

19.06.2017 – 09:13 Uhr

World Retail Banking Report 2017: Open Banking verspricht attraktives Ertragspotenzial für Banken

Zürich (ots) -

Finanzinstitute sollten in der Entwicklung von Open Banking eine führende Rolle einnehmen, sonst riskieren sie, von FinTechs aus dem Markt gedrängt zu werden

Die Open-Banking-Entwicklung ist kaum noch aufzuhalten. Banken riskieren dabei den Verlust ihrer bedeutenden Rolle als Finanzintermediär, wenn sie nicht ein eigenes Modell zur zukünftigen Kundeninteraktion finden und sich dabei auch Drittangeboten von FinTechs sowie weiterer Partnern öffnen. Die Finanzinstitute könnten gemeinsam mit FinTechs die Open-Banking-Bewegung anführen, indem sie ihren Kunden innovative und personalisierte Dienstleistungen anbieten, die sowohl neues Ertragspotenzial bieten als auch einen Mehrwert für die Kunden darstellen. Das zeigt der World Retail Banking Report 2017 von Capgemini und der Efma.

"Open Banking bietet Banken die Gelegenheit, ihren Kunden attraktive, individuelle Produkte und Dienstleistungen von Drittanbietern zu offerieren. Sie können so die Kundenbindung steigern und sind darüber hinaus attraktiv für potenzielle Neukunden. Doch sie brauchen eine strategische Weitsicht, um nicht langfristig von den FinTechs aus dem Markt gedrängt zu werden", sagt Tobias Wolf, Leiter Banking bei Capgemini Consulting in der Schweiz.

API eröffnet den Weg zur Open Banking Transformation

Die Zusammenarbeit von Banken und FinTechs beim Open Banking ist für beide Seiten ein Gewinn. Insbesondere für die Banken gilt dabei: Obwohl die bereitgestellten Programmierschnittstellen (Application Programming Interfaces - API) einige Herausforderungen in Sachen Sicherheit und Datenschutz bergen, sind sie der zentrale Erfolgsfaktor, da sie den Kreditinstituten ermöglichen, vom Erfindungsreichtum der FinTechs zu profitieren, ohne ihre eigene komplexe Infrastruktur anzutasten.

"Die erfolgreichsten Banken werden auf der Basis von API neue Ertragspotenziale generieren und mehr Informationen über ihre Kunden erhalten, während sie gleichzeitig das Kundenerlebnis verbessern"; sagt Vincent Bastid, Generalsekretär der Efma. "Bereits heute setzen viele Banken API für einen besseren Informationsfluss zwischen ihren internen IT-Systemen ein. Und wir sehen auch schon einige frühe Nutzer, die ihre Rolle im Open Banking abstecken, indem sie proaktiv ihre Systeme und Datenbestände für Drittanbieter öffnen und neue Umsatzerlöse generieren."

Zusammenarbeit ist der Schlüssel zum Erfolg beim Open Banking

Wie genau die Entwicklung zum Open Banking vonstattengehen wird, ist noch ungewiss. Eine knappe Mehrheit von FinTech-Unternehmen (53,8 Prozent) aber auch viele Banken (43,5 Prozent) prognostizieren eine Zukunft, in der beide gemeinsam branchenübergreifende Plattformen entwickeln, auf der sich ergänzende Dienstleistungen angeboten werden. Etwas weniger wahrscheinlich, aber immer noch realistisch ist das Szenario, dass Banken weiterhin Produkte und Services anbieten, den Vertrieb aber FinTechs, sogenannten BigTechs wie Apple oder Amazon oder auch anderen neuen offenen Plattformen überlassen. Das hat den Vorteil der sinkenden Vertriebskosten, birgt aber das Risiko, Markensichtbarkeit und auch Kundenzugang zu verlieren. Dieses Zukunftsszenario wird von etwas weniger als der Hälfte der Fintechs (47,8 Prozent) gesehen und von nur 28,8 Prozent der Banken.

