

User Experience im Banking

PwC-Studie zum Kundenerlebnis
bei deutschen Banken

Juni 2021



Management Summary

Bankkunden wünschen sich mehr Informationen, Interaktion und Nutzerfreundlichkeit von Ihrer Bank – allen voran im Bereich Sparen und Geldanlage.



Treue zur Hausbank



Interaktion & Service



Digital & Nutzerfreundlichkeit



Sparen & Altersvorsorge



Nachhaltige Finanzprodukte

Hauptergebnis

Kunden bleiben der eigenen Hausbank treu, beziehen aber immer öfters zusätzliche Services von anderen Banken.

Kunden wünschen sich mehr Interaktion mit ihrer Bank, verlieren aber durch unpersönliche Angebote und komplexe Beratungsinhalte immer mehr das Vertrauen.

Kunden wünschen sich digitale und nutzerfreundliche Lösungen im Banking. Die technischen Lösungen für das Trading werden mehrheitlich als nicht benutzerfreundlich empfunden.

Sparen und Altersvorsorge ist von großem Interesse. Die Informationsgewinnung über diese Finanzprodukte erfolgt aber in der Regel eigenständig über verschiedene Online Quellen.

Kunden haben nur geringes Wissen über das Angebot ihrer Bank an nachhaltigen Finanzprodukten. Zudem besteht wenig Vertrauen in das Siegel "Nachhaltigkeit".

Implikationen

Banken sollten ihre Produkte aktiver an ihre Kunden herantragen und dabei auf einen personalisierten Vermarktungsansatz achten.

Banken sollten darauf achten, die Kundeninteraktion sowohl online als auch offline individualisierter und auf den spezifischen Kundenbedarf zugeschnitten zu gestalten.

Banken sollten zunehmend auf eine gute User Experience und adäquate Umsetzung der Bedürfnisse im digitalen Banking achten.

Informationen zur Finanzprodukten, die die Bank durch digitale Medien zur Verfügung stellt, sollten intuitiv und zeitgemäß sein.

Banken müssen für mehr Transparenz im Bereich nachhaltiger Finanzprodukte sorgen. Informationen müssen anschaulicher und weniger komplex dargestellt werden.



Research

Design

Kundenerlebnis im Banking

Warum?



Fokus der Studie

- Untersuchung der empfundenen User Experience (UX) von Privatkunden deutscher Banken
- Berücksichtigung aller Interaktionspunkte von Banken (u.a. Online, Mobile, E-mail, Telefon, Filiale)
- Verfügbarkeit von relevanten Informationen für Kunden zu Bankprodukten und -services
- UX Test der Websites der Banken
- Spezial: Nachhaltigkeit im Banking – welche Rolle spielen Nachhaltigkeitsaspekte für Kunden bei der Auswahl der Bank und der Bankprodukte?



