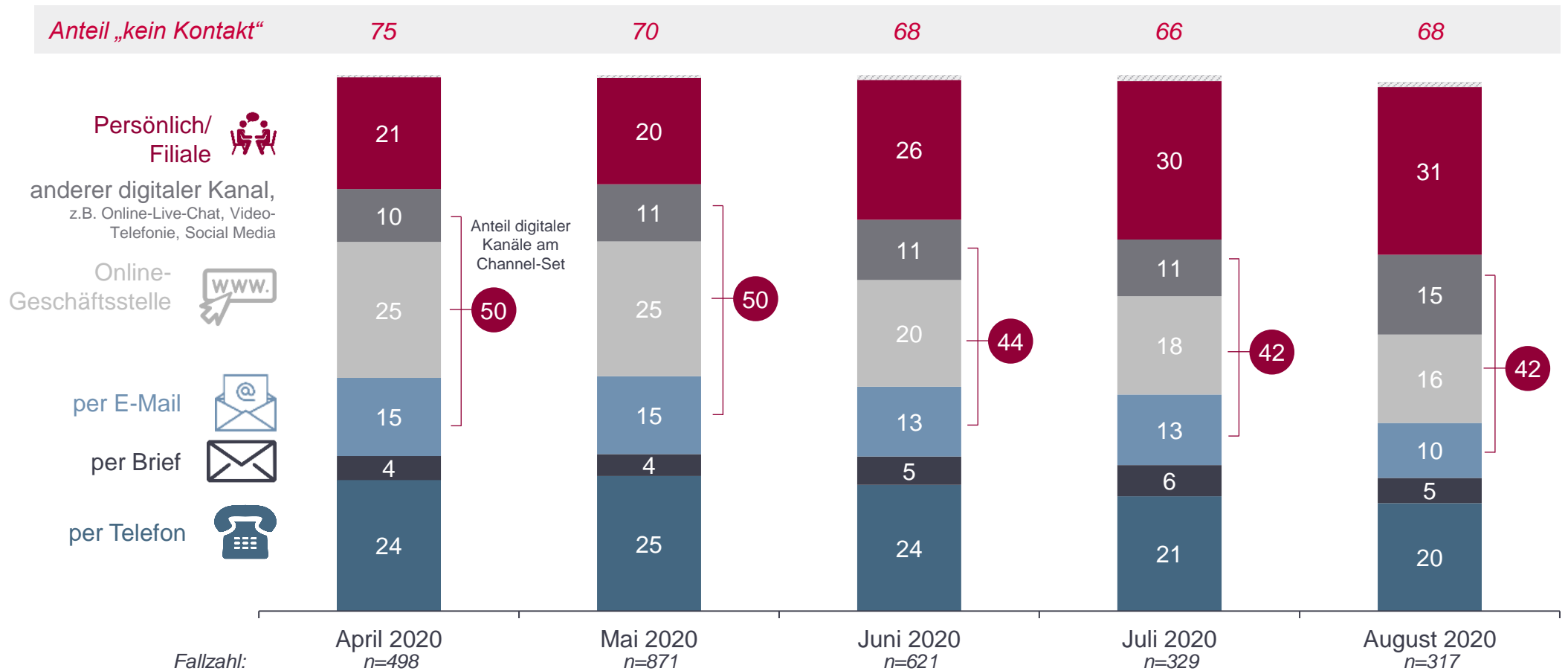
Basis: April n=3.000, Mai n=3.000, Juni n=2.000, Juli n=1.000; August n=1.000;
Angaben in Prozent, Top-2-Box auf einer 5-stufigen Ratingskala von „1=stimme voll zu“ bis „5=stimme überhaupt nicht zu“;
*signifikante Unterschiede zur Vorwelle ($p < .05$); Frage: Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu? Ich mache mir Sorgen, dass...



Jeder dritte Kunde suchte im August den persönlichen Kontakt

Keine Veränderungen im Kanal-Mix: Auch im August fanden wieder nahezu ein Drittel aller Kundenkontakte persönlich in den Filialen statt, der Anteil digitaler Kanäle verbleibt auf einem konstant hohen Niveau.

Kontakte zur Bank in den zurückliegenden vier Wochen



Basis: April n=3.000, Mai n=3.000, Juni n=2.000, Juli n=1.000, August n=1.000; Angaben in Prozent; Fragen: Hatten Sie in den letzten 4 Wochen von sich aus Kontakt zu Ihrer Hausbank? Auf welchen Wegen? (Mehrfachnennung möglich)

