

18.04.2016 – 08:58 Uhr

World Retail Banking Report 2016: Banken können mit der Fintech-Konkurrenz nur schwer mithalten / Schweizer weltweit auf Platz fünf mit ihrem Kundenerlebnis bei Banken

Zürich (ots) -

Fintechs verzeichnen bedeutende Fortschritte in der Kundenwahrnehmung. Dennoch muss ein Grossteil der Banken zugeben, auf die steigende Bedrohung durch sie nicht ausreichend vorbereitet zu sein. Zu diesem Ergebnis kommt der World Retail Banking Report (WRBR) von Capgemini und Efma. Die Studie stellte fest, dass weltweit mittlerweile fast zwei Drittel (63 Prozent) aller Bankkunden Fintech-Produkte oder -Dienstleistungen nutzen. Gleichzeitig sind Kunden eher dazu bereit, Freunden und Familie ihren Fintech-Anbieter (55 Prozent) zu empfehlen, als ihre Bank (38 Prozent). In der Schweiz nutzen fast 64 Prozent der Kunden Fintech-Produkte. Auch hier würden 54 Prozent eher ihren Fintech-Anbieter als ihre Bank (43 Prozent) weiterempfehlen.

Es stimmen 96 Prozent der Bankenmanager weltweit überein, dass sich der Sektor in Richtung eines digitalen Bankenökosystems entwickeln wird, in dem Fintechs eine bedeutend grössere Rolle spielen werden. Jedoch konnten nur 13 Prozent von ihnen bestätigen, ein entsprechendes System im Einsatz zu haben, das diese Entwicklung mitträgt.

Fintech-Anbieter sind besonders in den aufstrebenden Märkten und unter jüngeren Kunden verbreitet. Aus Kundensicht seien die Dienste leicht zu bedienen (82 Prozent), bieten einen schnellen Service (81 Prozent) und ein gutes Kundenerlebnis (80 Prozent). Banken hingegen haben eine andere Sicht auf diese von den Kunden genannten Vorteile. So stimmen weniger als die Hälfte (40 Prozent) der Banken zu, dass Fintechs ein gutes Kundenerlebnis bieten (ein Unterschied von 40 Prozentpunkten). Dass sie einen schnellen Service liefern, bestätigen sogar nur 36 Prozent der Banken (ein Unterschied von 45 Prozentpunkten).

Trotz eines verbesserten Kundenerlebnisses bei Banken, sind Fintechs weiterhin auf der Überholspur

Weltweit machten die Kunden bessere Erfahrungen mit ihrer Bank - in über 85 Prozent der untersuchten Länder war das Kundenerlebnis im Gegensatz zum letzten Jahr besser. Dieses spiegelt sich auch im Capgemini Customer Experience Index (CEI) wider, wonach das Kundenerlebnis weltweit um 2,9 Punkte gestiegen ist. In der Schweiz stieg der Wert um 6,3 Punkte auf 80 Punkte von 100 an. Da sich der Anteil der Bankkunden mit positiven Erfahrungen hier um 9,9 Prozentpunkte erhöht hat, konnte sich das Land in diesem Jahr von Platz 14 in 2015 auf Platz fünf unter den 32 Ländern im Index steigern. Nichtsdestotrotz lässt sich dieser allgemeine Fortschritt nicht greifbar in gewinnbringendes Kundenverhalten, wie Kundenbindung, Weiterempfehlungen oder den Verkauf zusätzlicher Dienstleistungen, übertragen. So sind beispielsweise weltweit lediglich 16 Prozent und in der Schweiz nur 10 Prozent der Kunden gewillt, zusätzliche Dienstleistungen ihrer Bank in Anspruch zu nehmen.

Banken selbst sehen Vertrauen als ihre grösste Stärke (70 Prozent). Zwar sprechen mehr Kunden den Banken ihr volles Vertrauen aus, aber das Bild wendet sich, wenn man zum vollen Vertrauen den Anteil dazurechnet, der zu einem gewissen Mass Vertrauen hat. Dementsprechend holen die Fintech-Unternehmen auf: Über alle untersuchten Regionen hinweg, geben mehr als 88 Prozent der befragten Kunden an, ihrem Fintech-Provider voll oder zumindest in einem gewissen Masse zu vertrauen. Während 90 Prozent der Bankenmanager registriert, dass die Geschwindigkeit des Wandels zunimmt, fühlt sich nur weniger als ein Viertel in Sachen Agilität und Innovationsfähigkeit den Fintechs überlegen.

"Wenn es den Banken nicht gelingt innovativer zu werden, werden Fintech-Anbieter diese Kunden gewinnen", sagt Tobias Wolf, Leiter Bankenberatung Schweiz bei Capgemini Consulting. "Banken haben die Möglichkeit, kollaborativ mit den Fintechs zusammenzuarbeiten. Dafür müssen die Banken jedoch schneller werden und handeln, bevor sich das Zeitfenster im rasch entwickelnden Umfeld wieder schliesst."

