

22. Juni 2021



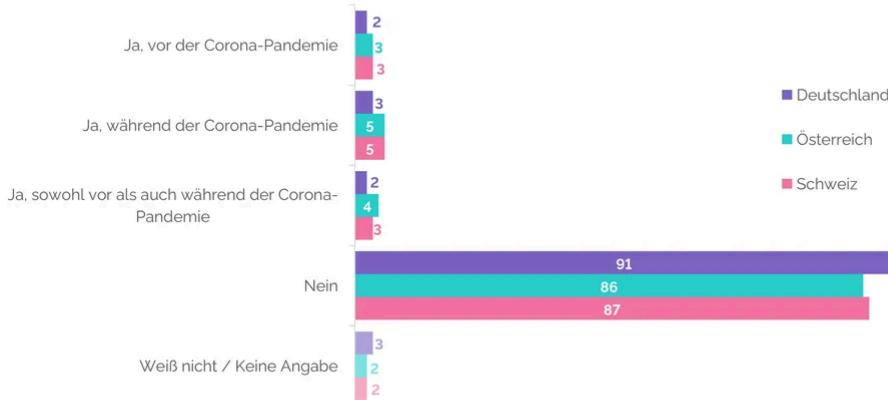
Vergleichende YouGov-Umfragen in Deutschland, Österreich und der Schweiz über Video-Beratungen von Banken, Gründe der bisherigen Nicht-Nutzung sowie die Vor- und Nachteile

Wünschte man sich in Zeiten der Lockdowns und der Isolation Hilfe bei bestimmten Bank-Themen oder -Problemen, war es oft schwer bis unmöglich, persönlichen Kontakt zum Bankberater herzustellen. Einige Banken haben mittlerweile jedoch Video-Beratungen in ihren Service-Katalog mit aufgenommen, um dem Kunden somit auch vom heimischen Computer einen direkten Kontakt zur Bank zu ermöglichen. Eine vergleichende YouGov-Umfrage in Deutschland, Österreich und der Schweiz zeigt die Unterschiede in der Nutzung und Einschätzung von Video-Bank-Beratungen durch die Verbraucher in allen drei Ländern.

Mit Video-Beratungen sind persönliche Beratungen gemeint, bei denen das Gespräch per Video unter Verwendung eines Computers, Laptops, Tablets oder Smartphones stattfindet. Dies ist im Vergleich der D/A/CH-Länder in Österreich am häufigsten verbreitet: 12 Prozent der österreichischen Befragten haben schon einmal Gebrauch von einer Video-Bank-Beratung gemacht. In der Schweiz sagen dies 11 Prozent und in Deutschland nur 7 Prozent.

Befragte in D/A/CH haben bisher kaum Erfahrung mit Video-Bank-Beratungen gemacht

Haben Sie schon einmal Gebrauch von einer Video-Bank-Beratung gemacht? in %



Basis: n=2.097 Befragte in Deutschland (Befragungszeitraum: 05.-07.02.2021); n=1.001 Befragte in Österreich (Befragungszeitraum: 05.-13.02.2021); n=1.002 Befragte in der Schweiz (Befragungszeitraum: 05.-15.02.2021). Abweichung von 100% aufgrund von Rundungsdifferenzen. Die Ergebnisse sind repräsentativ für die jeweiligen Bevölkerungen ab 18 Jahren.

