



AXA Partners Studie zur Zukunft der Banken: Zusatzleistungen für Bankprodukte als Stabilitätsanker in bewegten Zeiten

- Repräsentative Studie von AXA Partners bestätigt: klassische Banken und Fintechs werden durch Zusatzleistungen zu ihren Produkten für Endverbraucher attraktiver.
- Zielgruppenorientierung und Verbraucherbedürfnisse werden zu den zentralen Gradmessern für langfristige und neue Kundenbeziehungen.
- Endverbraucher interessieren sich tendenziell eher für preislich attraktive Angebotspakete als für Einzelprodukte.

KÖLN, 04. September 2019.

Eine Reiserücktritts-Versicherung zusammen mit der Kreditkarte, eine Garantieverlängerung für Heimelektronik über das Girokonto oder ein Internetschutzbrief bei Aufnahme eines Darlehens: Zusatzangebote zu etablierten Bankprodukten bieten gerade für große Institute die Möglichkeit, sich noch stärker auf die individuellen Bedürfnisse ihrer Kunden zu konzentrieren und damit dem Wettbewerb einen Schritt voraus zu sein.

Der Bankensektor befindet sich weltweit im Umbruch: Junge und agile Startups verändern den Markt, besetzen margenträchtige Teile der Wertschöpfungskette und bieten ihren Kunden neue digitale Lösungen. Gleichzeitig schränken Regulierungen zum Daten- und Verbraucherschutz den Innovationsraum ein. Bei einer sich abzeichnenden rückläufigen Konjunktur und einem Rekord-Zinstief stehen Banken zunehmend vor der Herausforderung, Bestandskunden zu halten, neue Kunden zu gewinnen, Margen zu steigern sowie Ausfallrisiken zu minimieren.

Der Versicherungs- und Assistance-Dienstleister AXA Partners hat gemeinsam mit dem Meinungsforschungsinstitut YouGov eine repräsentative Studie* in Deutschland durchgeführt und dabei wertvolle Einblicke in die Wünsche und Bedürfnisse der Endverbraucher erhalten. Die wichtigste Schlussfolgerung: Banken müssen umdenken. Neben klassischen Bankprodukten steigern Zusatzleistungen, die alle Bereiche des Lebens der Konsumenten abdecken, die Attraktivität – besonders bei den Jüngeren: Einer entsprechenden Aussage stimmten 41 Prozent der Auszubildenden und Studenten zu. Aber auch Familien (39% Zustimmung) finden, dass Bankprodukte durch Zusatzleistungen attraktiver werden. Dies ist auch für Fintechs interessant, die generell eine jüngere Zielgruppe ansprechen und sich mit unkomplizierten, kundennahen Angeboten auszeichnen.

Die *AXA Partners Studie zur Zukunft der Banken* verdeutlicht, dass bestimmte Zusatzleistungen gezielt von den jungen Befragten nachgefragt werden. So interessieren sich besonders junge Familien für



Zusatzangebote wie eine Kfz-Restschuldversicherung¹ (61%), eine GAP-Versicherung² (45%), eine Mobilitäts-Versicherung³ (56%) und ein Reifenschutz-Produkt⁴ (43%).

Bei den jüngeren Konsumenten und Familien zeigt sich auch Interesse an Produkten zur Absicherung ihrer Online-Aktivitäten, wie beispielsweise ein Internetschutzbrief oder eine Versicherung, die ihre Online-Einkäufe schützt: Mehr als jeder Sechste der 18- bis 24-Jährigen würde für einen Internetschutzbrief sogar zusätzlich bezahlen. Auch beim Umgang mit Risiken aus Online-Einkäufen können Banken mit Zusatzangeboten ihre Kunden unterstützen.

Jüngere Bankkunden zeigen überdies besonderes Interesse an Zusatzleistungen, die es ihnen ermöglichen, flexibler zu reisen und gut auf damit verbundene Risiken vorbereitet zu sein: Mehr als die Hälfte (58%) der Auszubildenden und Studenten sind an einem „Travelpaket“ interessiert, welches sie in Fällen von Reiserücktritt und -abbruch, Unfall, sowie Gepäckverlust und -beschädigung absichert. Rund die Hälfte von ihnen wäre bereit, zusätzliche Gebühren dafür zu bezahlen.

