

Bankkunde Gen Z

Banken zwischen digitaler Exzellenz und persönlicher Beratung

Pressegespräch, 9. April 2025

bankenverband **BCG**

 **Bank Austria**
Member of  UniCredit

Ihre Gesprächspartner heute



Lukas Haider
Managing Director & Senior Partner
The Boston Consulting Group



Gerald Resch
Generalsekretär
Bankenverband



Robert Zadrazil
Präsident Bankenverband
Country Manager Austria, UniCredit

Überblick zum Studiendesign | Durchführung marketmind



Repräsentativ für Altersgruppe:
zwischen 15-29 Jahren (nach Alter,
Geschlecht, Bildung, Bundesland)



n = 500 (Stichprobengröße)

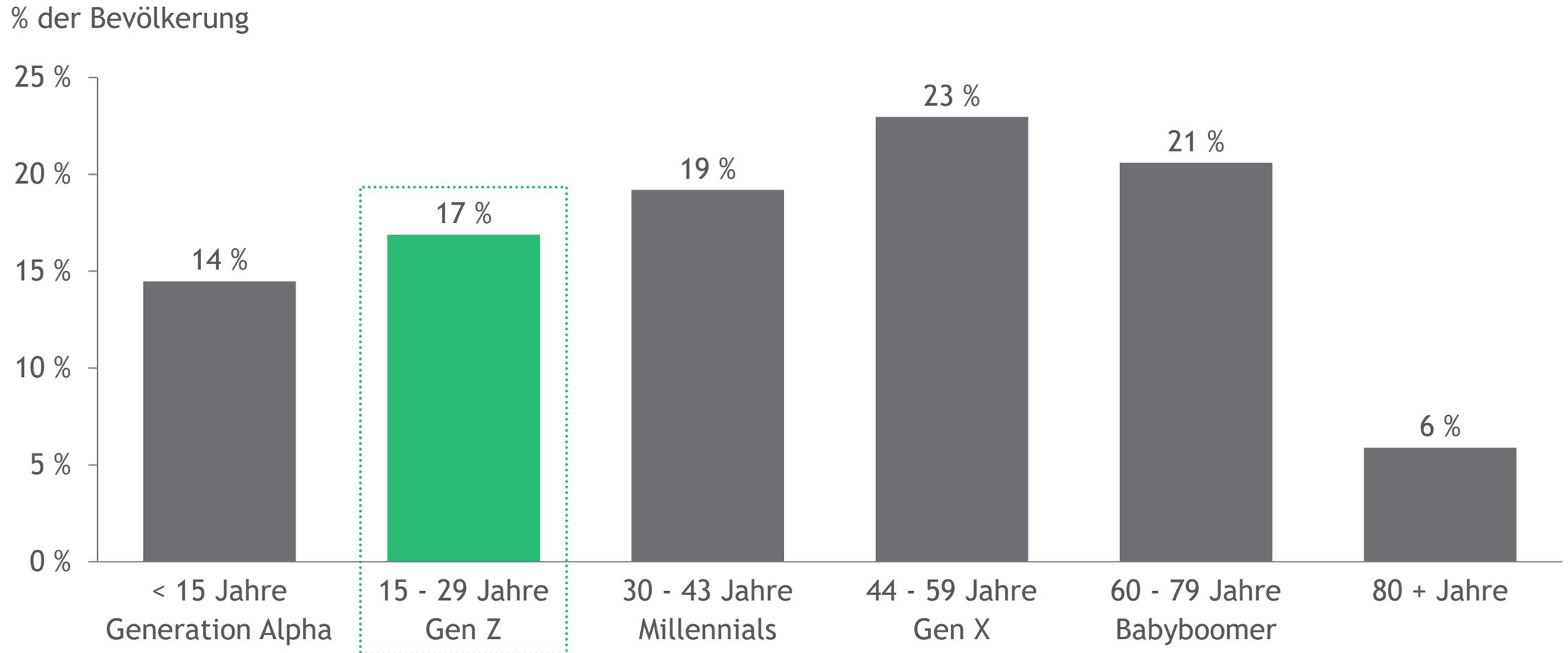


CAWI (Computer-Assisted Web
Interviewing)
Responsive Design



Feldphase: KW 7-9 2025

Gen Z stellt 17 Prozent der Bevölkerung – rund 1,5 Millionen junge Menschen in Österreich

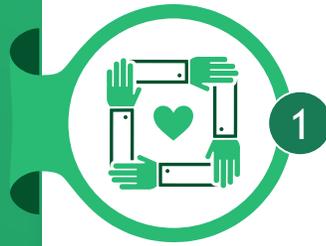


Quelle: Statistik Austria (Zahlen für 2022), BCG

Wer ist die Generation Z?