Methode

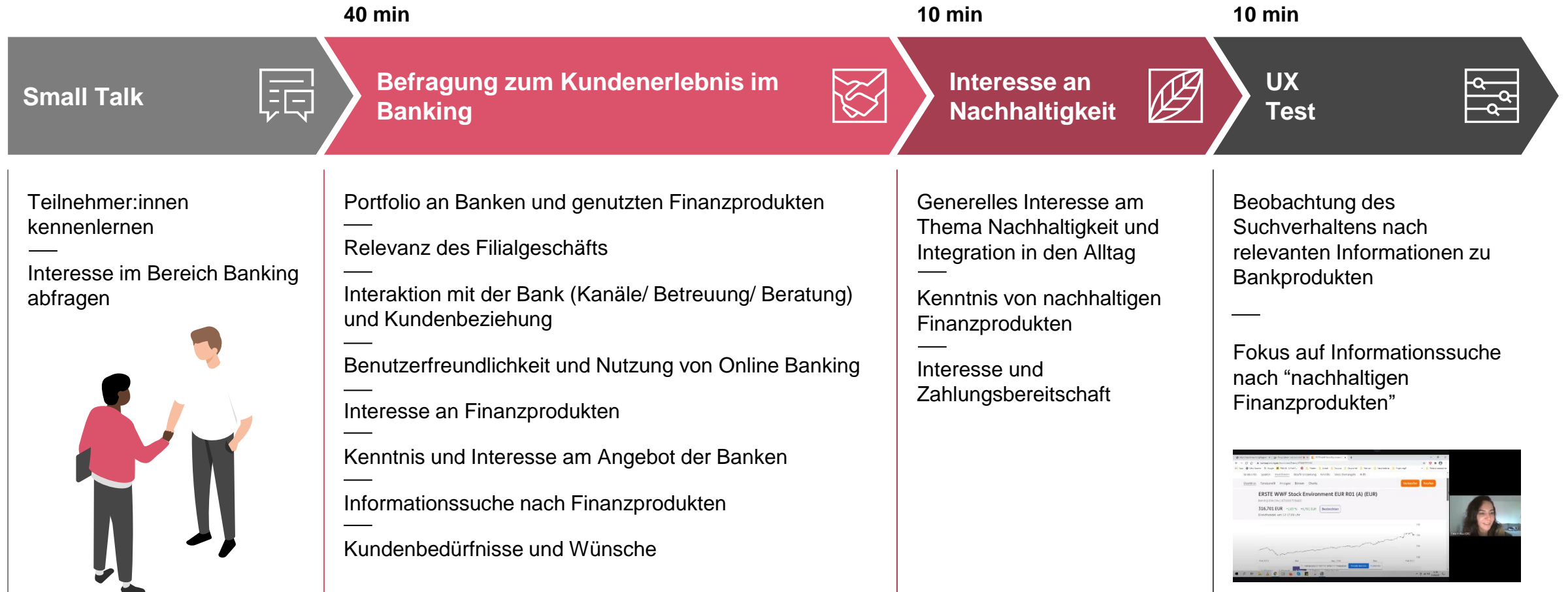
- Qualitative Befragung mit 30 Bankkunden unterschiedlicher Banktypen* (Remote via Google Meet)
- Interview-setup: Ein Bankkunde, ein Interviewer und ein Beobachter
- 50 Minuten Befragung und 10 Minuten UX Test

*Sparkassen, Volksbanken, Universalbanken, Direktbanken, Neobanken



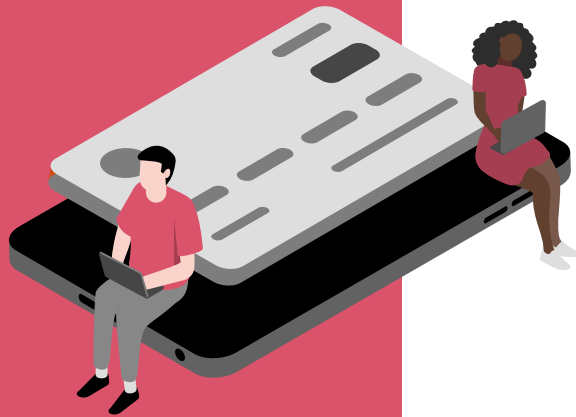
Ablauf der qualitativen Interviews

Unsere Vorgehensweise



30 Teilnehmer:innen

- 13 Weiblich & 17 Männlich
- Durchschnittsalter 37,6
- Keine Vorerfahrungen im Bereich Banking
- Generell interessiert an Finanzprodukten



A man in a dark suit and striped tie is seated at a table in a meeting room. He is looking towards the camera with a slight smile. The background is a bright window with a view of a city. The text 'Übergreifende Erkenntnisse' is overlaid on the image in white font on a red background.