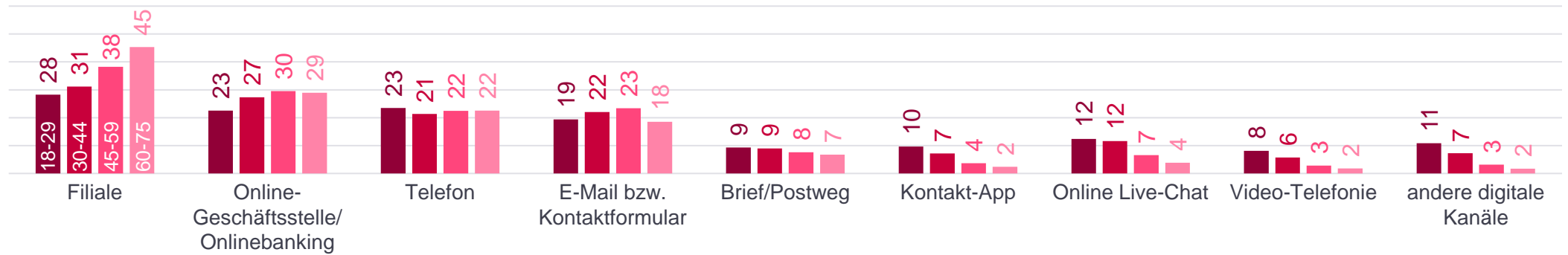


Girokonto für jüngere Kunden mehrheitlich digitales Thema

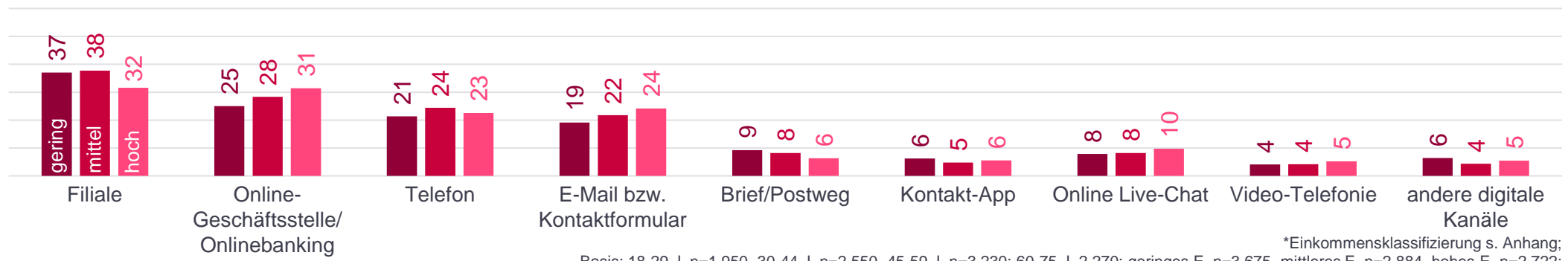
Erkennbar ist die altersgetriebene Spreizung im Rahmen der Inanspruchnahme einer persönlichen Beratung bei Fragen zum Thema Girokonto. Jüngere Kunden werden in Zukunft vergleichsweise häufiger alternative digitale Kanäle wie Live-Chat, Video-Telefonie und anbieterspezifische Lösungen (Apps) nutzen.

alles rund ums Girokonto

nach Alter



nach Einkommen*



*Einkommensklassifizierung s. Anhang;
Basis: 18-29 J. n=1.950, 30-44 J. n=2.550, 45-59 J. n=3.230; 60-75 J. 2.270; geringes E. n=3.675, mittleres E. n=2.884, hohes E. n=2.722;
Frage: Auf welchem Weg würden Sie sich in Zukunft vorzugsweise zu folgenden Themen durch Ihre Hausbank beraten lassen wollen? (maximal 2 Antworten möglich)

Persönliche Beratung zum Thema Konsumentenkredit auch für junge Kunden relevant

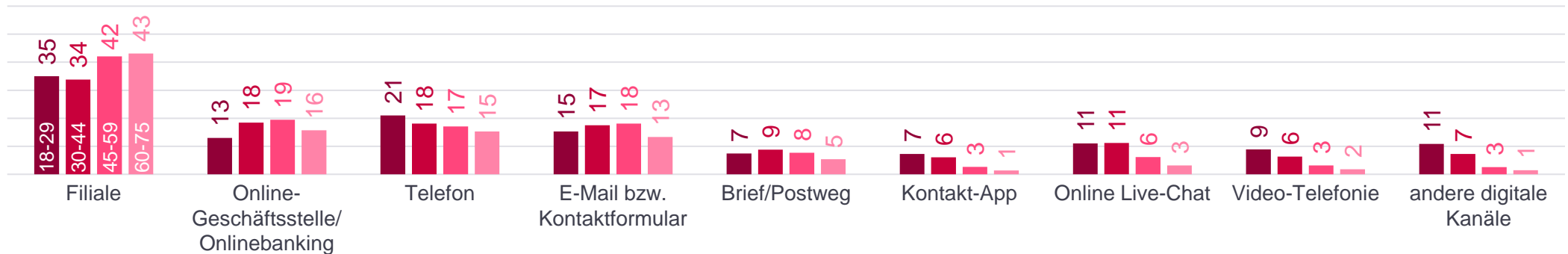


Beim Thema Konsumentenkredit fällt die altersspezifische Spreizung hinsichtlich der Kanalpräferenz geringer aus. Über alle Altersgruppen hinweg würden künftig mehr als ein Drittel der Befragten für dieses Thema das persönliche Beratungsangebot in der Filiale nutzen.

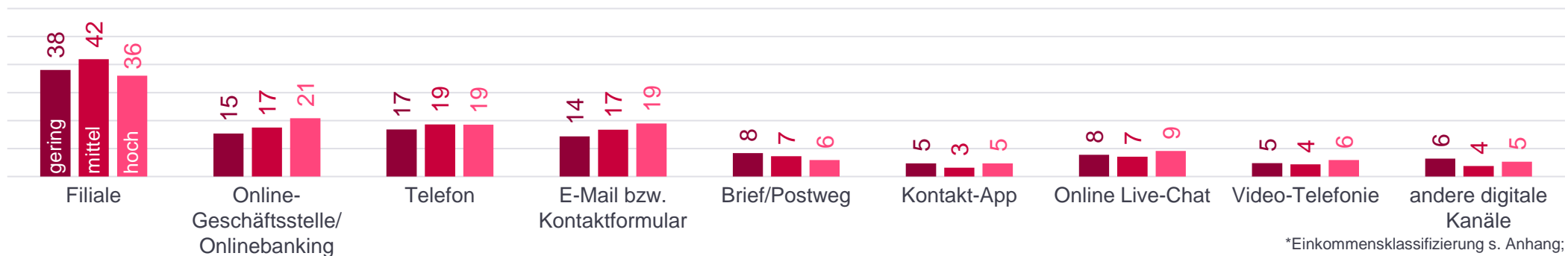


Beratung zu einem Konsumentenkredit

nach Alter



nach Einkommen*



*Einkommensklassifizierung s. Anhang;
 Basis: 18-29 J. n=1.950, 30-44 J. n=2.550, 45-59 J. n=3.230; 60-75 J. 2.270; geringes E. n=3.675, mittleres E. n=2.884, hohes E. n=2.722;
 Frage: Auf welchem Weg würden Sie sich in Zukunft vorzugsweise zu folgenden Themen durch Ihre Hausbank beraten lassen wollen? (maximal 2 Antworten möglich)



