

02.11.2016 - 08:30 Uhr

Jeder zweite Bankkunde weltweit nutzt Angebote von FinTechs

Zürich (ots) -

World FinTech Report 2017: Innovation und Zusammenarbeit sind die Schlüssel für Finanzdienstleister und FinTechs, um Kundenerwartungen zu erfüllen

Die Hälfte aller Bankkunden weltweit nutzt bereits Produkte oder Dienstleistungen mindestens eines FinTech-Unternehmens^[1]. Das ist das Kernergebnis des World FinTech Reports (WFTR) von Capgemini und LinkedIn in Zusammenarbeit mit Efma.

FinTechs befinden sich im Aufschwung und gewinnen bei jungen, technikaffinen und vermögenden Kunden immer mehr an Bedeutung, so das zentrale Ergebnis des WFTR. Der Grund hierfür ist vor allem das Kundenverhalten in aufstrebenden Märkten. So nehmen 75 Prozent aller Kunden in China und Indien die Dienstleistungen von FinTech-Unternehmen in Anspruch, dicht gefolgt von Kunden in den Vereinigten Arabischen Emiraten und Hongkong. Die grössten Zuwächse konnten FinTechs bei der Vermögensverwaltung erzielen. Hier nutzen 17,4 Prozent (Europa: 16,5 Prozent) aller Kunden ausschliesslich die Dienste von FinTechs, während weitere 27,4 Prozent (Europa: 19,5 Prozent) die FinTech-Dienstleistungen zusätzlich zu ihren bisherigen Anbietern in Anspruch nahmen. Da sich viele FinTechs auf Nischen-Services spezialisieren, nutzen viele Kunden (46,2 Prozent) Dienstleistungen von mehr als drei FinTech-Anbietern.

FinTechs: Trotz wachsender Bedeutung bleibt das Kundenvertrauen niedrig

Zwar wirken FinTech-Anbieter weiter disruptiv auf den Markt, aber Kunden setzen nur geringes Vertrauen in sie. So gaben nur 23,6 Prozent (Europa: 16,1 Prozent) aller Nutzer an, ihrem FinTech-Anbieter zu vertrauen, im Gegensatz zu 36,6 Prozent (Europa: 24,1 Prozent) bei traditionellen Unternehmen. Die Verbraucher gaben an, dass traditionelle Banken gegenüber FinTechs noch immer viele Vorzüge bei Betrugsschutz, Service-Qualität und Transparenz haben.

"Technologiefortschritte, steigende Kundenerwartungen an ein personalisierteres und verbessertes Online-Erlebnis, ein besserer Zugang zu Risikokapital und geringere Eintrittshürden haben einen fruchtbaren Boden für wachsende FinTechs geschaffen", so Penry Rice, Vice President Marketing Solutions bei LinkedIn. "Indem sie Bedürfnisse erfüllen, die etablierte Branchenführer noch nicht bedienen können, gewinnen FinTechs immer mehr an Bedeutung. Doch sind viele zu intransparent, um Kundenvertrauen zu gewinnen und so marktbedingte Chancen optimal zu nutzen."

Verstärkte Zusammenarbeit mit FinTechs ist wichtiger Innovationstreiber

Traditionelle Finanzinstitute stehen weiter vor Herausforderungen. So sind weniger als die Hälfte (44 Prozent) aller Führungskräfte überzeugt von ihrer FinTech-Strategie. Dieses Ergebnis überrascht nicht angesichts der Tatsache, dass nur ein Drittel (34,7 Prozent) angaben, eine gut strukturierte und proaktive Innovationsstrategie implementiert zu haben, die auch in der Unternehmenskultur verankert ist. Ihre risikoscheue Natur hindert traditionelle Unternehmen ausserdem daran, eine Kultur zu etablieren, die Innovationen priorisiert. So gaben 40,3 Prozent der Führungskräfte an, dass ihre Organisation nicht innovationsfördernd sei.

"Den Führungskräften der Finanzdienstleister erscheinen FinTechs in einem neuen Licht, seit sie mehr und bessere Möglichkeiten zur Zusammenarbeit sehen. Sie machen aber auch selbst deutliche Fortschritte beim Aufbau agiler unternehmenseigener FinTech-Fähigkeiten", so Tobias Wolf, Leiter Banking Schweiz bei Capgemini Consulting. "Mit Ausnahme weniger Branchenführer tun sich dennoch die meisten Unternehmen schwer, positive Ergebnisse aus ihren Innovationsvorhaben zu ziehen. So gaben nur zehn Prozent aller Führungskräfte an, dass sie die mit Innovationen angestrebten Ziele erreichen konnten."