Partnerschaft statt Übernahme

Um auf die Bedrohung, die diese Unternehmen für traditionellere Modelle darstellen, reagieren zu können, sehen es fast zwei Drittel der Führungskräfte in Banken als notwendig an, Fintechs als Partner zu betrachten. Dabei geht die Mehrheit der Strategien zur Bankenentwicklung in Richtung Zusammenarbeit (46 Prozent) und Investment (44 Prozent). Weniger als ein Fünftel (18 Prozent) spricht von Plänen zur Akquisition einer Fintech-Firma oder ihrer Technologie.

"Die Bereitschaft sich mit Fintechs zusammenzuschliessen, ist ein Zeichen dafür, dass Banken selbst oft nicht in ausreichendem Masse auf eine digitale Zukunft vorbereitet sind", sagt Vincent Bastid, Secretary General, Efma. "Partnerschaften mit diesen Unternehmen, liefern Banken die dringend benötigte Orientierungshilfe in Sachen Produktentwicklung, und helfen Ihnen dabei, ihre Rolle im aktuellen Bankenumfeld festzulegen."

Banken und Fintechs besitzen komplementäre Stärken, die genutzt werden sollten, um das Kundenerlebnis im Finanzbereich zu verbessern. Während Fintechs sich in Agilität, Innovation und der Anwendung neuer Technologien auszeichnen, haben Banken Kapital, eine weitreichende Kundenbasis und Expertise im Umgang mit Regulatoren. Laut des Reports müssen Banken "umfassender denken", wenn sie die sich wandelnden Kundenwünsche im digitalen Zeitalter erfüllen wollen. Höchste Priorität wird sein, die Kernsysteme neuzugestalten und in der Application Programming Interface (API)-basierten Softwareentwicklung volle Kompetenzen aufzubauen. Banken werden ihr volles Wachstumspotenzial nur erreichen, wenn sie auch die wachsende Rolle der

Fintechs akzeptieren und Kooperationswege finden, während sich das digitale Finanznetzwerk weiterentwickelt.

Der World Retail Banking Report 2016 beruht auf Daten von mehr als 16.000 Kunden aus 32 Ländern und ist damit eine der grössten Umfragen seiner Art zum Thema Kundenerlebnis. Neben den Ergebnissen der Kundenbefragung, basiert der Report auch qualitative Daten aus ausführlichen Interviews mit Bankenmanagern.

Weitere Informationen finden Sie unter www.worldretailbankingreport.com und www.efma.com/WRBR2016

Über Capgemini

Mit mehr als 180.000 Mitarbeitenden in über 40 Ländern ist Capgemini einer der weltweit führenden Anbieter von Management- und IT-Beratung, Technologie-Services sowie Outsourcing-Dienstleistungen. Im Jahr 2015 betrug der Umsatz der Capgemini-Gruppe 11,9 Milliarden Euro. Gemeinsam mit seinen Kunden entwickelt Capgemini Geschäfts-, Technologie- sowie Digitallösungen, die auf die individuellen Kundenanforderungen zugeschnitten sind. Damit sollen Innovationen ermöglicht sowie die Wettbewerbsfähigkeit gestärkt werden. Als multinationale Organisation und mit seinem weltweiten Liefermodell Rightshore® zeichnet sich Capgemini durch seine besondere Art der Zusammenarbeit aus - die Collaborative Business Experience™. Erfahren Sie mehr unter <http://www.ch.capgemini.com>.

Rightshore® ist eine eingetragene Marke von Capgemini

Über Efma

Als globale Non-Profit-Organisation bringt Efma mehr als 3.300 Finanzdienstleister im Privatkundenbereich aus über 130 Ländern zusammen. Mit der Mitgliedschaft von fast einem Drittel aller grossen Retail-Banken weltweit hat Efma sich als wertvolle Ressource für die globale Industrie etabliert und bietet ihren Mitgliedern einen exklusiven Zugang zu einer Vielzahl von Ressourcen, Datenbanken, Studien, Artikeln, News-Feeds und Publikationen. Efma bietet auch zahlreiche Möglichkeiten zur Vernetzung durch Arbeitsgruppen, Online-Communities und internationale Tagungen. Weitere Informationen finden Sie unter: www.efma.com

Kontakt:

Achim Schreiber
+41 44 560 2604
achim.schreiber@capgemini.com

Barbara Schaffrath
+49 69 9515-1246
barbara.schaffrath@capgemini.com
<http://www.twitter.com/CapgeminiDE>

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100005449/100786775> abgerufen werden.