

Medienmitteilung

moneyland.ch zur Internet-Konkurrenz von Schweizer Banken und Versicherungen

Schweizer wollen kein Bankkonto bei Google & Co.

Der unabhängige Internet-Vergleichsdienst moneyland.ch hat im Rahmen einer repräsentativen Umfrage untersucht, bei welchen Firmen die Schweizer Bevölkerung bereit wäre, ihr Bankkonto und ihre Versicherungen abzuschliessen. Resultat: Schweizerinnen und Schweizer können es sich nur schlecht vorstellen, bei den Internet-Riesen Google, Amazon, Facebook, Apple & Co. ein Bankkonto zu eröffnen oder ihre Versicherungen zu kaufen.

Zürich, 6. Februar 2019 – Schweizer Banken und Versicherungen bläst ein eisiger Wind entgegen: Sie erhalten zunehmende Konkurrenz von digitalen Firmen aus dem Ausland. In Zukunft könnten die internationalen Technologie-Giganten mit innovativen Bank- und Versicherungsprodukten den Schweizer Banken und Versicherungen den Todesstoss versetzen, so die Befürchtung. Das Vertrauen von Schweizer Konsumenten in die grossen Technologie-Firmen sei ausserdem nicht schlechter als in Schweizer Banken und Versicherungen, hört man immer wieder. Doch stimmt das wirklich?

moneyland.ch hat im Rahmen einer repräsentativen und anonymen Online-Umfrage 1500 Personen in der Deutsch- und Westschweiz befragt, wie gut sie sich auf einer Skala von 1 (gar nicht) bis 10 (sehr gut) vorstellen könnten, ihr Bankkonto oder ihre Versicherungen bei verschiedenen Firmen zu haben.

Zur Auswahl standen sowohl beim Bankkonto als auch bei den Versicherungen die folgenden Unternehmen: Die digitalen «Riesen» Google, Amazon, Facebook, Apple, Tesla, Samsung, Microsoft, Uber; das internationale Startup Revolut; die grösseren Schweizer Banken UBS, Credit Suisse, Raiffeisen, Zürcher Kantonalbank, Migros Bank, Bank Cler und Valiant; die grösseren Schweizer Versicherungen Mobiliar, Axa und Generali. Auch sind die folgenden Firmen als allgemeine Kategorie erfragt worden: Schweizer Pensionskassen, Schweizer Versicherungen sowie Schweizer Banken.

Schweizer skeptisch gegenüber Technologie-Konzernen

Resultat der Umfrage: Ganz so schwarz steht es um die Zukunft der Schweizer Banken und Versicherungen im Kampf gegen die Internet-Riesen noch nicht, wie Unkenrufe immer wieder behaupten. Zumindest wenn es nach der aktuellen Meinung der Schweizer Konsumenten geht.

«Die grosse Mehrheit der Befragten kann es sich gar nicht bis eher schlecht vorstellen, bei Google, Amazon, Facebook, Apple & Co. ein Bankkonto zu eröffnen oder eine Versicherung zu kaufen», so Benjamin Manz, Geschäftsführer von moneyland.ch. Nur 23% der Schweizer Bevölkerung könnten es sich «gut bis sehr gut» vorstellen, bei mindestens einem der grossen Technologie-Konzerne ein Bankkonto zu haben, bei Versicherungen sind es 18%. Die grosse Mehrheit möchte weiterhin Kunde bei einer Schweizer Bank oder Versicherung bleiben.

Google als Bank- und Versicherungs-Alternative nicht gefragt

Google ist als möglicher zukünftiger Konkurrent von Banken und Versicherungen immer wieder im Gespräch. Allerdings scheint das in nächster Zeit unwahrscheinlich. Nur 14% der Befragten geben an, dass sie sich ein Bankkonto bei Google «gut bis sehr gut» vorstellen könnten, 72% könnten es sich «gar nicht bis eher schlecht» vorstellen. Bei Versicherungen sieht es ähnlich aus: Nur 11% könnten es sich vorstellen, bei Google Versicherungen zu kaufen, 77% könnten es sich «gar nicht bis eher schlecht» vorstellen.