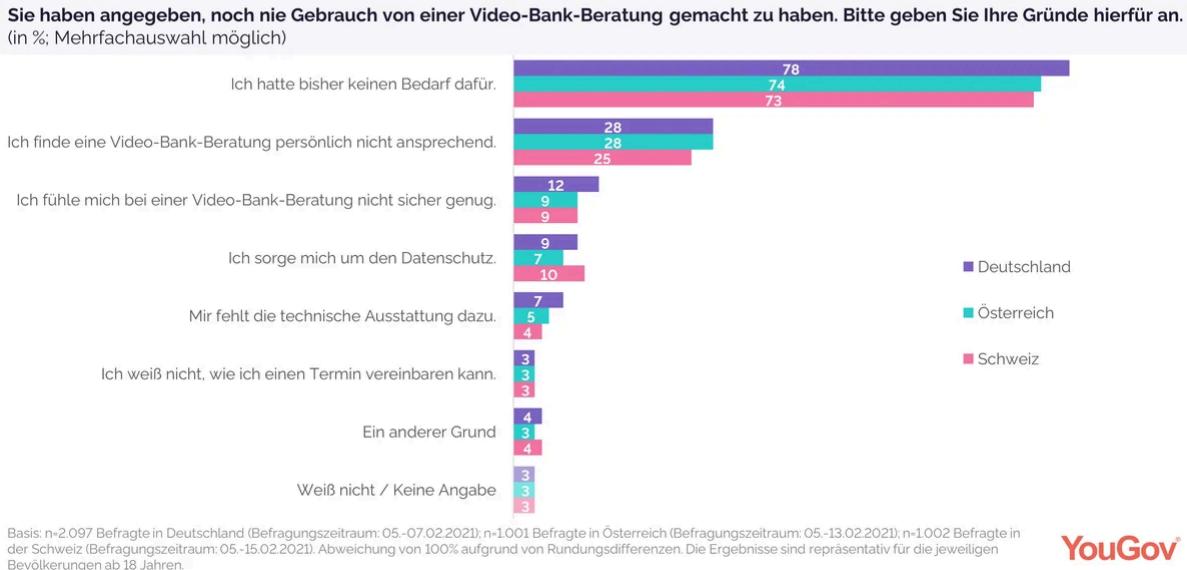
YouGov®

Dies sind Ergebnisse der Studie „Video-Beratungen von Banken – Potenzialgruppen verstehen“ der internationalen Data & Analytics Group YouGov, für die mehr als 4.000 Personen in Deutschland, Österreich und der Schweiz zum Thema Video-Beratungen bei Banken im Februar 2021 mittels standardisierter Online-Interviews befragt wurden. Die Ergebnisse sind gewichtet und repräsentativ für die jeweiligen Bevölkerungen ab 18 Jahren.

Fehlender Bedarf in allen Ländern häufigster Grund der Nicht-Nutzung

In allen drei Ländern sagen jene Befragten, die noch nie Gebrauch von einer Video-Bank-Beratung gemacht haben, dass bisher der Bedarf dafür fehlte. Deutsche Befragte sagen dies am häufigsten (78 Prozent vs. 73-74 Prozent der Österreicher und Schweizer). Dass sie eine Video-Bank-Beratung nicht sehr ansprechend finden, sagen Deutsche und Österreicher als Grund für die Nicht-Nutzung etwas häufiger (je 28 Prozent) als Schweizer (25 Prozent). Die Aussage, dass sie sich bei einer solchen Beratung nicht sicher genug fühlen, treffen Deutsche, die noch nie eine Video-Bank-Beratung in Anspruch genommen haben, am häufigsten (12 Prozent vs. jeweils 9 Prozent der Schweizer und Österreicher). Um den Datenschutz sorgen sich hingegen am häufigsten die Schweizer (10 Prozent vs. 9 Prozent der Deutschen und 7 Prozent der Österreicher).

Fehlender Bedarf ist für die meisten der Grund, noch keine Video-Beratung in Anspruch genommen zu haben



Ein Drittel der deutschen Nicht-Nutzer von Video-Bank-Beratungen kann sich zukünftige Nutzung vorstellen

Unter jenen deutschen Befragten, die noch nie Gebrauch von einer Video-Bank-Beratung gemacht haben, können sich 32 Prozent vorstellen, dies in der Zukunft zu tun. Unter Schweizern, die noch keine Video-Bank-Beratung genutzt haben, sagen dies 36 Prozent, unter Österreichern sogar zwei von fünf (39 Prozent).

Der nicht-notwendige Aufenthalt in der Filiale ist größter Vorteil einer Video-Bank-Beratung

Dass der Aufenthalt bzw. das Warten in der Bankfiliale bei einer Video-Beratung entfällt, ist für die Befragten aller drei untersuchten Länder der am häufigsten genannte Vorteil. In Österreich sagen dies 51 Prozent der Befragten, in der Schweiz 47 Prozent und in Deutschland 46 Prozent. Die flexible Terminvereinbarung ist den Österreichern besonders wichtig (40 Prozent vs. 37 Prozent in der Schweiz und 33 Prozent in Deutschland).

Am häufigsten sagen Deutsche, dass es für sie keine Vorteile einer Video-Bank-Beratung gebe: Ein Viertel (26 Prozent) macht diese Angabe. In Österreich und der Schweiz sagen dies jeweils 23 Prozent.

Vorteile einer Video-Bank-Beratung: Zuhause bleiben können und flexible Terminvereinbarung

Was sind Ihrer Meinung nach die Vorteile einer Video-Bank-Beratung? (Bitte wählen Sie alles Zutreffende aus.) in %



Basis: n=2.097 Befragte in Deutschland (Befragungszeitraum: 05.-07.02.2021); n=1.001 Befragte in Österreich (Befragungszeitraum: 05.-13.02.2021); n=1.002 Befragte in der Schweiz (Befragungszeitraum: 05.-15.02.2021). Abweichung von 100% aufgrund von Rundungsdifferenzen. Die Ergebnisse sind repräsentativ für die jeweiligen Bevölkerungen ab 18 Jahren.