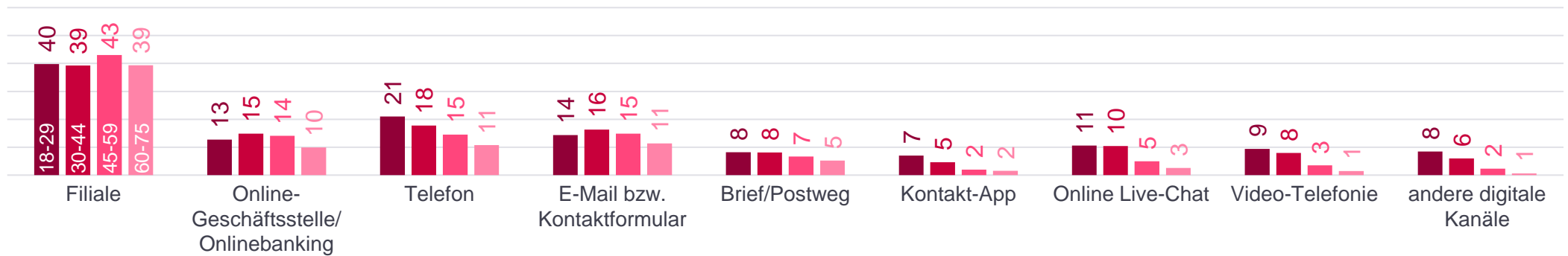
Baufinanzierung zieht auch junge und solvente Kunden in die Filiale

Bei der Beratung zur Baufinanzierung zeigt sich die im Vergleich zu den vorangegangenen Beratungsthemen höhere Bedeutung dieses Beratungsangebotes in der Filiale unabhängig vom Alter und Einkommen des Kunden.