Grosse Skepsis gegenüber Facebook

Dass auch Social-Media-Apps Finanzdienstleistungen anbieten können, machen beispielsweise chinesische Anbieter wie WeChat vor. Facebook dürfte dieser Schritt schwerer fallen. In der Schweiz ist Facebook neben Uber die unbeliebteste Bank- beziehungsweise Versicherungsalternative überhaupt. Nur 6% der Schweizer Bevölkerung kann sich ein Bankkonto bei Facebook «gut bis sehr gut» vorstellen, bei Versicherungen sind es ebenfalls nur 6%.

Bankkonto bei Apple? Lieber nicht!

Apple ist mit Apple Pay bereits in den Bereich der Finanzdienstleistungen eingedrungen. Ein Bankkonto bei Apple würde aber bei Schweizer Konsumenten noch auf taube Ohren stossen: Nur 12% könnten sich das gut bis sehr gut vorstellen. Bei Versicherungen sieht es noch schlechter aus: Weniger als jeder Zehnte (9%) könnte sich mit einer Versicherung von Apple anfreunden.

Auch Amazon nicht als Bank oder Versicherung begehrt

Häufiger als Facebook, Google und Apple wird Amazon von Experten als zukünftiger Versicherungs- und Bankenschreck eingestuft. Aus Sicht der Schweizer Konsumenten hätte aber auch Amazon als Bank- und Versicherungsalternative keine guten Karten. 80% könnte sich Amazon als Bank-Alternative «gar nicht bis eher schlecht» vorstellen, nur 7% «gut bis sehr gut». Bei Versicherungen sind es 82% beziehungsweise 7%.

Microsoft, Samsung, Tesla und Uber

Uber schneidet bei der Umfrage von allen Firmen am schlechtesten ab. Offensichtlich können es sich Schweizerinnen und Schweizer nur sehr schlecht vorstellen, bei einem Taxi- und Transport-Unternehmen ein Bankkonto oder Versicherungen zu haben: Nur 4% der Bevölkerung könnte es sich «gut oder sehr gut» vorstellen, ein Bankkonto bei Uber zu eröffnen, ebenfalls nur 4% eine Versicherung bei Uber abzuschliessen.

Nicht viel besser sieht es bei anderen Technologie-Riesen wie Microsoft, Samsung und Tesla aus. Ein Bankkonto können sich bei Microsoft nur 11% gut bis sehr gut vorstellen, bei Samsung sind es 9% und bei Tesla nur 8%. Als Alternative zu Versicherungsfirmen können sich Samsung nur 9% vorstellen, bei Microsoft 9% und bei Tesla 8%.

Internationale Fintech-Startups haben es noch schwer

Nicht viel bessere Karten als die grossen Technologie-Riesen im Kampf um Bank- und Versicherungskunden haben einzelne internationale Fintechs – zumindest wenn es um das aktuelle Vertrauen der Schweizer Konsumenten geht. Das zeigt exemplarisch der Fall des internationalen Startups Revolut, das als Bank-Alternative auch Versicherungsprodukte vertreibt und in der Schweiz schon einigermaßen bekannt ist. Trotzdem können es sich erst 6% der Befragten gut bis sehr gut vorstellen, ein Bankkonto bei Revolut zu eröffnen. Ebenfalls nur 6% sind es bei Versicherungen.

Wie schneiden Schweizer Banken ab?

Die grosse Mehrheit der Schweizer Bevölkerung möchte ihre Bankkonten weiterhin bei einer Schweizer Bank haben. Nur 5% der Befragten geben an, dass sie sich kein Konto bei einer Schweizer Bank vorstellen könnten, wenn sie die Wahl hätten. 86% könnten es sich gut bis sehr gut vorstellen.