Die AXA Partners Bankkunden-Befragung zeigt also: Wer Kundenbedürfnisse kennt und seine Produkte danach ausrichtet, gewinnt. Konrad Bartsch, Country Manager & Sales Director Germany bei AXA Partners, erklärt: *„Bankprodukte und nahe Zusatzleistungen müssen sich an den Lebensumständen von Menschen orientieren und einfach zugänglich sein. Banken können sich z.B. mit innovativen Angeboten und Services als stetiger Begleiter und Partner der Kunden positionieren. Dies ist keine kurzfristige Erscheinung, sondern ein langfristiger Trend, um nachhaltig zukunftsfähig zu bleiben. Wir haben bereits einige Partnerschaften mit diesem Ansatz erfolgreich etabliert.“*

Neben dem gesteigerten Wunsch nach mehr Individualisierung wünschen Endkunden sich bedarfsgerechte Angebotspakete, die einfach zugänglich sind. Endkunden in der Ausbildung (32%), Befragte mittleren Alters („Etablierte“; 33%) sowie Familien (32%) würden bei der Auswahl gern auf fest geschnürte und damit preislich attraktivere Angebotsbündel zurückgreifen.

Bei der Zusammenstellung ihrer Pakete sollten sich Banken an den Lebenswelten der Verbraucher orientieren: Diese lassen sich in die Bereiche Mobilität, Reise, Home und Shopping einteilen. Konrad Bartsch dazu: *„Je nach Zielsetzung unserer Partner sind Zusatzleistungen in Endkunden-orientierten Angebotsbündeln der richtige Weg. Mit unseren Lösungen haben Banken die Möglichkeit, die Kundenbindung zu verstärken, zusätzliche Margen zu generieren und Ausfallrisiken zu minimieren.“*

AXA Partners verfügt über langjährige, internationale Erfahrung im Finanzsektor. Mit Endkunden-zentrierten Angeboten („Bankassurance“) aus Assistance-Services und klassischer Absicherung von finanziellen Risiken unterstützt AXA Partners Banken bei der aktiven Gestaltung des Wandels im Sektor.

¹ Übernahme der Kredit-/Leasing-Raten bei einem Autokauf/-leasing im Falle von einer unfreiwilligen Arbeitslosigkeit, Arbeitsunfähigkeit, schwerer Erkrankung oder im Todesfall

² Bei Finanzierung & Leasing eines neuen oder gebrauchten Kfz: Wird das versicherte Fahrzeug vom Kfz-Versicherer als Totalschaden bewertet, erstattet die GAP-Versicherung die Differenz zwischen der von der Kfz-Versicherung gezahlten Versicherungsleistung und dem offenen Finanzierungssaldo/ ausstehenden Kreditsaldo. Bei Kauf eines neuen oder gebrauchten Kfz: Im Falle eines Totalschadens oder bei Verlust (Diebstahl) erstattet die GAP-Versicherung die Differenz zwischen der Leistung der Kfz-Versicherung oder des Gutachtens und dem Kaufpreis des Fahrzeugs.

³ Übernahme der im Falle einer Autopanne entstandenen Kosten für Ersatzwagen, Bahntickets oder Übernachtungen bis zur vertraglich vereinbarten Höhe.

⁴ Übernahme der im Fall einer Reifenpanne entstandenen Kosten für Reparatur oder Ersatz eines beschädigten Reifens sowie Abschleppdienst im Fall eines fehlenden Ersatzreifens.



*** ÜBER DIE AXA PARTNERS STUDIE ZUR ZUKUNFT DER BANKEN**

Die verwendeten Daten beruhen auf einer Online-Umfrage der YouGov Deutschland GmbH, an der 2.074 Personen im Juli 2019 teilnahmen. Die Ergebnisse wurden gewichtet und sind repräsentativ für die deutsche Bevölkerung ab 18 Jahren.

ÜBER AXA PARTNERS

AXA PARTNERS ist Teil der internationalen AXA-Gruppe mit Hauptsitz in Paris und zählt zu den führenden Assistance- und Versicherungsanbietern weltweit. Mit mehr als 1.000 Geschäftspartnern auf der ganzen Welt arbeitet AXA PARTNERS an innovativen Lösungen für mehr Sicherheit und ein Plus an Lebensqualität. International beschäftigt AXA PARTNERS mehr als 9.000 Mitarbeiter. Mit diesem starken Netzwerk und Servicepartnern in mehr als 200 Ländern steht AXA PARTNERS ihren Kunden zuverlässig im Schadensfall zur Seite – rund um den Globus, 24 Stunden am Tag, 365 Tage im Jahr.

Erfahren Sie mehr auf www.axapartners.de.

PRESSEKONTAKT

Marie Fuchs

AXA PARTNERS | AXA Assistance Deutschland GmbH

Colonia-Allee 10-20

51067 Köln

+49 (0) 221 802 47 0022

presse@axa-assistance.de