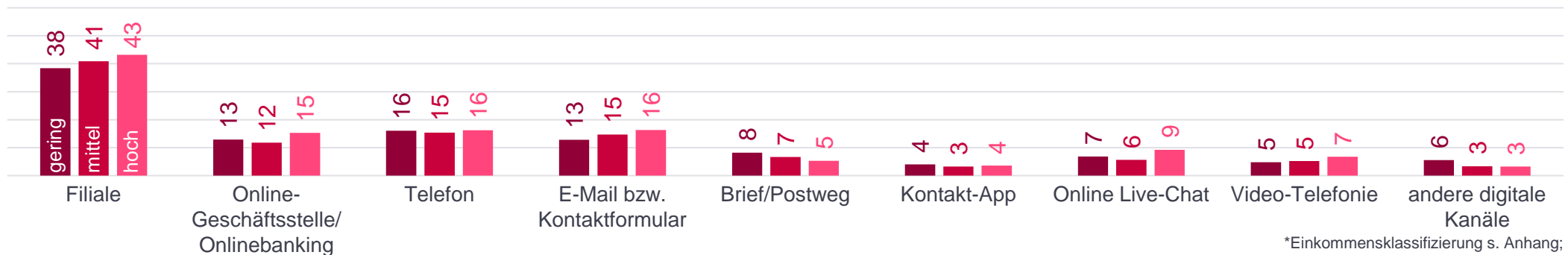


Beratung zu einer Baufinanzierung

nach Alter



nach Einkommen*



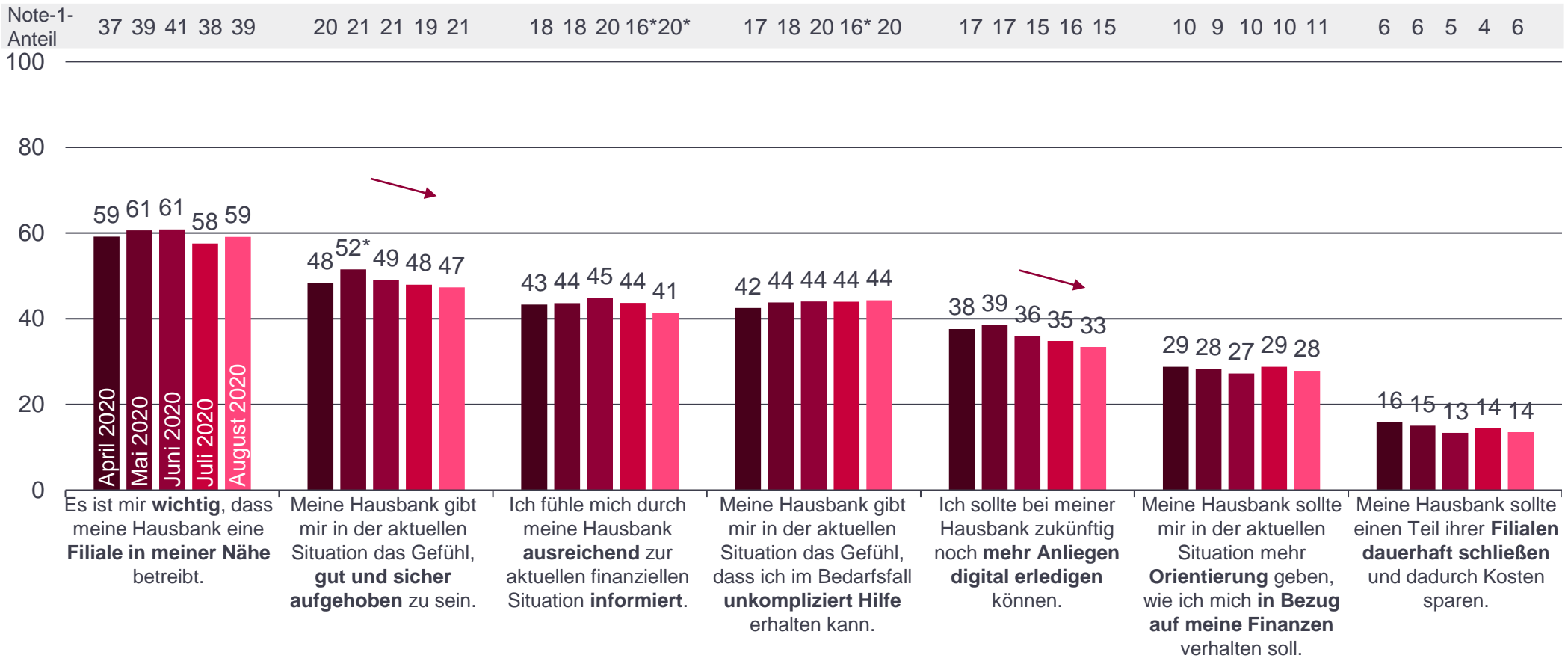
*Einkommensklassifizierung s. Anhang;
Basis: 18-29 J. n=1.950, 30-44 J. n=2.550, 45-59 J. n=3.230; 60-75 J. 2.270; geringes E. n=3.675, mittleres E. n=2.884, hohes E. n=2.722;
Frage: Auf welchem Weg würden Sie sich in Zukunft vorzugsweise zu folgenden Themen durch Ihre Hausbank beraten lassen wollen? (maximal 2 Antworten möglich)



Spezifische Informationsangebote ausbaufähig

Die Beurteilung der Hausbank in der Corona-Krise zeigt sich unverändert: wiederholt werden Informationspolitik und -angebote der Hausbank von der Mehrheit der Befragten als verbesserungswürdig thematisiert.

Verhalten der Hausbank in Corona-Zeiten



Basis: April n=3.000, Mai n=3.000, Juni n=2.000, Juli n=1.000, August n=1.000;

Angabe in Prozent, Top-2-Box auf einer 5-stufigen Ratingskala von „1=stimme voll und ganz zu“ bis „5=stimme überhaupt nicht zu“;

*signifikante Unterschiede zur Vorwelle (p<.05); Frage: Inwieweit stimmen Sie folgenden Aussagen in Bezug auf das Verhalten Ihrer Hausbank innerhalb der Corona-Krise zu?



Sorge vor Erkrankung und Ansteckung seit Monaten konstant hoch

Auch im August stehen eine eigene Erkrankung bzw. Ansteckung im Mittelpunkt der gesundheitsbezogenen Sorgen. Damit verbleiben gesundheitsbezogene Sorgen seit Monaten dauerhaft auf einem hohen Niveau.



Basis: n=433 mit offener Angabe;

Frage: Worüber machen Sie sich bedingt durch Corona in Bezug auf Ihre gesundheitliche Situation heute am meisten Sorgen?

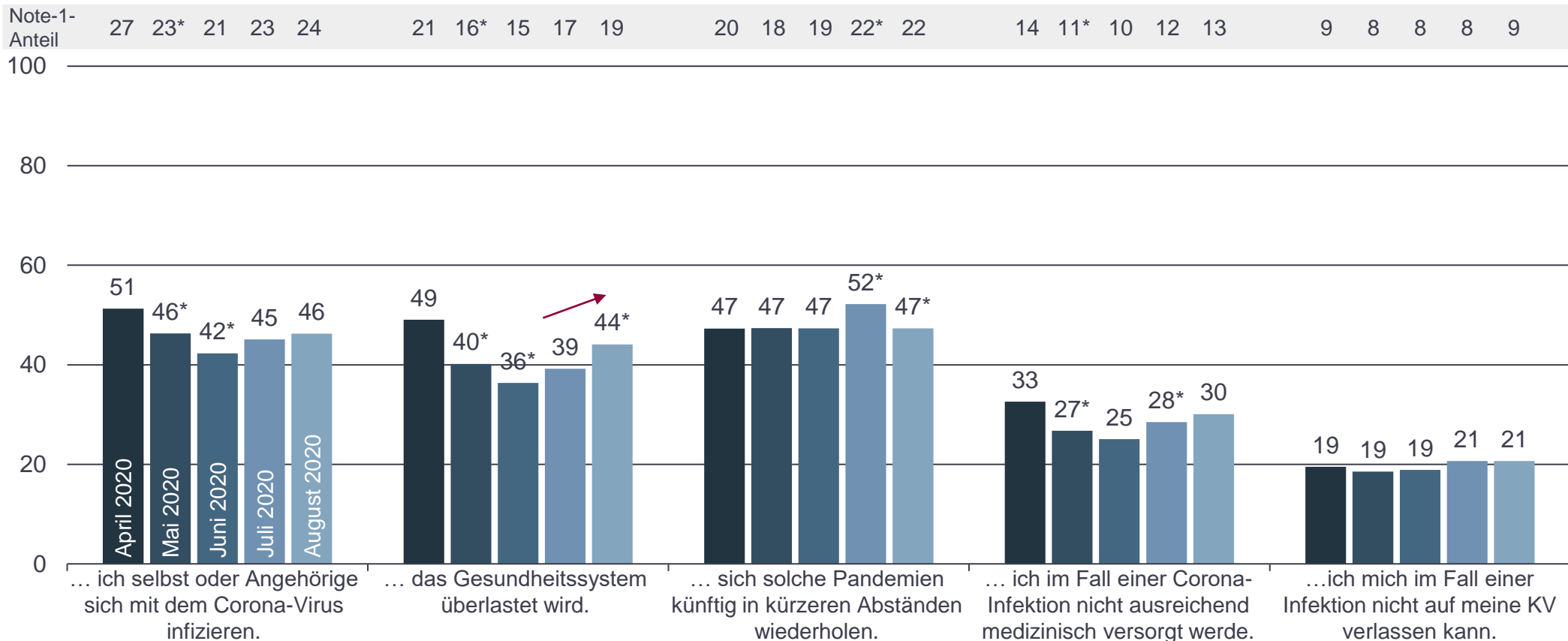
Die Größe eines Wortes richtet sich nach der Häufigkeit der Nennung.



