

BANKING

FINTECHS – NEW MARKETS

Herausforderung und Chance

Es ist längst unübersehbar: Die Digitalisierung mischt die Karten im Wettbewerb neu. Über lange Zeit unveränderte Geschäftsmodelle weichen flexiblen und adaptiven Geschäftsmodellen mit extrem kurzen, sich überlagernden Technologie- und Innovationszyklen. Die klassischen Spielregeln sind in vielen Marktsegmenten inzwischen aufgehoben.

FinTechs – die neuen Player

Besonders deutlich spüren diese Veränderungen etablierte Finanzdienstleister, die von FinTechs zunehmend bedroht, aber auch inspiriert werden.

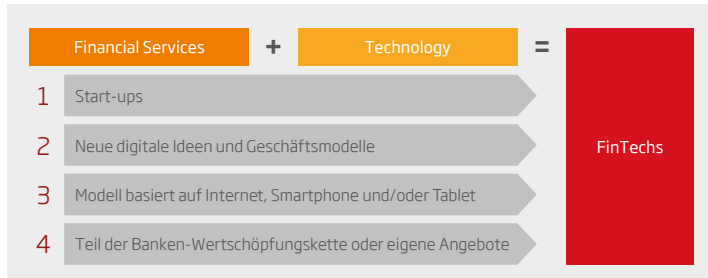


Abb. 1: Formel zur Erklärung von FinTechs

FinTechs besetzen mit ihren internetgestützten, innovativen Financial Services die Schnittstelle zum Kunden – mit wachsendem Erfolg: Rund 300 Millionen Euro wurden im letzten Jahr allein in Deutschland in FinTech-Start-ups investiert. Banken und Versicherungen können eine Menge von diesen Markt-Newcomern lernen. Das fängt bei der Kundenzentrierung und dem Kundenerlebnis an, reicht über die Nutzung kollektiver Intelligenz und führt bis zur schnellen Anpassung von Geschäftsmodellen mit Lean-Start-up-Methoden.

Stärken der FinTechs

- Innovativ, schnell und anpassungsfähig
- Fokus auf greifbarem Kundennutzen und den Bedürfnissen der heutigen Kundengeneration
- Kundenzentrierung durch UX/UI: Erlebnisgehalt und Einfachheit der Bedienung
- Spezifisches, klar umrissenes Angebot

Aber auch traditionelle Banken haben ihre Stärken:

- Langfristige Kundenbeziehungen
- Umfassendes Produktportfolio für alle Zielgruppen
- Vertrauensbonus und Sicherheitsimage
- Regulatorisch abgesichert
- Ressourcenstark

FinTech-DNA

Es wird erwartet, dass bis 2020 rund 50 Prozent aller Bankkonten digital eröffnet werden. Auch der Anteil von Mobile Banking nimmt rapide zu. Gerade in diesen beiden Bereichen sind FinTechs besonders stark. Erfolgsfaktoren der FinTechs:

- Kundenzentrierung – ein konkreter Kundenbedarf mit klar definiertem Problem steht im Fokus
- Kundenerlebnis – einfache, intuitiv nutzbare Produkte mit hohem Erlebniswert
- Social Web – Nutzung kollektiver Intelligenz: Wissen der Crowd fließt in Geschäftsmodelle ein
- Digital Natives – meist junge Mitarbeiter mit einschlägigem Knowhow und hoher digitaler Affinität
- Always Beta – rasantes Entwicklungstempo und permanente Veränderung von Geschäftsmodellen mit Lean-Start-up-Methoden wie Minimal Viable Product (MVP) und Rapid Prototyping

Von diesen Faktoren können Banken lernen!

Transparenz herstellen

Im ersten Schritt zur Bewertung von FinTech-Ideen und ihren Servicemodellen gilt es zunächst, für Transparenz zu sorgen. Wir verfügen inzwischen über ein profundes Knowhow zu diesem Thema. So können wir Ihnen einen umfassenden Überblick über die aktuelle FinTech-Landschaft und alle relevanten Zukunftstrends im deutschen und europäischen FinTech-Markt bieten.

Darüber hinaus können wir eine Vernetzung und Interaktion mit einem der neuen, für Sie interessanten Marktplayer anbahnen. Auch hier ist hohe Transparenz notwendig, um die Optionen einer möglichen Zusammenarbeit valide einschätzen zu können.

Miteinander oder gegeneinander?

Obwohl die Angriffsfläche groß ist, gibt es nicht nur ein Gegeneinander, sondern auch Möglichkeiten der Kooperation, bei denen sich die Stärken beider Parteien zum gegenseitigen Vorteil vereinen.

Die von FinTechs maßgeblich forcierte digitale Transformation im Finanzdienstleistungsmarkt hält für Sie also nicht nur Risiken, sondern auch große Chancen bereit. Grundsätzlich bieten sich etablierten Banken mehrere Optionen zum Umgang mit FinTechs:



Abb. 2: Möglichkeiten der Zusammenarbeit

Abwarten ist jedoch keine erfolgversprechende Option. Schließlich versuchen FinTechs, den Banken in nahezu allen Bereichen Ertragsanteile streitig zu machen. In Deutschland sind circa 30 Prozent aller Bankerträge durch FinTech-Angebote bedroht.

Alle anderen Optionen sollten bankindividuell und für verschiedene Geschäftsbereiche gesondert ausgelotet werden: Zwischen einer Kooperation mit einem FinTech oder dem Aufbau einer eigenen Digital-Unit sind viele Varianten denkbar – und eine davon ist optimal für Ihre Bank. Wir beraten Sie gern bei der Evaluierung Ihrer Möglichkeiten und begleiten Sie auch bei der späteren Umsetzung.

Handlungsfelder der FinTechs

FinTechs „verpacken“ nicht nur bekannte Bankprodukte in eine intuitiv bedienbare Oberfläche, sondern erweitern diese Produkte auch um einzigartige innovative Funktionen. Darüber hinaus entwickeln sie komplett neue Angebote, die in die klassische Wertschöpfung von Banken eingreifen.

Bisher lag der Fokus von FinTech überwiegend im Privatkundengeschäft – vor allem mit neuartigen Serviceangeboten für den Zahlungsverkehr. Inzwischen aber folgen zunehmend auch Innovationen für das Firmenkundengeschäft. Insbesondere in der Zielgruppe der kleinen und mittelständischen Unternehmen besteht dafür ein erhebliches Potenzial.

FinTech-Geschäftsmodelle sind vielfältig und bedürfen je nach Ausgestaltung einer BaFin-Genehmigung. Hier zeichnen sich hochinteressante Kooperationsmodelle mit etablierten Banken ab.

Kontaktieren Sie uns!

Miteinander oder gegeneinander? Egal, wie Sie in Ihrem Haus zu dieser Frage stehen: Jetzt ist der richtige Zeitpunkt zum Handeln. Werden Sie aktiv und lassen Sie sich auf das massiv veränderte Marktumfeld ein.

Sprechen Sie uns an! Wir beraten Sie kompetent und erarbeiten gemeinsam mit Ihnen ein optimales Vorgehen für Ihre Bank: banking.de@soprasteria.com