Übergreifende
Erkenntnisse

Die Mehrzahl der Befragten besitzen **mehrere Konten** bei **mindestens zwei unterschiedlichen Banken**

90%

der Befragten sind Kunde bei mindestens zwei Banken

- höhere Sparzinsen, Gebührenfreiheit, oder günstiges Wertpapierdepot sind häufige Gründe für ein Konto bei einer Zweitbank
- Um die eigenen Finanzen gezielter zu kontrollieren, richten sich viele der Befragten ein “Dreikontensystem” ein (Gehaltskonto, Anlagekonto und “Lifestyle”-Konto)

15 Jahre

hält die durchschnittliche Kundenbeziehung der Befragten

- Die Mehrheit der Befragten bleibt der ursprünglichen Hausbank loyal, weil sie ihren persönlichen Ansprechpartner beibehalten wollen
- Bequemlichkeit spielt dabei für die Befragten eine große Rolle. Die Mehrheit bleibt ihrer Hausbank treu, da der Aufwand des Wechsels nicht richtig abschätzbar ist
- Stattdessen eröffnen sie Konten bei Zweit- und Drittbanken

75%

besitzen ein Wertpapierdepot für ihre Kapitalanlagen

- Die Mehrzahl der Befragten hat ihr Wertpapierdepot nicht bei der eigenen Hausbank
- Die Mehrzahl der Befragten entscheidet sich für Online-Banken, aufgrund von besseren Konditionen hinsichtlich Depot- und Ordergebühren

Die Auswahl einer Bank hängt von **drei Faktoren** ab

Die Mehrzahl der Befragten ist seit mehreren Jahren Kunde bei der eigenen Hausbank – Hauptgrund ist das Gehaltskonto. Bei der generellen Auswahl einer Bank sind für die Mehrheit drei Faktoren ausschlaggebend.



Sicherheit und Vertrauen

Für die Befragten ist die Sicherheit ihrer Einlagen und Geldanlage der wichtigste Faktor bei der Auswahl der Bank.



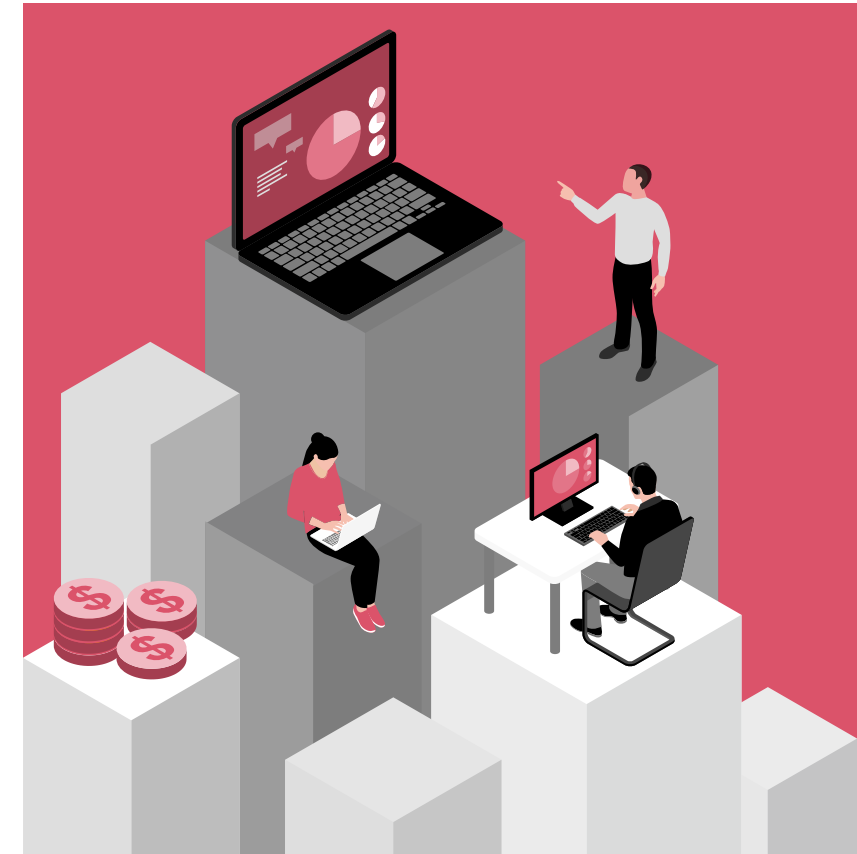
Gebühren

Die Befragten sind nicht bereit für das gewöhnliche Verwalten des Bankkontos Gebühren zu bezahlen. Vielmehr würden sie für spezielle Dienste wie eine individuelle Beratung oder besondere Online Dienste auch entsprechend bezahlen.