So tickt die Gen Z als Bankkund:in



1 Wie Gen Z ihre Bank auswählt



2 Was Gen Z zum Bankwechsel bewegt



3 Welche Rolle Beratung für junge Kund:innen spielt

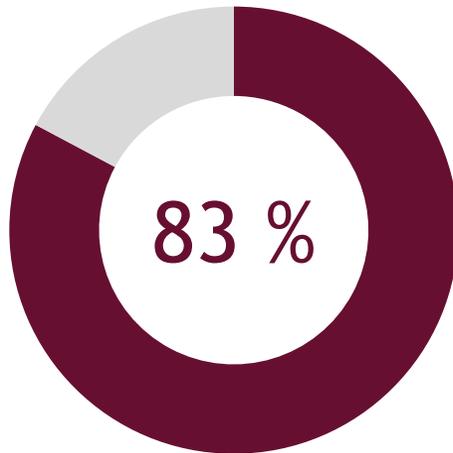


4 Wem Gen Z auf Social Media in Finanzfragen vertraut

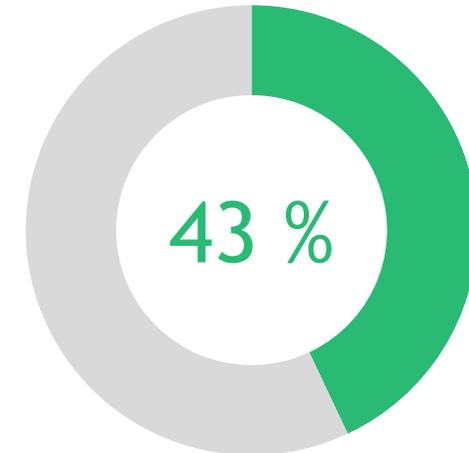


Wie Gen Z ihre Bank auswählt

83 Prozent der Gen Z sind bei den großen Universalbanken – Motiv ist Familientradition



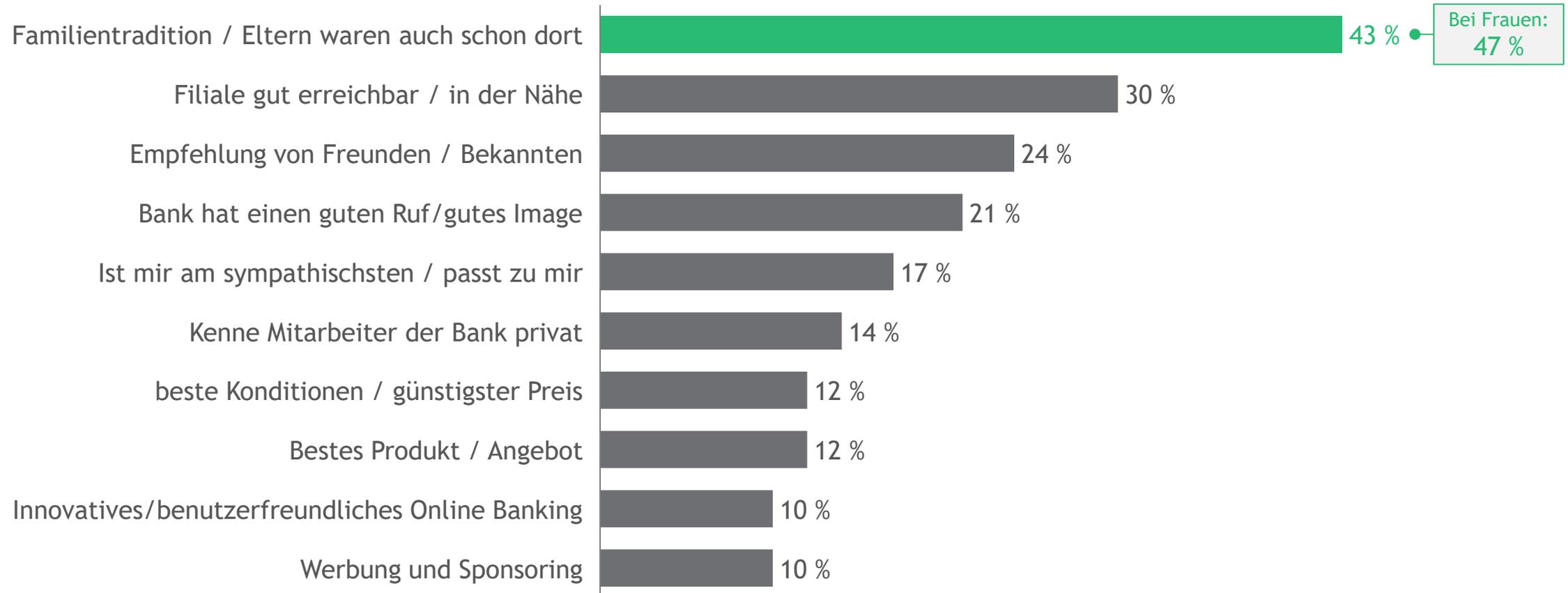
... haben ihr **Hauptkonto** bei einer der großen **Universalbanken** Österreichs



... haben ihre Bank aus **Familientradition** gewählt - 64 Prozent stimmen zu, dass für sie als Wert "Familie an erster Stelle" steht

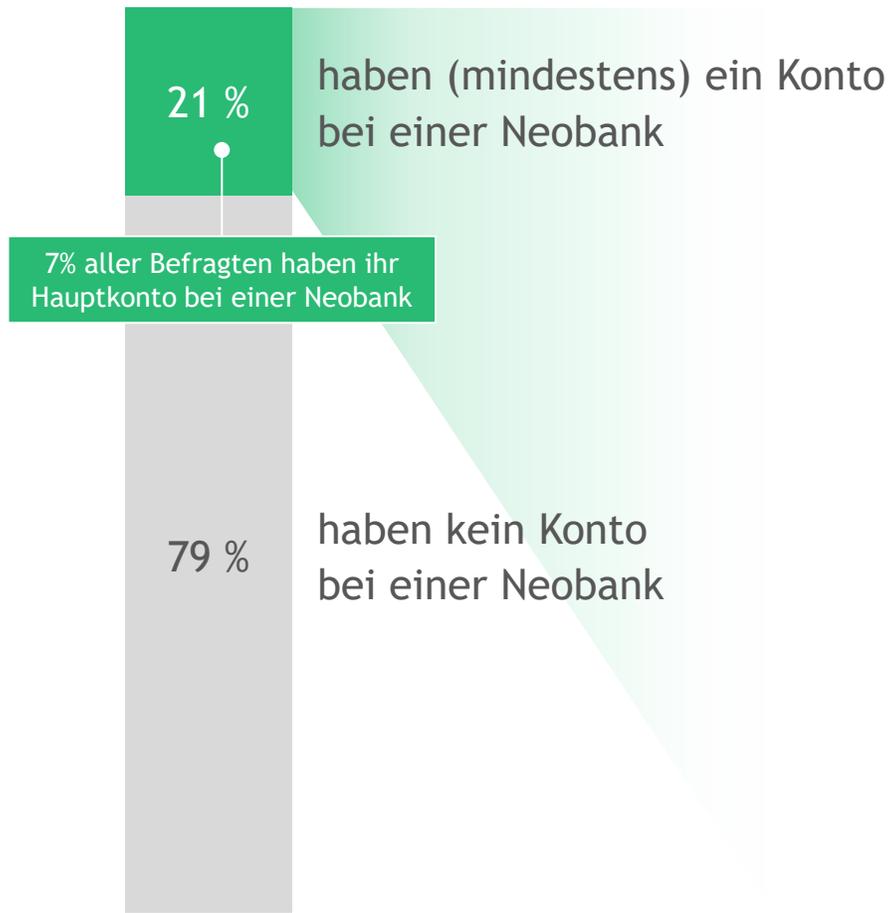
Frage: "Welche der folgenden Einstellungen passen eher zu dir? Bitte nutze die Schieberegler, um deine Einstellung zu beschreiben. Wenn du den Regler in die Mitte stellst, treffen beide Aussagen gleichermaßen auf dich zu." , "Wie bist du damals zur ... gekommen? Was war der Grund warum du dich ursprünglich für diese Bank entschlossen hast?" , "Welche dieser Banken würdest du als deine Hauptbank bezeichnen, also jene Bank, die für dich persönlich am wichtigsten ist?"
Quelle: marketmind für BCG und Bankenverband