Sorge vor Überlastung des Gesundheitssystems steigt deutlich

Im Juli bereits im Trend beobachtet, steigt die Sorge vor einer Überlastung des Gesundheitssystems im August nun wieder signifikant an und stellt damit ein Spiegelbild der aktuell steigenden Infektionszahlen dar. Einmal mehr ist es für Krankenkassen wichtig, vertrauensbildende Maßnahmen zu ergreifen.

Sorgenbarometer: Gesundheit



Basis: April n=3.000, Mai n=3.000, Juni n=2.000, Juli n=1.000, August n=1.000;

Angaben in Prozent, Top-2-Box auf einer 5-stufigen Ratingskala von „1=stimme voll zu“ bis „5=stimme überhaupt nicht zu“;

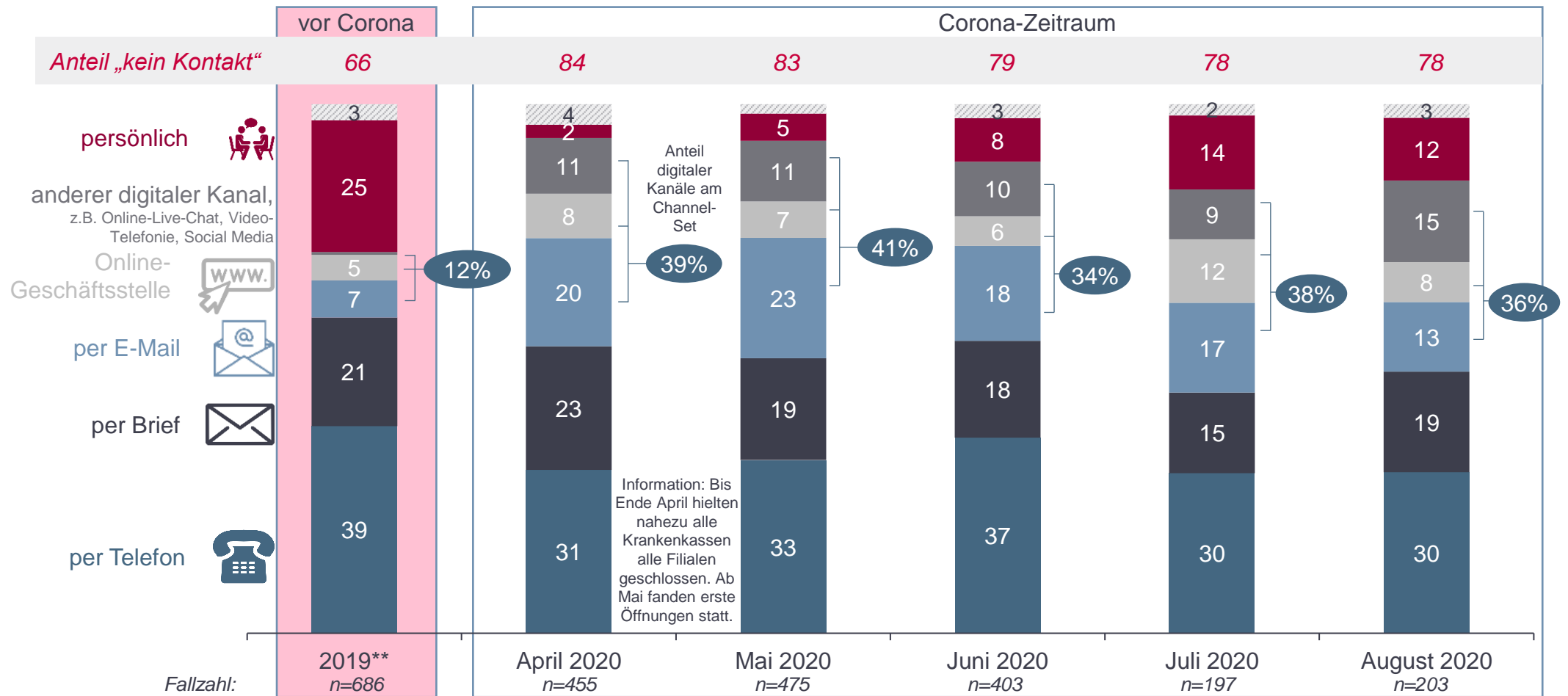
*signifikante Unterschiede zur Vorwelle (p<.05); Frage: Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu? Ich mache mir Sorgen, dass...