Erreichbarkeit

Den Befragten ist eine gute Erreichbarkeit in zwei Bereichen wichtig: Zum einen bei auftretenden Fragestellungen eine kompetente Hilfestellung zu bekommen und zum anderen bei Bedarf zeitnah Bargeld abheben können.



A high-angle photograph of a man and a woman sitting in modern, light-colored armchairs in a lounge area. The man, on the left, is wearing a dark suit and glasses, looking towards the woman. The woman, on the right, is wearing a white blouse and dark pants, holding a smartphone and smiling. Between them is a small, round, reflective table with a newspaper on it. The floor is a mix of light-colored tiles and a large, dark grey circular rug. A red text box is overlaid on the left side of the image.

User Experience im Banking

Befragte sehen die **Beziehung zu ihrer Bank** als eine **Zweckbeziehung** an

Durch eine fehlende kundenspezifische Ansprache wird die Beziehung eher als “Sales” angesehen

- Die Befragten empfinden die Beziehung zu ihrer Hausbank als eine Art Zweckbeziehung. Die Frequenz und Tiefe der Interaktion ist gering.
- Die Befragten empfinden die Ansprache der Banken als wenig kundenspezifisch/ individuell. Dies führt oft zu Frustration bei den Befragten.
- Aufgrund von nicht zugeschnittenen Angeboten seitens der Bank, entsteht bei den Befragten das Gefühl, dass die Bank nur eigene Ziele verfolgt. Dies führt zu einem Vertrauensverlust.
- Insbesondere die persönliche Beratung nehmen die Befragten in den meisten Fällen als komplex und nicht kundenorientiert wahr.

Daran merkt man, dass sie meine Bedürfnisse null Ernst nehmen. Das höre ich von vielen. Das liegt bei denen in den Genen.

-w,48

Banken sind an ihrem eigenen Profit und ihren Hausprodukten interessiert. Teilweise ist die Kompetenz der Bankberater nicht überzeugend. Wozu braucht man heutzutage noch einen Bankberater?

-m,46

Wie empfinden Sie die Kundenbeziehung zu Ihrer Bank?

Bei meiner Bank habe ich das Gefühl, dass die nicht wirklich wissen, was ich für ein Potential als Kunde abbilde, das muss in ihrem Interesse liegen, das herauszufinden.

-m,41

Die sollten kundenorientierter arbeiten. Ich habe immer den Eindruck und das Gefühl, dass ich störe. Als ob die genervt von mir sind.

-w,38

Die Produkte der eigenen Bank sind den meisten Befragten **nicht bekannt**

Die Befragten beurteilen ihre Interaktion mit der Bank zumeist als unzureichend – Dies führt zu Unkenntnis über die angebotenen Produkte

- Die Befragten werden kaum von ihrer Bank kontaktiert – weshalb sie kaum Informationen über neue/angepasste Produkte ihrer Bank(en) erhalten.
- Gespräche mit dem Kundenberater empfinden die meisten Befragten als zu wenig personalisiert und nicht zugeschnitten auf die eigenen Bedürfnisse.
- Die Befragten wünschen sich insbesondere mehr Unterstützung und Interaktion bei der persönlichen Finanzplanung (Haushaltskosten) und der Spar- und Kapitalanlage.

Ich würde mir wünschen, dass sie mehr auf mich zugehen, vor allem in meinem Alter, erster Festjob etc.

-w,26

Banken haben ja einen bestimmten Zweck. Ich könnte ruhig öfter mal angeschrieben werden, ich kenne die Produktentwicklung der Banken ja nicht.

-m,46

Wie oft meldet sich ihre Bank bei Ihnen und reicht dies aus? Informieren Sie sich über die Produkte Ihrer Bank?

Ich informiere mich nicht über die Angebote meiner Bank, die Angebote sind komplex oder interessieren mich nicht.

-m,46

Die melden sich nicht bei mir und ich habe selten das Bedürfnis, mich zu melden. Ich kann ja alles online machen.

Ab und zu kommt Werbung per Post.