Detail: Familientradition ist der wichtigste Grund für die Wahl der Hauptbank



Frage: "Wie bist du damals zur ... gekommen? Was war der Grund warum du dich ursprünglich für diese Bank entschieden hast?"
Quelle: marketmind für BCG und Bankenverband

Kunden von Neobanken: Männlich, 21+ und gutverdienend



Die Kund:innen der Neobanken sind typischerweise...

...männlich: Sieben von zehn Neobank-Kund:innen sind Männer

...älter: GenZers über 21 nutzen Neobanken dreimal so häufig wie jüngere Altersgruppen

...einkommensstark: Neobank-Kund:innen verfügen dreimal häufiger über ein monatliches Budget über 3.000 € - und zählen damit zu den Top-10-Prozent-Verdienern ihrer Generation

...digital informiert: 50 Prozent folgen Finanzinfluencer:innen - deutlich mehr als unter GenZ-Kund:innen ohne Neobankkonto (37 %)

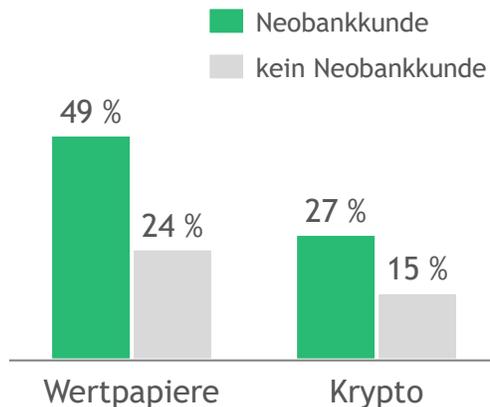
...entscheidungssicher: Sie fühlen sich bei Finanzentscheidungen überdurchschnittlich kompetent und selbstbewusst

...anlageorientiert: Sparen und Investieren haben für sie einen höheren Stellenwert als Konsum

Anlageprodukte, digitale Services und künftig auch KI sind für Neobank-Kund:innen attraktiv

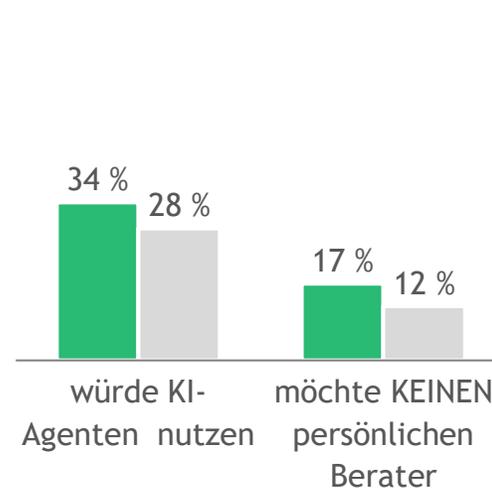
2x

Kund:innen der Neobanken halten doppelt so oft **Wertpapiere** (ETFs, Aktien etc.) oder **Kryptowährungen**



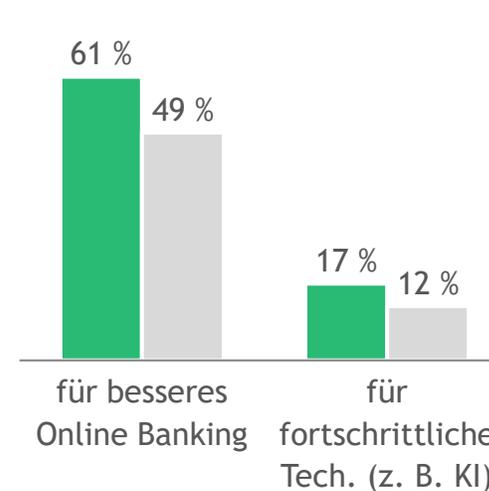
34 %

... der Neobankkund:innen könnten sich vorstellen, **KI-Agenten** zu nutzen, sind aber weniger beratungsaffin



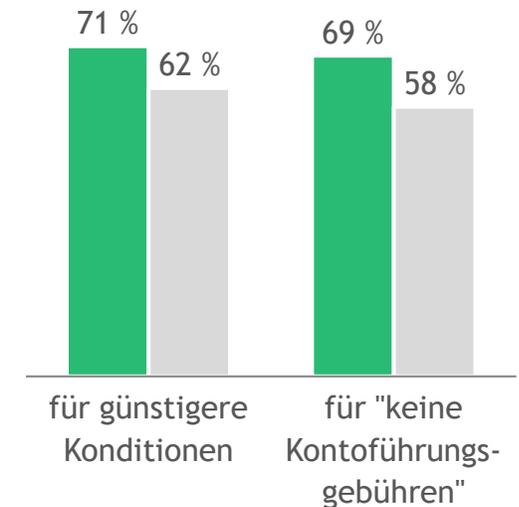
61 %

... der Neobankkund:innen würden für besseres **Online Banking (oder App)** die Bank wechseln



71 %

... würden für günstigere Konditionen ihre Bank wechseln - die Neobankkund:innen sind **preissensitiv**



Frage: "Kommen wir nun konkret zu Bankprodukten. Welche der folgenden Produkte und Angebote aus dem Finanzbereich nutzt du aktuell bereits?" , "Wie wahrscheinlich ist es, dass du einen AI-Agenten bei einer Bank für deine Bankangelegenheiten nutzen würdest?" , Wenn du es dir aussuchen könntest, welche Art der Betreuung würdest du dir von deiner Bank wünschen?" "Wie sehr könntest du dir vorstellen, deine Hauptbank aufgrund der unten genannten Gründe zu wechseln?"