Auch die Werte der einzelnen Banken sind interessant: Bei der eher regionalen Valiant können sich nur 29% der Befragten ein Konto gut bis sehr gut vorstellen, bei der Bank Cler sind es 33%, bei der Zürcher Kantonalbank 49%, bei der Credit Suisse 50%, bei der UBS 51%, bei der PostFinance 58%, bei der Migros Bank 60% und bei der Raiffeisen sogar 71%. Offensichtlich haben die Skandale rund

um Raiffeisen der Beliebtheit der Bank noch keinen Abbruch getan.

Wie schneiden Schweizer Versicherungen ab?

Analog zu Schweizer Banken im Fall von Bankkonten schneiden Schweizer Versicherungsfirmen am besten bei der Frage ab, bei welchen Unternehmen Konsumenten ihre Versicherungen abschliessen möchten. Nur 8% der Befragten geben an, dass sie ihre Versicherungen nicht bei einer Schweizer Versicherung kaufen möchten. 78% könnten es sich hingegen gut bis sehr gut vorstellen. Bei den einzelnen Unternehmungen sind diese Werte tiefer: 50% der Befragten können sich eine Versicherung bei Axa gut vorstellen, bei der Mobiliar sind es ebenfalls 50%, bei Generali 44%.

Unterschied je nach Region und Geschlecht

Bewohner der Romandie sind bezüglich Bankkonto und Versicherungen skeptischer gegenüber den Technologie-Riesen als Deutschschweizer. Ähnlich sieht es bei den Dimensionen Land- und Stadtbevölkerung sowie Geschlecht aus: Landbewohner sind gegenüber den Internet-Giganten als Bank- oder Versicherungsalternative weniger aufgeschlossen als Stadtbewohner, Frauen weniger als Männer.

Jüngere toleranter gegenüber Technologie-Firmen

Die grössten Unterschiede gibt es je nach Altersgruppe: Jüngere Altersgruppen sind gegenüber Google, Amazon, Facebook, Apple & Co. als Bank- und Versicherungsalternative deutlich offener eingestellt als Ältere.

Beispiel: 23% der 18- bis 25-Jährigen könnten es sich gut bis sogar sehr gut vorstellen, ein Bankkonto bei Google zu haben, bei den 26- bis 49-Jährigen sind es nur 18%, bei den 50- bis 74-Jährigen sogar nur 6%. Ähnlich sieht es bei Versicherungen aus: 20% der 18- bis 25-Jährigen könnten es sich gut bis sogar sehr gut vorstellen, ihre Versicherungen bei Google zu haben, bei den 26- bis 49-Jährigen sind es nur 13%, bei den 50- bis 74-Jährigen sogar nur 4%.

Insgesamt könnten es sich 41% der jüngsten Altersgruppe gut bis sehr gut vorstellen, ein Bankkonto bei einem der erfragten Technologie-Konzerne zu haben, bei Versicherungen sind es 37%.

Allfinanz als Alternative?

Interessant ist ein Blick auf die Frage, wie viele Konsumenten sich ein Bank als Alternative zu einer Versicherungsfirma und umgekehrt eine Versicherungsfirma als Alternative zu einer Bank vorstellen könnten. 48% der Befragten geben an, dass sie es sich gut bis sehr gut vorstellen könnten, bei einer Schweizer Bank eine Versicherung abzuschliessen. Umgekehrt könnten es sich nur 34% gut bis sehr gut vorstellen, bei einer Schweizer Versicherung ein Bankkonto zu eröffnen. «Der Vertrieb von Bankprodukten dürfte deshalb Schweizer Versicherungen schwerer fallen als Banken der Vertrieb von Versicherungen», so Benjamin Manz.

Konkurrenz rückt nach

Wie die Umfrage von moneyland.ch gezeigt hat, sind Schweizer Banken und Versicherungsfirmen weiterhin die mit Abstand erste Wahl für Bankkonten beziehungsweise Versicherungen. Internationale Technologie-Riesen – darunter Google, Amazon, Facebook und Apple (die so genannte GAFAGruppe) – werden als zukünftige Bank- oder Versicherungsalternative von Schweizerinnen und Schweizern noch nicht ernstgenommen.