-w,38

Sparen und Altersvorsorge sind für die Befragten sehr interessante Themen

Die Befragten beschäftigen sich verstärkt mit ihrer persönliche Altersvorsorge und informieren sich über verschiedene Möglichkeiten

- Die Befragten interessieren sich immer mehr für das Thema Sparen und Altersvorsorge – insbesondere Aktien und ETFs.
- Bausparen ist weiterhin eine relevante Sparform über die sich die Befragten informieren.
- Kryptowährungen (bspw. Bitcoin) sind zwar interessant, aber es herrscht viel Unsicherheit bei den Befragten hinsichtlich der Dynamik und Volatilität.

Meine Ziele sind Geld sparen auf Langfristigkeit und Sicherheit bedacht.

-w,26

Ich glaube da würde ich mich bei meiner Bank nicht ganz so aufgehoben fühlen. Ich habe ein Depot eröffnet und wollte versuchen anzulegen, aber ich wusste nicht, wo ich mich melden sollte.

-w,39

Wie sehr werden Sie im Bereich Geldanlage und Trading von Ihrer Bank unterstützt? Wie informieren Sie sich generell über das Thema?

Ich merke ja auch, dass es mehr Podcasts und Bücher gibt, die Frauen dazu antreiben, sich mehr mit dem Thema zu beschäftigen. Das wäre schön, wenn die Bank sowas machen würde.

-w,36

Online Banken und Broker verdrängen traditionelle Banken. Ich zahle viele Gebühren im Vergleich zu den Online Anbietern. Viele sagen "ist ja wie freiwillig mehr Steuern zahlen", wenn dann noch Negativzinsen kommen, dann wird es für kleine Regionalbanken schwierig.

-m,41

Online Trading Portale der Banken sind meist zu kompliziert

Die Befragten wünschen sich deutlich mehr Unterstützung von ihrer Bank bei Investitionen in Aktien und ETFs

- Die Nutzung des Depotangebots über das Mobile Banking empfinden die meisten Befragten als eingeschränkt. Teilweise ist Trading über das Mobile Banking gar nicht möglich, mehrheitlich keine übersichtliche Darstellung der Kernkennzahlen, fehlende Echtzeitinformationen.
- Für die Nutzung eines Online Depots eröffnen die Befragten mehrheitlich ein Konto bei einer Zweitbank. Das Angebot der Hausbank ist oftmals unattraktiv, aufgrund zu hoher Gebühren oder des eingeschränkten Angebotes.
- Banken bieten keine proaktive Unterstützung beim Trading an.
- Insbesondere Trading-Anfänger wünschen sich mehr Unterstützung in diesem Bereich.
- Der Großteil der Banken bietet keine oder wenig nutzerfreundliche Lösungen zum Crypto-Trading.

Meine Hausbank ist ein ziemlich schlechter Broker, ich werde nicht lange da bleiben. Ich kann in der App nicht handeln, nur am Desktop.

-m,41

Hätte mir jemand vor 10 Jahren gesagt 'fang an zu traden'. Da hätte ich mir mehr Unterstützung von meiner Bank erwartet.

-m,32

Wie sehr werden Sie im Bereich Geldanlage und Trading von Ihrer Bank unterstützt? Wie informieren Sie sich generell über das Thema?

Aktien, da hab ich einen Bekannten, da hab ich auch meine Versicherung, der macht das. Der weiß dass ich risikoscheu bin. Wenn die Bank besser ist, dann würde ich das auch bei denen machen, aber ich weiß es ja nicht.

-m,54

Ich hab mich immer mal wieder mit Kryptowährung beschäftigt. Das ist für mich im Moment noch keine Anlageoption, auf die ich unbedingt zurückgreifen würde, weil es noch sehr spekulativ ist und Banken in der Regel keine guten Lösungen bieten.