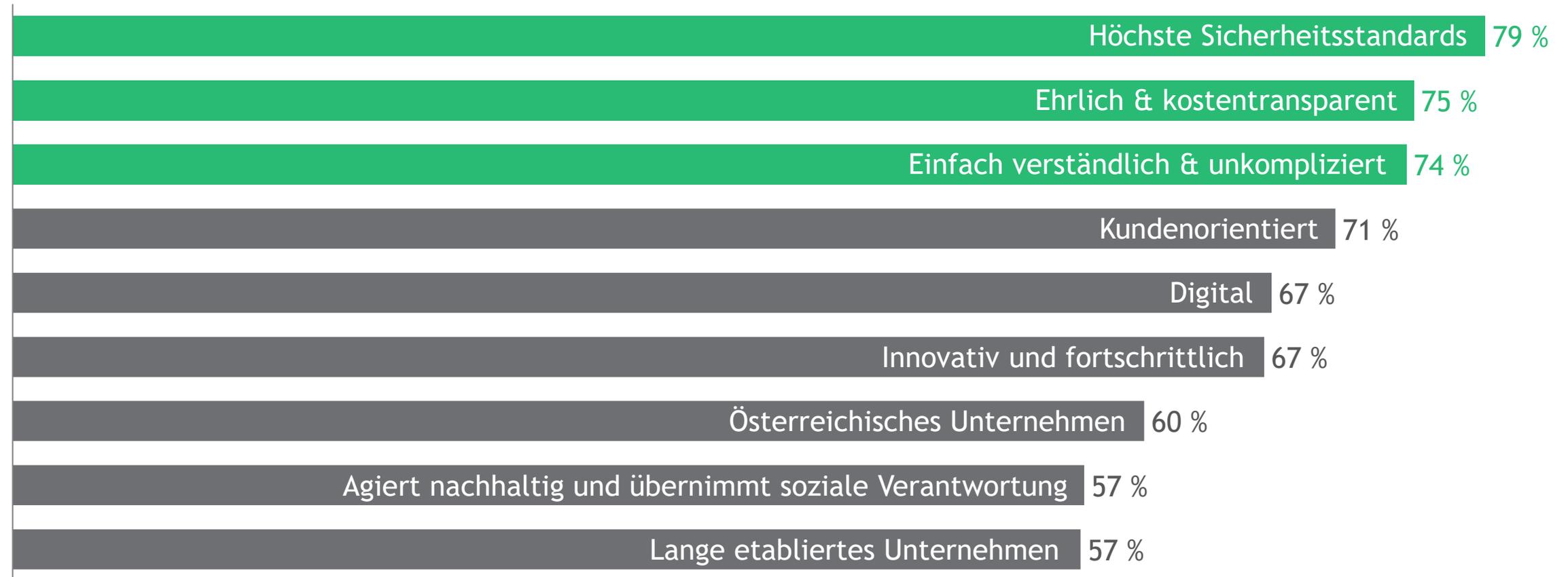
Quelle: marketmind für BCG und Bankenverband



Was Gen Z zum Bankwechsel bewegt

Sicherheit ist die Top-Priorität

Eigenschaften, die Gen Z bei einer Bank ansprechen



Frage: "Wie sehr sprechen dich die folgenden Eigenschaften von Banken an?"
Quelle: marketmind für BCG und Bankenverband"

Wechselmotivation: Preis, Filialnähe und besseres digitales Banking

Gründe für möglichen Bankenwechsel



60 %



53 %



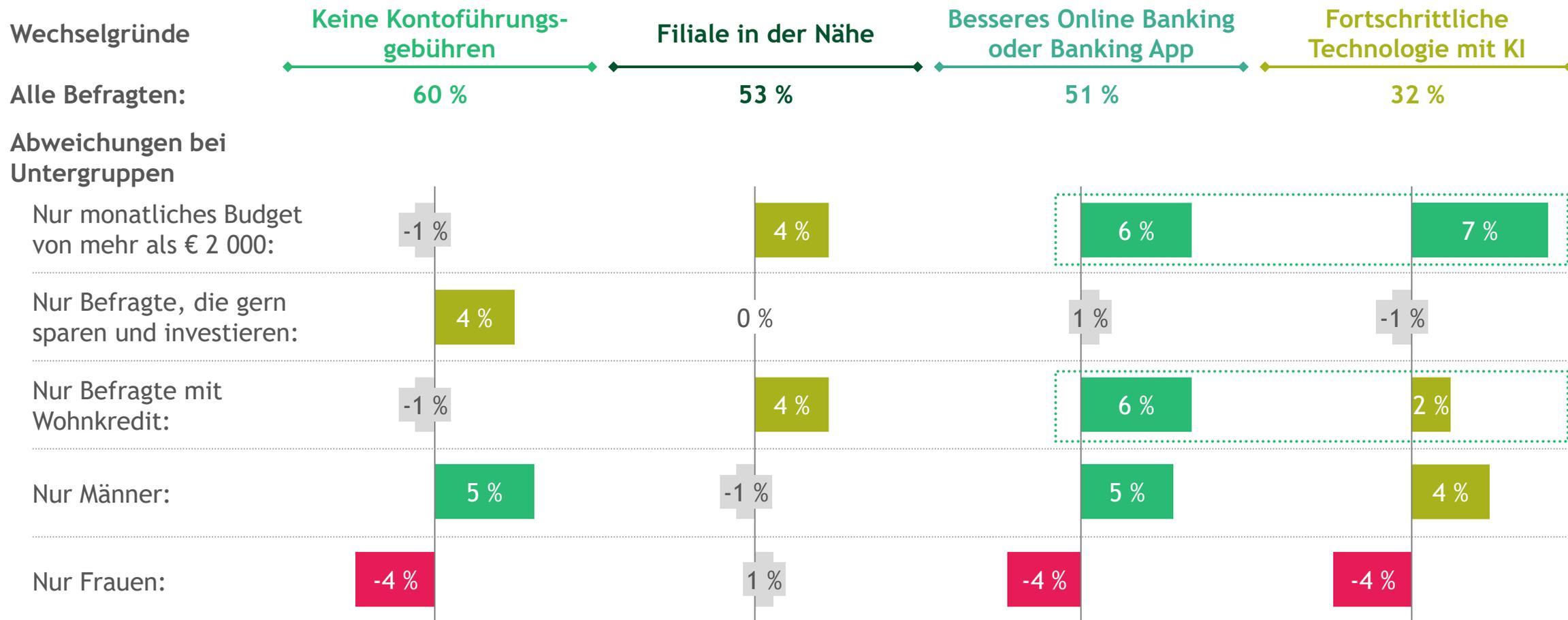
51 %



32 %

Frage: "Wie sehr könntest du dir vorstellen, deine Hauptbank aufgrund der unten genannten Gründe zu wechseln?"
Quelle: marketmind für BCG und Bankenverband

