

29.03.2016 – 11:16 Uhr

Europäische Finanzbranche: Digitaler Wandel und zunehmender Wettbewerb bedrohen das Consumer Finance-Geschäft traditioneller Anbieter - auch in der Schweiz

Zürich/München (ots) -

Umfrage von Roland Berger und Eurofinas: Geschäftsvolumen der schweizerischen und europäischen Konsumentenfinanzierer wächst zwar, aber Renditen geraten unter Druck. Online-Banken und neue Wettbewerber mit digitalen Geschäftsmodellen als ernst zu nehmende Bedrohung. Zwei Drittel erwarten eine Konsolidierung der Branche. Optimierung von Vertriebskanälen, Marketing- und Preisstrategie sowie IT-Infrastruktur/Operations als grösste Herausforderungen. Marktführenden Wettbewerbern werden fünf Handlungsfelder für eine erfolgreiche Transformation empfohlen. Die europaweit beobachtbare Dynamik ist auch im Schweizer Markt von hoher Relevanz.

Das Consumer Finance-Geschäft in Europa wird in den nächsten Jahren weiter wachsen. Aber der Preis für weiteres Wachstum ist hoch, denn die Renditen kommen immer mehr unter Druck. Dazu kommt: Die zunehmende Digitalisierung sorgt für wachsenden Wettbewerb durch Online-Banken sowie branchenfremde Marktteilnehmer mit digitalen Geschäftsmodellen und schafft so Handlungsbedarf für die traditionelle Finanzbranche. Das sind die zentralen Ergebnisse der neuen Studie "Future of European Consumer Finance" von Roland Berger und Eurofinas. Befragt wurden Führungskräfte von 118 Banken und Kreditinstituten in 21 europäischen Ländern. Demnach liegen die grössten Herausforderungen in den kommenden drei Jahren zum einen in der Optimierung der Vertriebskanäle sowie der Marketing- und Preisstrategie, zum anderen in der Anpassung von IT-Infrastruktur und Operations.

"Die niedrigen Zinsen werden auch in den kommenden Jahren für eine starke Nachfrage nach Konsumentenkrediten sorgen", sagt Robert Buess, Finanzexperte und Partner von Roland Berger in Zürich. "Allerdings stellen FinTech-Unternehmen mit ihren innovativen Geschäftsmodellen die traditionellen Banken vor grosse Herausforderungen." Besonders bei einfachen Produkten wie Autofinanzierungen oder Konsumentenkrediten werden daher die Margen weiter sinken. Dementsprechend erwarten mehr als zwei Drittel der Befragten (69%) in den kommenden drei Jahren eine Konsolidierung der Branche; 70 Prozent sehen eine Bedrohung ihres Geschäfts etwa durch Wettbewerber oder neue Anbieter im Onlinebereich.

Digitalisierung als Haupt-Trend

Für mehr als 90 Prozent der Studienteilnehmer stellt die Digitalisierung den wichtigsten Trend der kommenden Jahre dar. Dementsprechend gehen auch mehr als die Hälfte davon aus, dass bis 2018 die meisten ihrer Vertragsabschlüsse voll digitalisiert sein werden. Ende 2014 waren es nur 20 Prozent. Dabei erwarten die meisten eine deutliche Zunahme der reinen Online-Abschlüsse, auch wenn die persönliche Beratung nach wie vor den Hauptkanal darstellt. Eine stärkere Digitalisierung und Automatisierung erscheint für 90 Prozent der Befragten (90%) prioritär. Denn für die Finanzbranche wird eine kurze Zeit zwischen Kreditantrag und -zusage wettbewerbsentscheidend. "Die Kunden wollen eine schnelle und unkomplizierte Bearbeitung ihrer Anträge, egal, ob sie online oder persönlich mit dem Anbieter im Kontakt sind", sagt Adrian Weber, Banking-Partner bei Roland Berger. "Hier sollten Banken aktiv werden, denn mit ihren traditionellen Geschäftsmodellen können sie diese Anforderungen nicht mehr erfüllen."

Entsprechend zeigt sich das Bild bei der Frage nach angestrebten Verbesserungen: So wollen 60 Prozent der Onlineanbieter die Zeit zwischen Antrag und Zusage verkürzen, über 80 Prozent aller Befragten planen den Einkaufsprozess (Customer Journey) über alle Vertriebskanäle zu verbessern und Daten effizienter zu nutzen. Als die drei wichtigsten strategischen Themen bis 2018 ergibt die Umfrage die Optimierung der Vertriebskanäle, die Anpassung der Marketing- und Preisstrategie und die Verbesserung der IT-Infrastruktur und der Operations.

Fünf Handlungsfelder zum Umgang mit Risiken, Chancen, Herausforderungen

Basierend auf den Umfrageergebnissen haben die Roland Berger-Experten fünf Handlungsfelder erarbeitet, auf denen Unternehmen der Finanzbranche aktiv werden sollten, um sich für die Zukunft fit zu machen. "Der erste Schritt ist, das eigene Angebot insgesamt auf den Prüfstand zu stellen", sagt Robert Buess. "Ziel muss dabei sein, das Risiko, Kunden an neue, innovative Wettbewerber zu verlieren, nicht nur zu minimieren, sondern sich neue Chancen zu schaffen." Darauf aufbauend folgen dann weitere Schritte zur strategischen Transformation wie das

Überarbeiten der "Customer Journey", also des Wegs, den der Kunde vom Erstkontakt bis zum Vertragsabschluss zurücklegt, der Aufbau neuer Partnerschaften oder eine optimierte Nutzung von Daten, um Wettbewerbsvorteile auszuspielen.

"Egal ob traditionelle Bank oder Auto-Finanzierer, Konsumentenkredit-Spezialist oder Kreditvermittler: In den kommenden Jahren wird sich die gesamte Branche wandeln", sagt Roland Berger-Finanzexperte Adrian Weber. "Wer rechtzeitig handelt und die Veränderungen für sich nutzt, wird aus der zu erwartenden Konsolidierung gestärkt hervorgehen."

Roland Berger, 1967 gegründet, ist die einzige der weltweit führenden Unternehmensberatungen mit deutscher Herkunft und europäischen Wurzeln. Mit rund 2.400 Mitarbeitern in 36 Ländern ist das Unternehmen in allen global wichtigen Märkten erfolgreich aktiv. Die 50 Büros von Roland Berger befinden sich an zentralen Wirtschaftsstandorten weltweit. Das Beratungsunternehmen ist eine unabhängige Partnerschaft im ausschliesslichen Eigentum von rund 220 Partnern.

Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte an:

Yvonne Brunner
Roland Berger
Public Relations Advisor, Schweiz
Tel.: +41 79 808 86 55
E-Mail: yvonne.brunner@rolandberger.com
www.rolandberger.ch

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100058682/100785904> abgerufen werden.