-m,31

Die Befragten nutzen die Homepage der Banken nur als Login ins Online Banking

Die Homepages der Banken sind mit Produkt- und Angebotsinformationen überfrachtet. Die Befragten finden sich nicht zurecht und nutzen die Seiten nicht als Informationsquelle

- Kunden nutzen die Homepages der Banken selten als Informationsquelle.
- Die meisten Kunden haben kein Interesse sich die Homepage und die aufgelisteten Informationen anzuschauen.
- Im Allgemeinen wird die Homepage lediglich als Login-Seite zum Online Banking wahrgenommen.
- Die Suche nach Informationen zu bestimmten Bankprodukten erfolgt fast ausschließlich über Suchmaschinen wie Google etc.

Ich bin nie auf der Homepage. Ich sitze auch schon den ganzen Tag am Rechner, da will ich da nicht noch drauf, lieber gehe ich in die App. Die Zielgruppe der Webseiten ist älteres Klientel.

-m,28

Meine subjektive Wahrnehmung ist, dass ich es schneller über Google finde als über die Homepage.

-m,36

Nutzen Sie die Homepage der Banken als Informationsquelle?

Ich suche sonst nichts über die Homepage, weil die Informationen, die ich bekomme, sind dort nicht schnell auffindbar denke ich, ich habe es nie wirklich probiert, sondern benutze andere Quellen.

-m,31

Die Informationen zum Thema Aktien bspw. waren übersichtlich auf der Webseite, aber so als Neuling ist das zu komplex. Das ist Fachjargon. Man muss sich halt bisschen auskennen.

-m,28

Unabhängige Finanzmedien sowie soziale Netzwerke dienen oft als Informationsquellen für Finanzprodukte

Insbesondere zum Thema Aktien und ETFs informieren sich die meisten Anfänger über soziale Netzwerke & Fortgeschrittene häufiger über unabhängige Onlinequellen

- Soziale Netzwerke wie Instagram und Youtube oder Podcasts dienen als hilfreiche Informationsquellen, um sich das nötige Grundwissen zum Thema Aktien anzueignen.
- Wirtschaftsmagazine oder Finanzwebsites wie Finanzen.net werden öfters genutzt, um sich über die aktuellen Entwicklungen in der Börse zu informieren.
- Auch die Beratung vom Bekanntenkreis oder externe Finanzberatung dienen als Beratungsquellen.

Ich informiere mich online- ich bin nicht so die face to face Person. Persönliche Beratung finde ich nicht so gut, ich will mich eher selber darum kümmern und selber die Bankprodukte screenen und aussuchen.

-m,46

Meine Favoriten sind Wirtschaftswoche, Managermagazin. Börsennewspaper. Youtube nutze ich auch, gerade was so die neuen Tools wie Tradingapps angeht, da gibt es nette 10 Min. Tutorials.

-m,36

Über welche Kanäle informieren Sie sich über interessante Finanzprodukte?

Ich schaue erstmal generell selber. Gerade mit ETFs - da schaue ich erstmal im Internet, was Sinn macht für mich. ich habe Traderepublic - da trade ich dann.

-w,36

Ich informiere mich im Internet oder über Bekannte oder lese so eine Stiftung Warentest Zeitung.

-w,50

Online und Mobile Banking sind für das daily Banking der Befragten das Mittel der Wahl

Die Befragten sind mit der Benutzerfreundlichkeit des Online und Mobile Banking Angebots ihrer Bank mehrheitlich zufrieden – mit einer Ausnahme

- Die Befragten nutzen das Online Banking ihrer Bank mehrmals pro Woche. Schwerpunkt liegt auf der Kontrolle der Kontobewegungen und dem Ausführen von Überweisungen.
- Auch Mobile Banking ist sehr beliebt bei den Befragten für die Ausführung der alltäglichen Bankgeschäfte (Kontocheck und Überweisung).
- In den meisten Fällen bietet die App weniger Funktionalitäten als das Online Banking.
- Die Benutzerfreundlichkeit des Online Bankings beschreiben die meisten Befragten als sehr gut – Ausnahme bilden die Funktionalitäten der Online Trading Portale.

Online Banking sollte sauber und einfach funktionieren, also gut mit Handy abgestimmt.

-m,32

Super, total. Sehr übersichtlich. Wenn der neue Kontoauszug da ist, krieg ich eine Email. Die Oberfläche ist super.

-w,39

Wie bewerten Sie die Benutzerfreundlichkeit der Online/Mobile Banking?