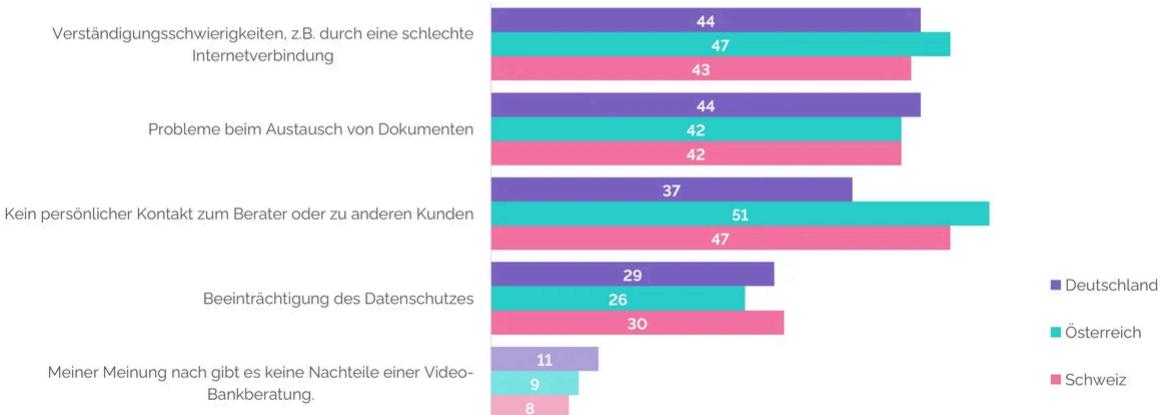
YouGov®

Nachteile von Video-Bank-Beratungen: Österreichern fehlt am häufigsten der persönliche Kontakt zum Berater

Bei der Wahrnehmung der Nachteile fallen die Angaben in den drei befragten Ländern unterschiedlich aus: Während für Deutsche die Verständigungsschwierigkeiten, beispielsweise durch schlechte Internetverbindungen, sowie Probleme beim Austausch von Dokumenten am häufigsten als Nachteile genannt werden (jeweils 44 Prozent), fehlt den Österreichern am häufigsten der persönliche Kontakt zum Berater oder zu anderen Kunden (51 Prozent). Dies nennen auch die Schweizer am häufigsten als Nachteil (47 Prozent).

Nachteile einer Video-Bank-Beratung in allen drei Ländern unterschiedlich stark bewertet

Was sind Ihrer Meinung nach die Nachteile einer Video-Bank-Beratung? (Bitte wählen Sie alles Zutreffende aus.) in %



Basis: n=2.097 Befragte in Deutschland (Befragungszeitraum: 05.-07.02.2021); n=1.001 Befragte in Österreich (Befragungszeitraum: 05.-13.02.2021); n=1.002 Befragte in der Schweiz (Befragungszeitraum: 05.-15.02.2021). Abweichung von 100% aufgrund von Rundungsdifferenzen. Die Ergebnisse sind repräsentativ für die jeweiligen Bevölkerungen ab 18 Jahren.

YouGov®

Dass jedoch Potenzial für die Video-Bank-Beratung besteht, zeigt unser Deep Dive für Deutschland. Wir haben hierbei jene Verbraucher- genauer betrachtet, die noch keine Erfahrungen mit Video-Bank-Beratungen gemacht hat, es sich in Zukunft aber vorstellen kann, diese Art von Beratung in Anspruch zu nehmen.

Anhand von Einstellungen zu Finanzen, zu Digital-Affinität und weiteren Aspekten, zeigen wir auf, welche Präferenzen diese Potenzialgruppe hat und wie sie am besten zu erreichen ist.

Die vollständige Studie zum Thema „[Video-Beratungen von Banken – Potenzialgruppen verstehen](#)“ kann kostenfrei unter der Angabe von Kontaktdaten hier heruntergeladen werden.

[Dieser Artikel ist so erschienen auf "Der Bank Blog".](#)

Aktuelle Insights direkt in Ihr Postfach

Mit unserem Newsletter erhalten Sie kostenlos und unkompliziert aktuelle Studienergebnisse, Whitepaper, Artikel und Informationen

[Jetzt anmelden!](#)

This resource is temporarily unavailable - to see all our latest white-papers and reports, [login to YouGov Platform](#).



Abonnieren Sie den YouGov-Newsletter



Anne-Kathrin Sonnenberg

PR Lead Mainland Europe

Verwandte Themen

Financial services

Media, comms and channel strategy

Verwandte Inhalte

YouGov®

Das Herzstück unseres Unternehmens ist eine globale Online-Community, in der Millionen von Menschen und Tausende von politischen, kulturellen und kommerziellen Organisationen eine kontinuierliche Konversation über ihre Überzeugungen, Verhaltensweisen und Marken führen.

Unternehmen

Globale Websites

[Privacy & cookies notice](#)

[Terms & conditions](#)

[Öffentliche datenlizenzen](#)

[Modern slavery act](#)

Copyright © 2026 YouGov PLC. Alle Rechte vorbehalten.