«Banken und Versicherungen sollten sich trotzdem nicht auf den Lorbeeren ausruhen», so das Urteil von Benjamin Manz. Die Technologie-Giganten haben entsprechende Bank- und Versicherungsprodukte ja noch nicht in der Schweiz lanciert. Auch die Entwicklung von Fintech-Alternativen zu Banken und Versicherungen steckt noch in der Anfangsphase.

«Einzelne Fintech-Startups werden sich in Zukunft zu ernsthaften Konkurrenten der traditionellen Banken und Versicherungen entwickeln», ist Benjamin Manz überzeugt. Besonders anfällig sind Schweizer Banken und Versicherungen in den Bereichen Kosten und Nutzerfreundlichkeit: Hier könnten schlanke Startups mit deutlich besseren Angeboten rasch an Boden gewinnen.

Kontakt für weitere Informationen:

Benjamin Manz
Geschäftsführer moneyland.ch
Walchestrasse 9
CH-8006 Zürich, Schweiz
Telefon: +41 44 576 8888
E-Mail: media@moneyland.ch

Anhang

Über moneyland.ch

moneyland.ch ist der unabhängige Schweizer Online-Vergleichsdienst für Banken, Versicherungen und Telekom. Auf moneyland.ch finden sich umfassende und genaue Kosten- und Leistungsvergleiche in den Bereichen Krankenkassen, Spitalzusatz-, Krankenkassenzusatz-, Rechtsschutz-, Lebens-, Tier- und Reiseversicherungen, Handy-Abos, Kreditkarten, Hypotheken, Kredite, Mietkautionen, Trading, Private Banking, Bankpakete, Kassenobligationen, Privat-, Firmen-, Spar-, Säule-3a- und Freizügigkeitskonten. Insgesamt hat moneyland.ch bereits mehr als 80 interaktive Vergleiche und Rechner programmiert.

Methodik

Das anerkannte Marktforschungsinstitut Ipsos (ehemals GfK Switzerland) hat im Auftrag von moneyland.ch im Januar 2019 eine repräsentative Online-Umfrage zum Thema alternative Bank- und Versicherungsanbieter durchgeführt. Befragt wurden Personen in der Deutsch- und Westschweiz im Alter von 18 bis 74 Jahren. Gefragt wurde unter anderem, wie gut es sich die befragten Personen grundsätzlich vorstellen könnten, Ihr Bankkonto bei verschiedenen Firmen zu haben, falls diese ein Bankkonto anbieten würden. Ausserdem wurden die Personen gefragt, wie gut es sich die Befragten vorstellen könnten, ihre Versicherungen bei diesen Firmen zu haben, falls diese Versicherungen anbieten würden.

Die Skala reichte von 1 («ich kann es mir gar nicht vorstellen») bis 10 («ich kann es mir sehr gut vorstellen») und «weiss nicht». Aus Übersichtlichkeitsgründen wurden von moneyland.ch ausserdem folgende Gruppierungen vorgenommen: «Gar nicht bis eher schlecht» (1-4), «mittelmässig» (5-6) und «gut bis sehr gut» (7-10). Bei der Auswertung können Rundungsdifferenzen auftreten.

Zur Auswahl standen bei beiden Fragen die folgenden Firmen: Google, Apple, Facebook, Amazon, Tesla, Samsung, Microsoft, Revolut, Uber, Schweizer Pensionskasse (allgemein als Kategorie), Schweizer Versicherung (allgemein als Kategorie), Schweizer Bank (allgemein als Kategorie), UBS, Credit Suisse, Raiffeisen, Zürcher Kantonalbank, Migros Bank, Bank Cler, Valiant, Mobiliar, Axa und Generali.