Höhere Einkommen sind häufiger bereit, für digitale und technische Innovation die Bank zu wechseln



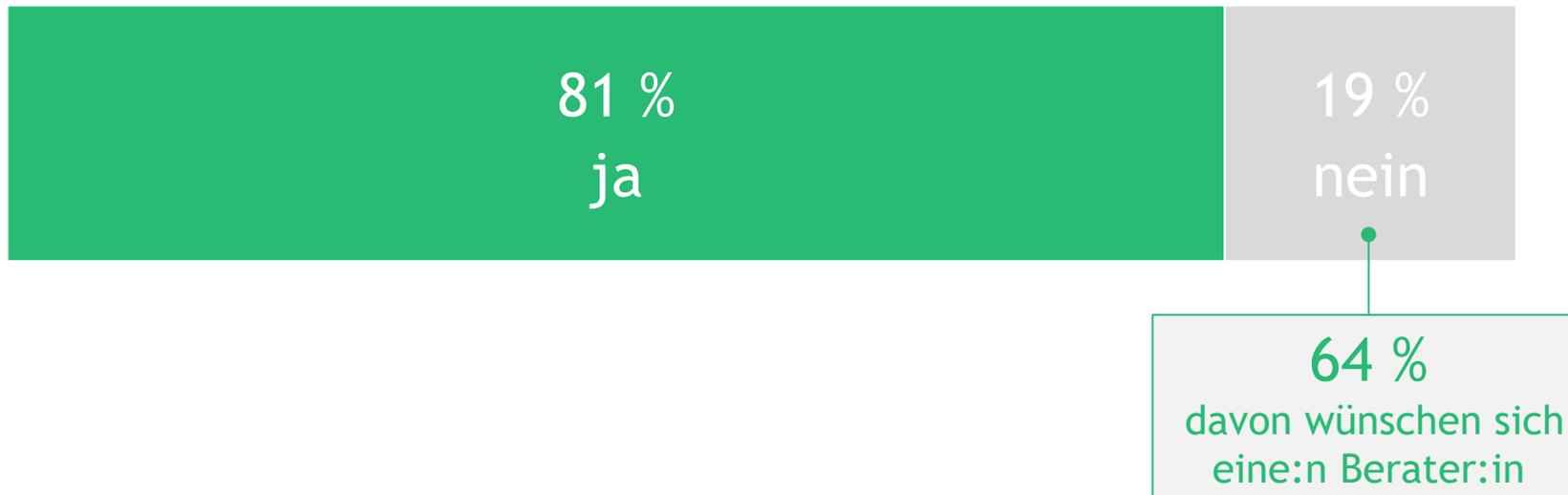
Gezeigte Abweichungen sind in Prozentpunkten
 Frage: siehe vorherige Folien
 Quelle: marketmind für BCG und Bankenverband



Welche Rolle Beratung für junge Kund:innen spielt

Gen Z setzt auf persönliche Beratung

Hast du bei deiner Bank einen persönlichen Berater, der für dich zuständig ist?



42 %

...würden für die Verfügbarkeit eines persönlichen Beraters oder einer persönlichen Beraterin mehr zahlen

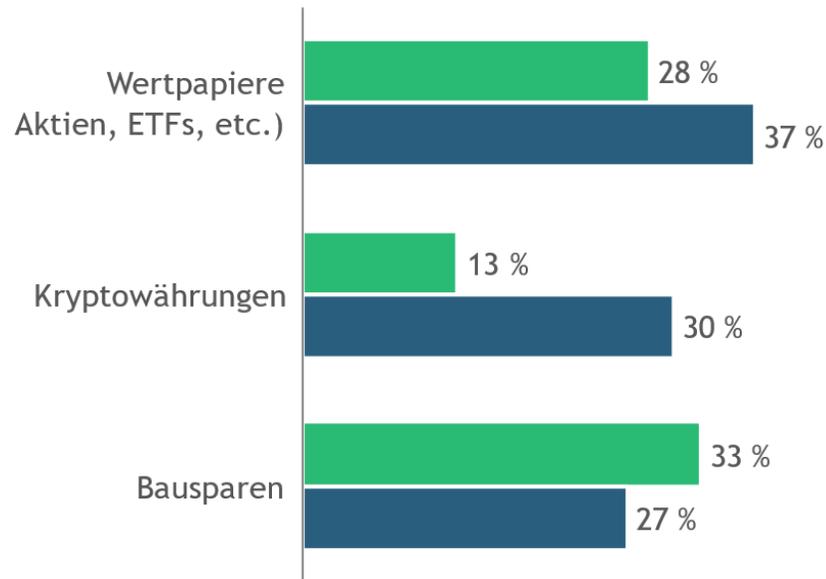
Frage: "Hast du bei deiner Bank einen persönlichen Berater, der für dich zuständig ist?" , "Wenn du es dir aussuchen könntest, welche Art der Betreuung würdest du dir von deiner Bank wünschen?"