Bedeutung digitaler Kanäle nach wie vor dreimal so hoch wie vor Corona

Trotz inzwischen weitgehend wieder geöffneter Filialen, liegt deren Relevanz für die Befragten noch immer 10 Prozentpunkte unterhalb des Vor-Corona-Niveaus. Die Bedeutung digitaler Kanäle ist mit etwas mehr als einem Drittel nunmehr seit ca. 4 Monaten konstant.

Kontakte zur Krankenversicherung in den zurückliegenden vier Wochen



Angaben in Prozent;
 **Quelle: Deutscher Krankenversichertenmonitor 2019 (n=2.000, CATI); Basis: April n=3.000, Mai n=3.000, Juni n=2.000, Juli n=1.000, August n=1.000;
 Fragen: Hatten Sie in den letzten 4 Wochen von sich aus Kontakt zu Ihrer Krankenversicherung?/ Auf welchen Wegen? (Mehrfachnennung möglich)

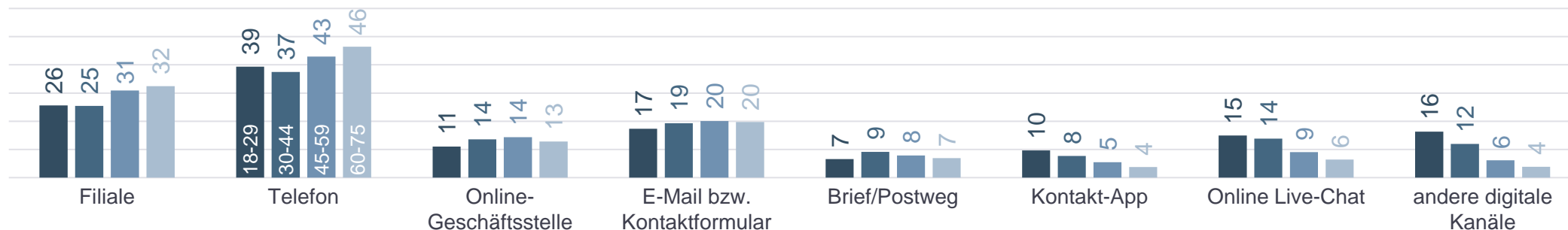
Bei Beratungsanliegen sind Telefon und Filiale stärkste Kanäle; auch Jüngere mit hoher Affinität zu „klassischen“ Kanälen



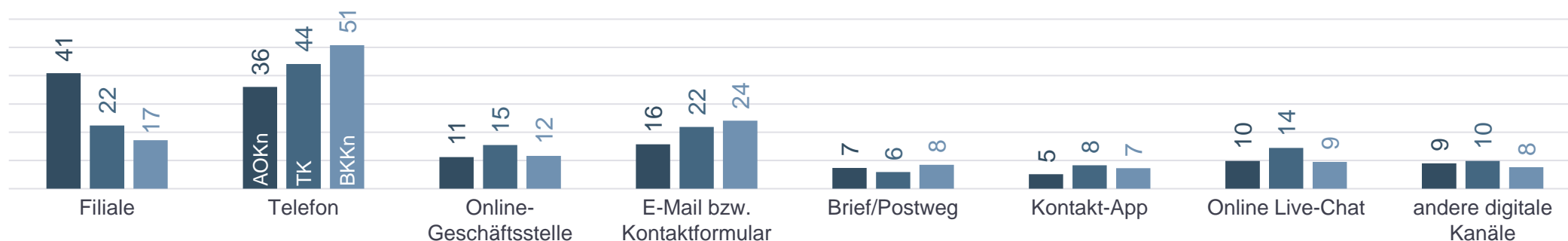
Wenn Versicherte eine Beratung zu einem Thema wünschen, bevorzugen vier von zehn Personen einen telefonischen Kontakt, durchschnittlich etwa jeder Vierte einen Filialbesuch. Auch unter Jüngeren bestätigt sich dieses Bild. Erwartungsgemäß spielt für AOK-Versicherte die Filiale auch künftig eine größere Rolle als etwa für Versicherte von TK- und BKK-Versicherte.

HELP Beratung zu einem Thema

nach Alter



nach Kasse(nart)



Basis: 18-29 J. n=1.950, 30-44 J. n=2.550, 45-59 J. n=3.230; 60-75 J. 2.270; AOKn n=2.756, TK n=1.417, BKKn n=1.272;

Frage: Auf welchem Weg würden Sie sich in Zukunft vorzugsweise zu folgenden Themen durch Ihre Krankenversicherung beraten lassen wollen? (maximal 2 Antworten möglich)

Nachfragen zum Bearbeitungsstand: Telefon bedeutendster Kanal, digitale Angebote für Jüngere mit perspektivisch hoher Relevanz

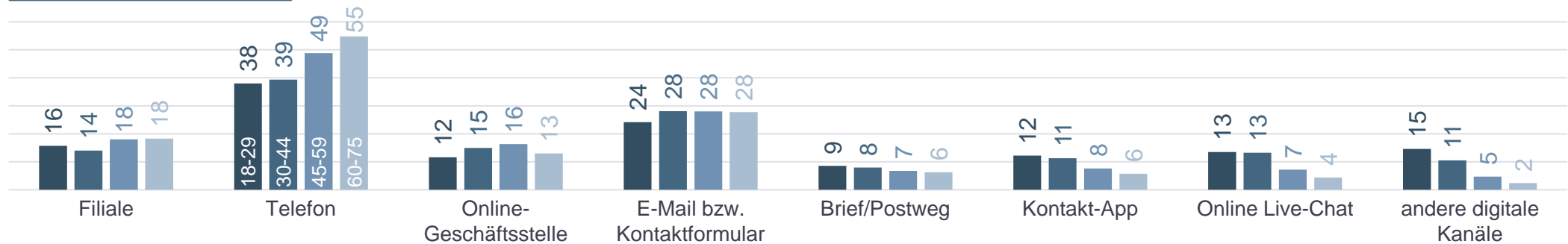


Auch wenn das Telefon altersgruppenübergreifend der Hauptkanal für Nachfragen zu Bearbeitungsständen ist, zeigt sich eine zugunsten digitaler Kanäle abfallende Bedeutung für Befragte unter 45 Jahren.