Laut dem WFTR verfolgen etablierte Unternehmen im Bezug auf FinTechs eine grosse Bandbreite an Strategien. Eine Mehrheit der Finanzinstitute (60 Prozent) sieht FinTechs nun als potenzielle Partner. Doch fast der gleiche Prozentsatz (59,2 Prozent) baut unternehmensinterne Ressourcen auf. Über Partnerschaft und unternehmenseigene Entwicklung hinaus sehen Führungskräfte noch zahlreiche weitere Modelle: Investitionen in FinTechs (38 Prozent), Partnerschaften mit Bildungseinrichtungen (34,3 Prozent) oder die Schaffung sogenannter Accelerators (29,6 Prozent). Ein sehr viel kleinerer Teil (18,6 Prozent) kauft zudem FinTechs auf.

Etablierte Unternehmen investieren aktiv in neue Technologien, um operative Prozesse und das Kundenerlebnis zu verbessern

Als Reaktion auf diesen Umbruch priorisieren etablierte Unternehmen solche Investitionen in Technologien hoch, die operative Prozesse verschlanken und effizienter gestalten. Sie wollen so ausserdem das Kundenerlebnis im Tagesgeschäft verbessern. Fast 90 Prozent der Führungskräfte gaben an, sich hauptsächlich auf die Implementierung von Big Data und Analytics zu konzentrieren, gefolgt vom Internet of Things (IoT) (55,8 Prozent), Blockchain (54,7 Prozent), Robotic Process Automation (52,3 Prozent) und offenen API-Technologien (50 Prozent). Die Blockchain-Technologie, auf der die virtuelle Währung Bitcoin basiert, durchdringt die Finanzindustrie zunehmend. Denn mit ihr gehen zahlreiche Anwendungen, wie ein erweiterter Transfer digitaler Ressourcen, Identitäts-Management sowie eine bessere Verwaltung von Belohnungs- und Kundenbindungsprogrammen einher.

Vincent Bastid, Secretary General bei Efma: "Das Aufkommen von FinTechs hat dafür gesorgt, dass sich das Kundenerlebnis in der ganzen Branche sehr viel schneller verbessert hat. Doch es ist noch immer nicht auf dem Level, auf dem es dem Willen der Kunden

nach sein müsste. Es ist nur eine Frage der Zeit, bis auch grosse Technologieanbieter sowie führende E-Commerce- und Telekommunikations-Unternehmen in den Markt eintreten und ihren Teil vom Kuchen der Branchen-Disruption fordern."

Der WFTR hat ein vierstufiges Framework entwickelt, mit dessen Hilfe etablierte Unternehmen leichter die ihnen immanente Innovationsresistenz überwinden und der jetzigen und künftigen Disruption begegnen. Laut dem Report können etablierte Finanzdienstleister Innovationen durch folgende Massnahmen fördern: Neue Technologien entdecken, Ideen und Erkenntnisse in Geschäftsmodelle umwandeln, ausgewählte Führungskräfte mit der Unterstützung von Innovationen betrauen, Innovationen durch mehr Effizienz und die Implementierung von Best Practices fördern. In dem Rahmen, in dem diese "Platformification"[2] der Branche Fahrt aufnimmt, wird es für Finanzdienstleister immer wichtiger, Innovationen zu forcieren und sicherzustellen, dass sie vorbereitet sind.

Über den World FinTech Report

Capgemini und LinkedIn veröffentlichen den World FinTech Report 2017 (WFTR) in Zusammenarbeit mit Efma. Er basiert auf den Erkenntnissen einer hochkarätigen Expertenkommission, in der Vertreter der grössten etablierten und jungen Unternehmen sowie Analysten der Branche sitzen. Er enthält ausserdem "Momente der Wahrheit" über das Kundenerlebnis bei etablierten Unternehmen und FinTechs aus den Ergebnissen einer Umfrage mit 8.000 Konsumenten aus 15 verschiedenen Ländern. Der Report nutzt die Diskussionen des Expert Roundtable, Agent-of-Change-Videos sowie zahlreiche Interviews mit Führungskräften. Er ermittelt so die Auswirkungen durch Disruptionen sowie Möglichkeiten für neue Partnerschaften und Innovation auf die Branche.

[1]: Der Begriff FinTech bezeichnet alle neuen technologiebasierten Finanzunternehmen, die jünger als fünf Jahre sind und einen kleinen, aber wachsenden Kundenstamm haben.

[2]: Der Ausdruck "Platformification" bezieht sich auf Unternehmen, die Backend Core Processing Services für einige wenige Firmen übernehmen (etablierte, neue und/oder BigTech) und so die Frontend-Kundenbeziehung kontrollieren.

Kontakt:

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

Marlene Stube
+49 69 9515-1127
marlene.stube@capgemini.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100005449/100795021> abgerufen werden.