Ja = Gleichbleibender und wechselnder Berater

Quelle: marketmind für BCG und Bankenverband

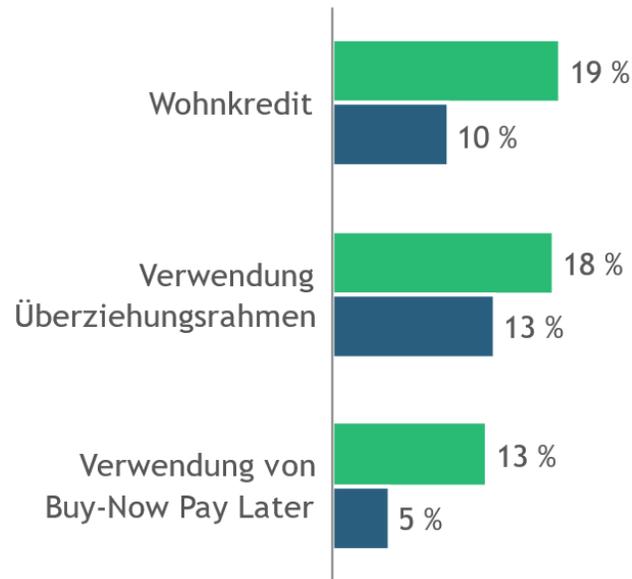
GenZers mit Beratungswunsch sind konsumfreudiger und nutzen mehr Kredite, aber weniger moderne Anlageprodukte

Sparen und Investieren



GenZers mit Beratungswunsch nutzen eher klassisches Bausparen als moderne Anlageprodukte

Kredite

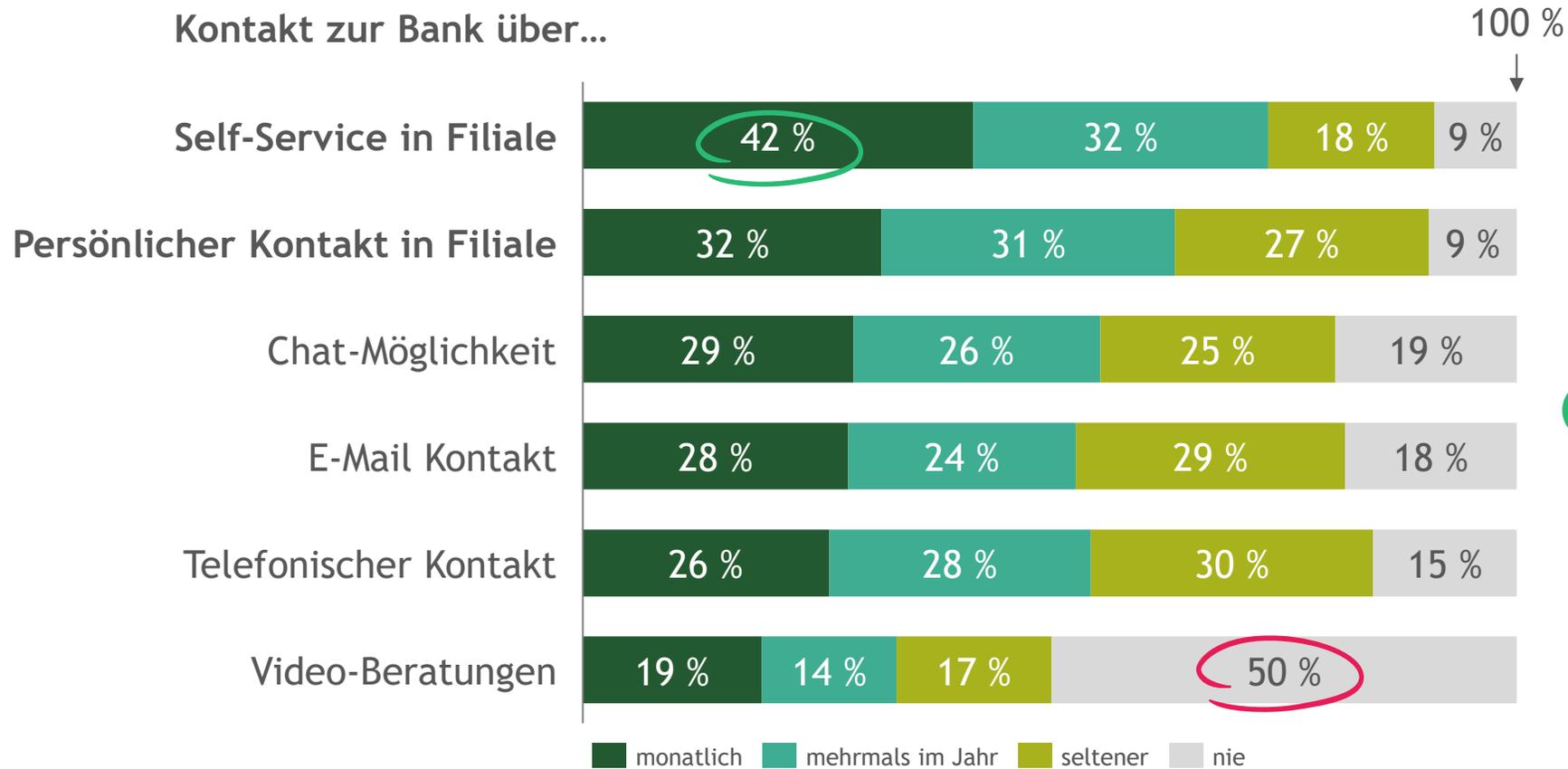


GenZers mit Beratungswunsch nutzen häufiger Kredite

46 %

...mit Beratungswunsch stimmen zu:
"Geld ist zum Ausgeben da - ich spare nicht und lebe im Hier und Jetzt"