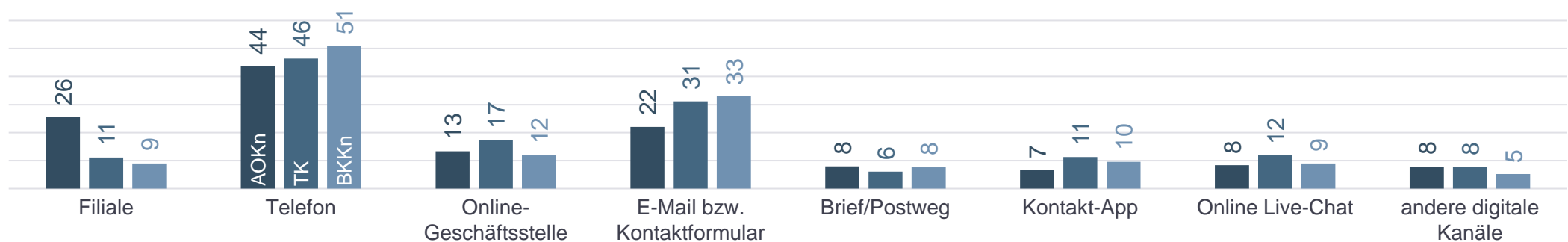


Fragen zum Bearbeitungsstand eines Anliegens

nach Alter



nach Kasse(nart)



Basis: 18-29 J. n=1.950, 30-44 J. n=2.550, 45-59 J. n=3.230; 60-75 J. 2.270; AOKn n=2.756, TK n=1.417, BKKn n=1.272;

Frage: Auf welchem Weg würden Sie sich in Zukunft vorzugsweise zu folgenden Themen durch Ihre Krankenversicherung beraten lassen wollen? (maximal 2 Antworten möglich)

Einreichung eines Krankenscheins: jeder vierte AOK-Versicherte möchte dies auch künftig in der Filiale realisieren

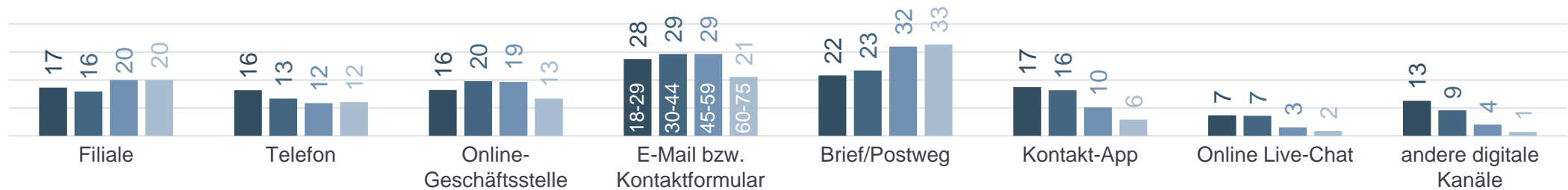


Das Szenario „Einreichung eines Krankenscheins“ verdeutlicht eindrucksvoll die Bedeutung eines Multi-Kanal-Angebotes. Interessant ist etwa, dass selbst 17 Prozent der 18 bis 29-Jährigen hierfür künftig nicht auf den Kanal Filiale verzichten möchten.

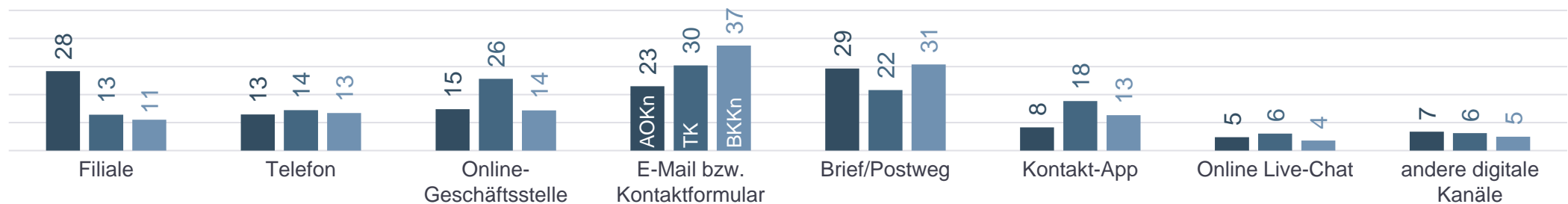


Einreichung eines Krankenscheins

nach Alter



nach Kasse(nart)



Basis: 18-29 J. n=1.950, 30-44 J. n=2.550, 45-59 J. n=3.230; 60-75 J. 2.270; AOKn n=2.756, TK n=1.417, BKKn n=1.272;