Der Wille zur Zusammenarbeit zwischen FinTechs und Banken steht dabei ausser Frage. Fast alle Banken (91,3 Prozent) sowie ein Grossteil der FinTechs (75,3 Prozent) gehen davon für die Zukunft aus. Die Banken werfen dabei den Zugang zu ihren Ressourcen, Erfahrung und Know-how in die Waagschale. FinTechs hingegen bieten Agilität, Schnelligkeit im Marktauftritt und einen unvergleichlichen Ansatz der Kundenzentrierung. Der Kauf von FinTechs durch Banken spielt jedoch fast keine Rolle (4,3 Prozent), andersherum schon gar nicht (0 Prozent). Durch die Zusammenarbeit und mit Hilfe der API können Banken und Fintechs ihre jeweilige Stärke ausspielen und damit die Kundenbedürfnisse weit besser abdecken als jeder für sich. "Viele Unternehmen am Markt verstehen, dass Open Banking die neue Realität ist. Aber sie wissen nicht, wie sie damit umgehen sollen", erläutert Tobias Wolf von Capgemini Consulting.

FinTechs erzielen bessere Werte bei der Kundenerfahrung

Die FinTechs verstehen sehr gut, was genau Kunden wollen. Das ist eine Bedrohung für die etablierte Bank-Kunden-Beziehung. Amazon, Apple oder Facebook haben mit ihren Dienstleistungen den Massstab für Kundenerfahrung gesetzt - etwas, das Kunden nun auch von ihrer Bankbeziehung erwarten. Aus diesem Grund nehmen Kunden auch die Dienstleistungen von FinTechs an: 40,3 Prozent sagen, die neuen Anbieter bieten eine positive Erfahrung, im Vergleich dazu tun dies 37,1 Prozent bei Banken. Der Abstand ist dabei in Nordamerika am grössten (57,8 Prozent gegenüber 49,5 Prozent), gleiches gilt für die Antworten junger, technologieaffiner Kunden: Sie würden am ehesten FinTechs nutzen.

"APIs machen Innovationen wie auch positive Kundenerfahrungen einfacher, indem sie das Wissen von Banken und FinTech zusammenbringen. Um Open Banking für alle Beteiligten zum Erfolg zu führen, müssen Banken und FinTechs frühzeitig

einheitliche Governance und Technologie-Standards definieren. Hinzu kommt, dass viele Banken auch noch ihre Rolle im Open Banking finden müssen", so Wolf abschliessend.

Über den World Retail Banking Report

Die diesjährige Ausgabe der Studie befasst sich damit, wie API die ökonomische wie auch technologische Entwicklung beeinflussen und damit in der Folge das produktive Zusammenspiel verschiedener Player im Bankenumfeld. Basis sind Daten einer globalen Umfrage sowie von Interviews mit Führungskräften aus 126 Banken sowie FinTechs.

Studienseite: www.worldretailbankingreport.com

Über Capgemini

Mit mehr als 190.000 Mitarbeitenden ist Capgemini in über 40 Ländern vertreten und feiert 2017 sein 50-jähriges Firmenjubiläum. Als einer der weltweit führenden Anbieter von Management- und IT-Beratung, Technologie-Services sowie Outsourcing-Dienstleistungen erzielte die Gruppe 2016 einen Umsatz von 12,5 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>.

Über die Efma

Die Efma wurde 1971 von Banken und Versicherungsunternehmen mit dem Zweck der Vernetzung von Entscheidungsträgern der Branche gegründet. Die Gesellschaft stellt Studien zur Verfügung, die Banken und Versicherungen in der Entscheidungsfindung bei Innovationen und der Transformation unterstützen. Die Efma hat mehr als 3.300 Mitglieder aus 130 Ländern. Das Zentralbüro ist in Paris, weitere Niederlassungen existieren in London, Brüssel, Barcelona, Stockholm, Bratislava, Dubai, Mumbai und Singapur. Mehr Informationen unter www.efma.com

Kontakt:

Capgemini
Achim Schreiber
Leutschenbachstrasse 95
8050 Zürich
+41 44 560 2604
achim.schreiber@capgemini.com
<http://www.twitter.com/CapgeminiDE>

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100005449/100803830> abgerufen werden.