Gen Z nutzt Filialen intensiv – für Self Service oder persönlichen Kontakt



46 %

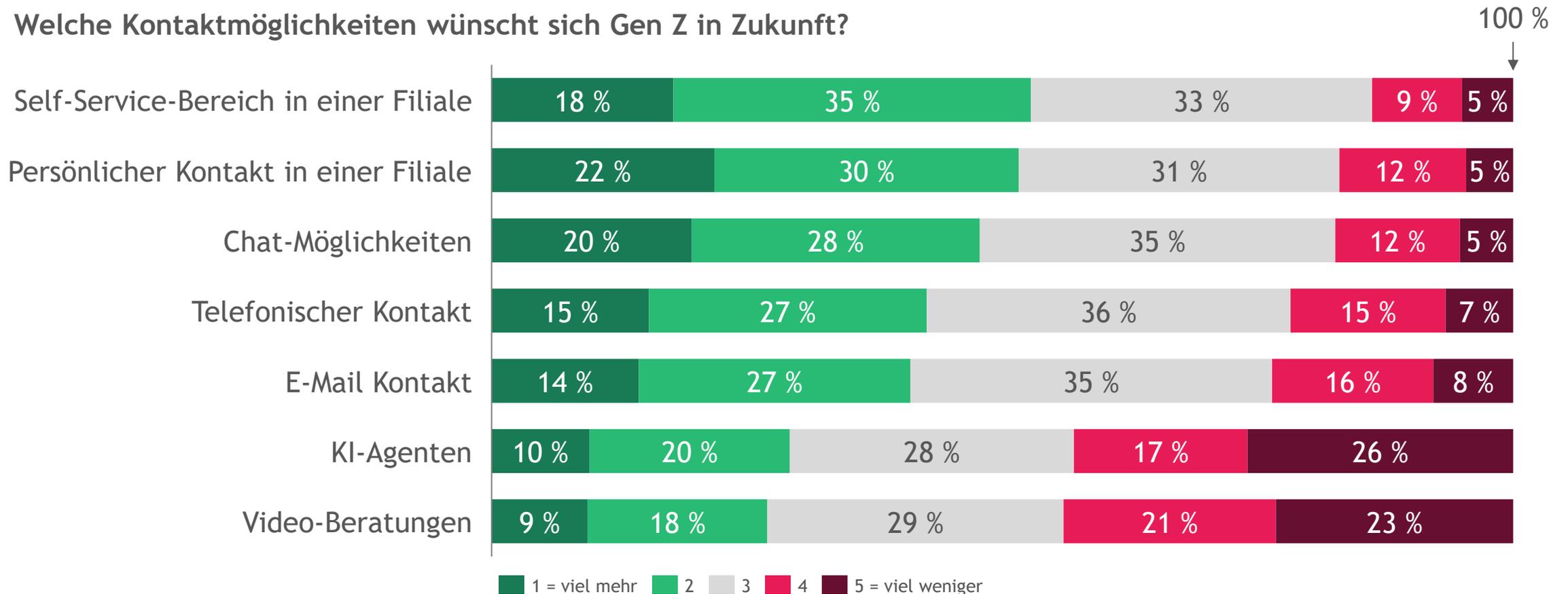
...würden für die Verfügbarkeit einer Bankfiliale mehr zahlen

Frage: "Wie häufig benutzt du die folgenden Möglichkeiten, um mit deiner Bank in Kontakt zu treten bzw. Leistungen der Bank in Anspruch zu nehmen?" ,
 "Wärst du grundsätzlich bereit, bei einer Bank für Dienstleistungen (die über die Kontoführung und einer Kreditkarte) hinausgehen etwas zu bezahlen - sei es für den Service selbst oder in Form von einer regelmäßigen Kontoführungsgebühr?"

Quelle: marketmind für BCG und Bankenverband

Filialen bleiben in Zukunft relevant – KI-Agenten polarisieren

Welche Kontaktmöglichkeiten wünscht sich Gen Z in Zukunft?



Frage: "Welche dieser Kontaktmöglichkeiten würdest du dir in Zukunft mehr oder weniger von deiner Bank wünschen?"
 Quelle: marketmind für BCG und Bankenverband



Wem Gen Z auf Social Media in Finanzfragen vertraut

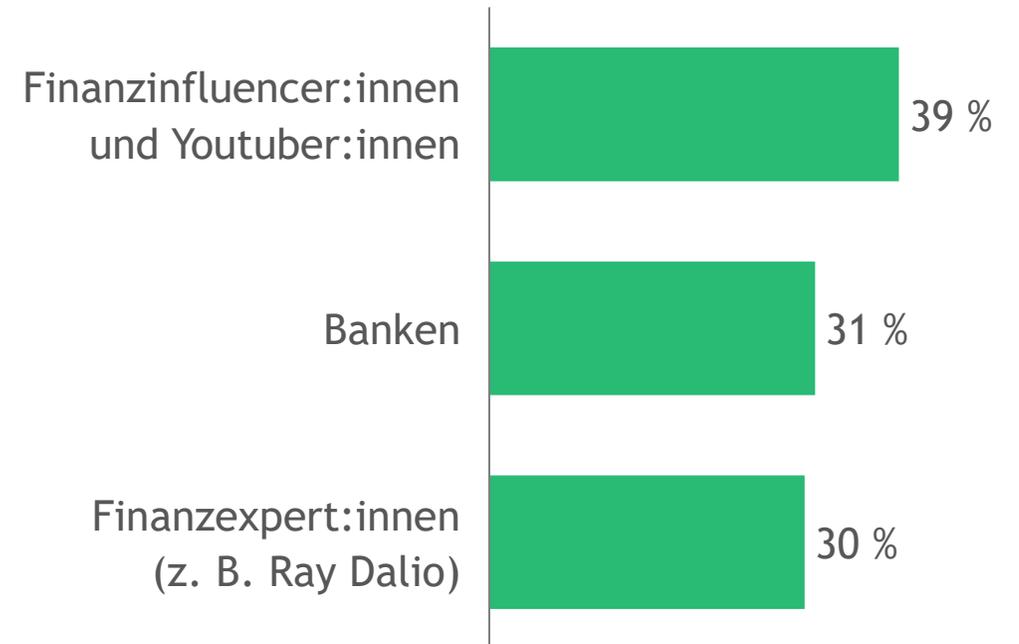
Social Media spielt für die Finanzbildung der Gen Z eine immer größere Rolle