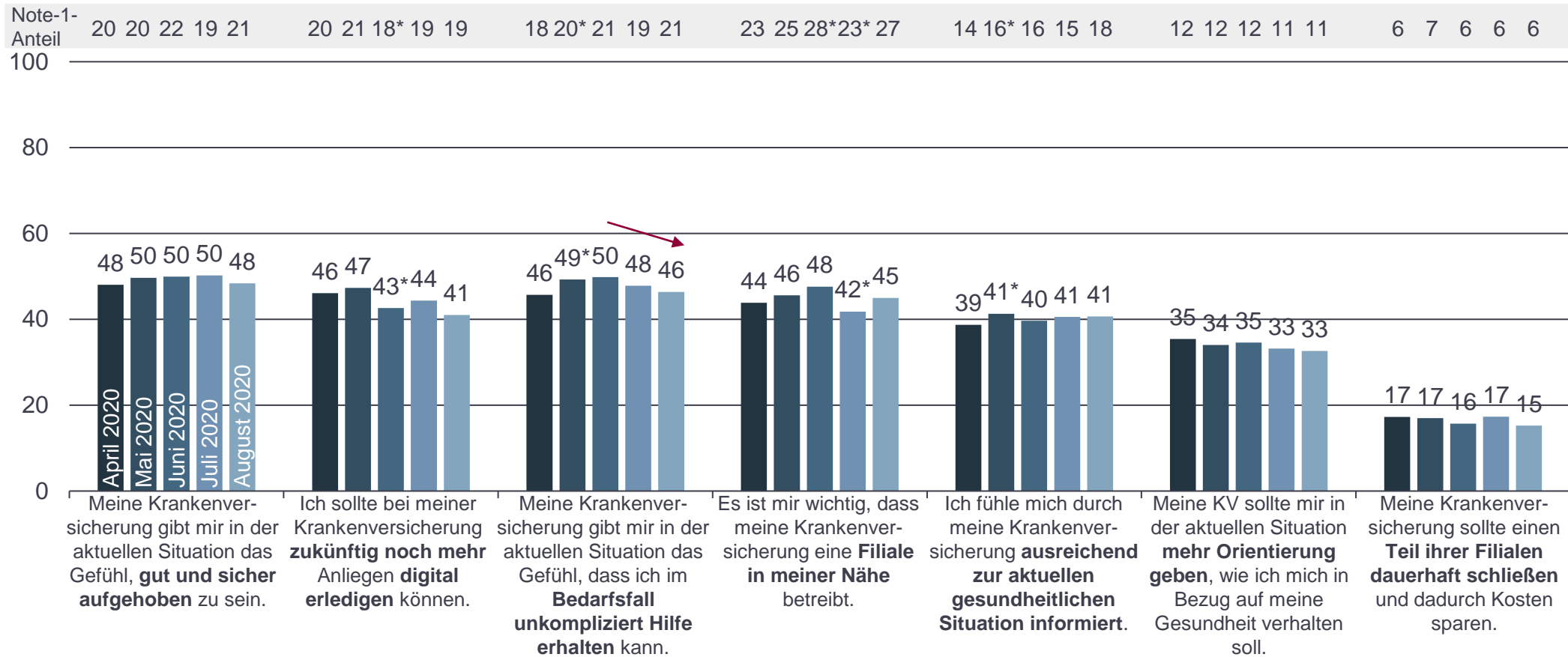
Frage: Auf welchem Weg würden Sie sich in Zukunft vorzugsweise zu folgenden Themen durch Ihre Krankenversicherung beraten lassen wollen? (maximal 2 Antworten möglich)

Informationsstand der Versicherten zeigt sich im Verlauf der letzten 4 Monate stabil unzureichend; Verunsicherung nimmt tendenziell wieder zu



Die Beurteilung der Krankenkassen impliziert nach wie vor einen erhöhten Informationsbedarf der Versicherten. Im Fokus stehen dabei die Themen „Sicherheit“, „unkomplizierte Hilfe im Bedarfsfall“ (Achtung absinkende Zustimmung) und „ausreichende Informationen zur aktuellen gesundheitlichen Situation“.

Verhalten der Krankenversicherung in Corona-Zeiten



Basis: April n=3.000, Mai n=3.000, Juni n=2.000, Juli n=1.000, August n=1.000; Angabe in Prozent; Top-2-Box auf einer 5-stufigen Ratingskala von „1=stimme voll und ganz zu“ bis „5=stimme überhaupt nicht zu“;

*signifikante Unterschiede zum Vormonat (p<.05); Frage: Inwieweit stimmen Sie folgenden Aussagen in Bezug auf das Verhalten Ihrer KV innerhalb der Corona-Krise zu?

Ihr Kontakt zu IMK

IMK Institut für angewandte Marketing- und Kommunikationsforschung GmbH

Anger 63
99084 Erfurt

Fon +49 361 / 6 63 90-0
Fax +49 361 / 6 63 90-14

www.i-m-k.de | info@i-m-k.de



Sören Schiller
Geschäftsführer

Fon +49 361 / 6 63 90-240
Fax +49 361 / 6 63 90-14
Mobil +49 177 / 3 29 40 87
soeren.schiller@i-m-k.de



Andreas Tröger
Geschäftsführer

Fon +49 361 / 6 63 90-200
Fax +49 361 / 6 63 90-14
Mobil +49 163 / 2 49 17 76
andreas.troeger@i-m-k.de



Anhang: Bildung Einkommensklassen

Einkommensklassifizierung		Anzahl der Personen im Haushalt				
		eine Person	2 Personen	3 Personen	4 Personen	5 Personen und mehr
Haushaltsnettoeinkommen	unter 1.000 EUR					
	1.000 EUR bis unter 1.500 EUR					
	1.500 EUR bis unter 2.000 EUR					
	2.000 EUR bis unter 2.500 EUR					
	2.500 EUR bis unter 3.000 EUR					
	3.000 EUR bis unter 3.500 EUR					
	3.500 EUR bis unter 4.000 EUR					
	4.000 EUR und mehr					

niedriges Einkommen
mittleres Einkommen
hohes Einkommen

Fragen: Wie viele Personen Ihres Haushalts befinden sich in folgenden Altersgruppen?/
Wie hoch ist Ihr monatliches Haushaltsnettoeinkommen, also nach Abzug von Steuern und Sozialabgaben?