Also wenn sich jemand mit den Aktien auskennt, dann ja. Aber für mich war das schwierig. Ich konnte nicht verstehen, ob ich Gewinn gemacht hab oder Verlust, keine Ahnung.

-w,40

Was Depot angeht ist man mit den Apps eingeschränkt. Bestimmte Funktionalitäten sind nicht gegeben in den Apps, nicht wie am PC, die App ist keine 1 zu 1 Spiegelung der Desktop-Version.

-m,46

Bankfilialen werden von den Befragten nur noch selten besucht

Die Befragten bevorzugen für ihre gewöhnlichen (täglichen) Bankgeschäfte die Nutzung digitaler Kanäle. Bankfilialen sind dagegen immer weniger relevant

- Die Befragten besuchen eine Bankfiliale durchschnittlich maximal 2–3 mal im Jahr.
- Filialen besuchen die Befragten in der Regel nur für Geldabhebungen.
- Im Allgemeinen sehen die Befragten die Filiale als “altmodisch” und teilweise überflüssig an.

Ich gehe gar nicht in die Filiale. Wenn die Filialen zu machen würden, würde es mich nicht beeinträchtigen.

-m,28

Ich finde Filialen müssen nicht beibehalten werden. Für die älteren Personen ist eine Filiale schon wichtig. In meinem Ort z.B. gibt es nur einen Automaten, für mich ist das in Ordnung.

-w,39

Wie häufig gehen Sie in eine Bankfiliale?

Nein ich würde nicht hingehen. Tut mir auch leid für das städtische Leben, ich kann aber auch nichts mehr mit Autohäusern oder Läden von Telefonanbietern anfangen.

-m,36

Ich wohne nicht weit entfernt von einer kleinen Filiale. Naja, oft bin ich da eigentlich nicht. Ich finde es aber trotzdem gut, dass man die Möglichkeit hat.

-m,32

Für die Befragten spielt das Thema **Nachhaltigkeit** eine untergeordnete Rolle

Nachhaltige Finanzprodukte sind bei den meisten Befragten kaum bekannt

- Die Befragten können sich Nachhaltigkeit im Banking kaum vorstellen, da sie von ihrer Bank nicht genügend informiert werden.
- Die meisten Befragten wissen kaum, ob ihre Hausbank nachhaltige Produkte anbietet.
- Vertrauen in das Siegel "Nachhaltigkeit" ist nicht genug gegeben aufgrund von Mangel an Wissen.
- Die Befragten brauchen mehr Transparenz über die Bedeutung des Begriffes "nachhaltig" im Kontext von Banking.

Ich wusste es halt nicht, ob meine Bank das überhaupt macht. Man assoziiert Nachhaltigkeit normal nicht mit einer Bank.

-m,32

Ich wäre schon bereit so für grüne Produkte auch mehr zu bezahlen. Also ist das für mich auch wichtig.

-m,30

Wissen Sie wie aktiv Ihre Bank im Bereich Nachhaltigkeit ist und wie wichtig wäre das für Sie als Kriterium für die Auswahl einer Bank?

Am Ende des Tages sagen es eh alle über sich, dass sie grün sind. Wenn ich der Umwelt etwas Gutes tun will, dann fahre ich eher mit dem Fahrrad zum Bäcker.

-m,48

Man kann sagen, dass der Aktienmarkt ein dreckiges Geschäft ist und am Ende zählt die Rendite.

-m,41

Informationssuche auf der Homepage ist kompliziert und teils erfolglos

Der UX Test am Beispiel “suche nach einem nachhaltigen Finanzprodukt” zeigt auf, dass die Informationen schwer auffindbar und nicht ansprechend aufbereitet sind

- Die Suche nach bestimmten Produkten über die Navigationsleiste ist meistens erfolglos.
- Die benötigten Informationen fehlen in der Regel komplett oder sind komplex und oberflächlich dargestellt.
- Die einzelnen Darstellungen beinhalten zu viel Text und Kunden würden sich diese nicht durchlesen.
- Viele der Befragten gaben an, dass sie sich eher Videos oder grafische Erklärungen anstatt Texte wünschen würden.
- Die Homepages der Banken werden als Informationsquelle als unzureichend empfunden – die Befragten bevorzugen lieber andere Medien wie soziale Netzwerke oder Wirtschaftsmagazine.