4 Stunden

... verbringt Gen Z im Schnitt täglich auf Social Media

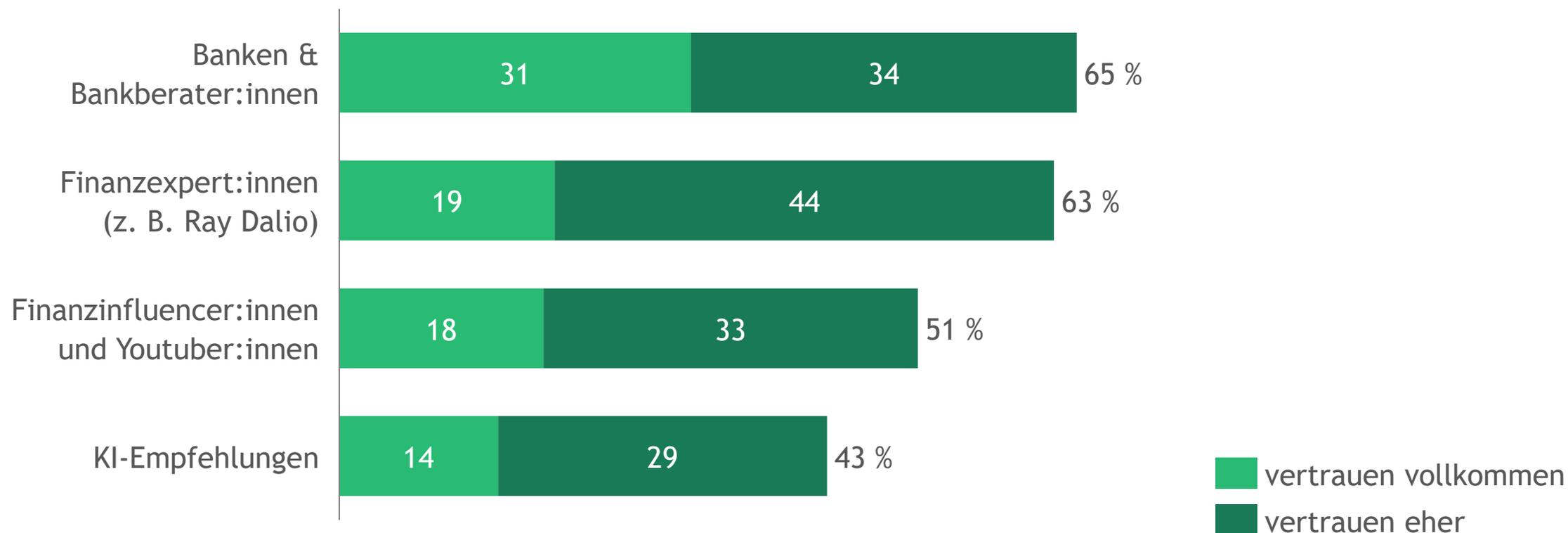


Gen Z folgt auf Social Media...



Banken und Bankberater genießen bei der Gen Z das höchste Vertrauen – auch Finanzinfluencer:innen überzeugen mehr als die Hälfte der jungen Zielgruppe

Vertrauen in Finanztipps von...



Frage: "Wie sehr vertraust du den Finanz-Tipps und Informationen der folgenden Personen oder Unternehmen?"
Quelle: marketmind für BCG und Bankenverband

Zwischen Offenheit und Skepsis: KI polarisiert die Gen Z – Banken brauchen ein differenziertes Angebot, das persönliche Beratung mit KI kombiniert

31 %

...nutzen ChatGPT täglich

30 %

...können sich vorstellen, einen KI-Agenten für die **eigenen Bankangelegenheiten** zu nutzen

41 %

...sind skeptisch, dass KI eines Tages persönliche **Beratung ersetzen** kann

71 %

...verlangen **kompetente Beratung**, damit die Bank "perfekt zu ihnen passt"



Frage: "Kannst du dir vorstellen, dass die zuvor beschriebenen KI-Agenten in Zukunft persönliche Berater ersetzen könnten, wenn sie ein Leistungsniveau wie beispielsweise ChatGPT erreichen?"

Quelle: marketmind für BCG und Bankenverband

Universalbanken können ihren Startvorteil nutzen, um Gen Zer als Kund:innen zu gewinnen

Vier Maximen für Banken, um Gen Z Kund:innen zu gewinnen und zu halten

Startvorteil und Familientradition nutzen



Gen Z hat Vertrauen zur Hausbank der Familie. Diese Verbindung bietet Banken einen Startvorteil, um junge Kund:innen frühzeitig zu binden. Angebote sollten unkompliziert und einfach zugänglich sein.

Produktpalette anpassen



GenZers über 21 nutzen Neobanken deutlich häufiger - oft als Zweitbank fürs Investieren. Mit attraktiven Produkten, die auf die Finanzbedürfnisse der Zielgruppe zugeschnitten sind, können Banken diese Kund:innen binden.

Omnichannel mit nahtlosem Übergang



Nur wenn digitale Services und persönliche Beratung reibungslos zusammenspielen, entsteht echte Kundennähe. Banken profitieren dabei von klaren, intuitiven Omnichannel-Lösungen mit starker User Experience (UX).

Relevanz durch zielgenaue Ansprache erhöhen



Das eigene Produkt in den Alltag der Gen Z integrieren - durch personalisierte Kommunikation, passende Kooperationen (z.B. mit Finanzinfluencer:innen). Wer sein eigenes Produkt demokratisiert, verwandelt Social Media vom Marketing- zum Vertriebskanal.

Direkt. Authentisch. Plattformgerecht. Spezielle Ansprache für die junge Generation

Wir erreichen die junge Zielgruppe dort, wo sie sich aufhält – auf den Kanälen, die sie täglich nutzen und setzen dabei auf Authentizität. Statt ihnen zu sagen, wie sie sind, geben wir ihnen Raum, um sich selbst auszudrücken. So sprechen wir nicht nur ihre Bedürfnisse an, sondern schaffen eine echte, nachhaltige Verbindung.

Stichwort TikTok: UniCredit Bank Austria hat den führenden und am meisten genutzten TikTok-Kanal der Branche.

Und weil Träume oft finanzielle Freiheit brauchen, bieten wir mit der MegaCard ein maßgeschneidertes Produkt für die junge Generation.



Finanzbildungs-Initiative Blended Learning mit „MoneyMatters“ sowie Finanzbildungsworkshops

- **Blended-Learning** Angebot für Schüler:innen ab der 8. Schulstufe. (Basis ist das UniCredit Schulungsprogramm „Start-up Your Life“, das die Brandon Hall Group Auszeichnung „**Best Unique Innovative Learning and Development Program**“ erhielt)
- Für Österreich gemeinsam mit **Lehrer:innen** und dem **Institut für Wirtschaftspädagogik der Wirtschaftsuniversität Wien** weiterentwickelt
- **Universelle Verfügbarkeit** über Smartphone, Tablet, Laptop oder Heimcomputer
- Moderne Tools wie **Videos, Quiz, animierte Diagramme** und Lückentexte unterstützen das Programm
- Schüler:innen erhalten ein **Zertifikat**, nachdem sie die Module des Programms abgeschlossen haben
- **Finanzbildungsworkshops in Sozialeinrichtungen** direkt bei NGOs wie Caritas, SOS Kinderdorf und vielen anderen
- Erste Finanzbildungsangebote mit den „**Booky Geldgeschichten**“ schon für Volksschüler:innen



Q&As



bankenverband