Hier sind doch nur ein paar Überschriften, da steht nichts anderes – ich will Details und kann nichts anklicken, das regt mich auf.

-m,28

Suche nach Aktie:
Das ist nicht schön aufgearbeitet – ich kann damit nichts anfangen. Es gibt keine Echtzeitdaten und keine historischen Kennzahlen.

-m,31

Ich finde die Aufmachung der Seite sehr langweilig
"gibts hier irgendwo eine Suche" – und zu viel Text, hätte keine Lust draufzuklicken.

-w,25

Verstehe erstmal nichts – das sind zu komplexe Infos. Außerdem sieht die Seite sieht aus wie aus 1990.

-w,39

Zusammenfassung



Für ein besseres **Kundenerlebnis im Banking** sollten **vier Faktoren** beachtet werden



Informieren

Kunden wünschen sich mehr **Unterstützung im Bereich Sparen und Anlagemöglichkeiten**. Traditionelle Banken gehen generell kaum auf Ihre Kunden zu – auch in diesem Bereich. Vielmehr werden notwendige Informationen insbesondere über Aktien und ETFs **eigenständig über verschiedene Informationsquellen wie soziale Netzwerke oder Internetseiten** gesucht.



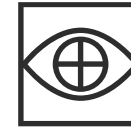
Individuell

Kunden wollen mehr **Interaktion mit Ihrer Bank** unabhängig davon ob es digital oder persönlich ist. Die Interaktion sollte aber hauptsächlich **zugeschnitten auf die aktuelle Situation** sein. Durch **unpersönliche Angebote und komplexe Beratungsinhalte** verlieren immer mehr Kunden das **Vertrauen in die Banken** und fühlen sich im Stich gelassen.



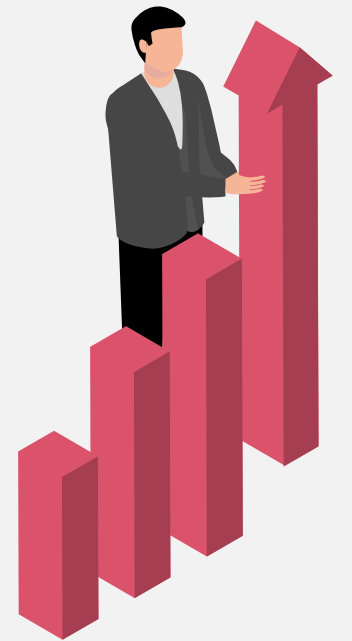
Digital

Menschen erwarten mittlerweile **mehr Digitalität** in vielen Bereichen im alltäglichen Leben sowie auch im Bereich Banking. Eine gute **User Experience** und adäquate Umsetzung der Bedürfnisse im digitalen Banking ist eine **grundlegende Erwartungshaltung** von Kunden.



Intuitiv

Sowohl Internet Banking mit allen Funktionalitäten als auch **Informationen zur Finanzprodukten**, welche die Bank durch digitale Medien zur Verfügung steht, sollten **intuitiv und zeitgemäß** sein. **Komplexe Beratungsinhalte sowohl in persönlicher Form als auch auf der Homepage frustrieren** Kunden und erfüllen nicht die Zielsetzung.



Ansprechpartner



Dr. Sinem Kuz
PwC Experience Consulting
Tel: +49 211 981-1528
Email: sinem.kuz@pwc.com



Oliver Ludwig
PwC Financial Services Management
Consulting
Tel: +49 69 9585-1319
Email: oliver.ludwig@pwc.com



Thank you

[pwc.com](https://www.pwc.com)

© 2021 PricewaterhouseCoopers GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft.

All rights reserved. In this document, "PwC" refers to PricewaterhouseCoopers GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, which is a member firm of PricewaterhouseCoopers International Limited (PwCIL). Each member firm of PwCIL is a separate and independent legal entity.