

Banken können mit Fintechs kaum mithalten



Die traditionellen Banken könnten bald ausgedient haben, wenn sie sich nicht auf die veränderten Marktbedingungen einstellen.

Bild: Haufe Online Redaktion

Fast zwei Drittel aller weltweiten Bankkunden nutzen Produkte oder Dienste von Fintechs. Klassische Banken haben diesen Konkurrenten bisher nichts entgegensetzten. Das hat der "World Retail Banking Report" von Capgemini und Efma ergeben. Der Report skizziert aber auch einen möglichen Ausweg.

In der Wahrnehmung der Kunden sind Fintechs in den vergangenen Jahren kontinuierlich gestiegen. Kunden sind heute eher bereit, Freunden und Familie ihren Fintech-Anbieter zu empfehlen (55 Prozent) als ihre Bank (38 Prozent). Kunden aus Deutschland sind mit 66 Prozent sogar noch affiner als der weltweite Durchschnitt. Dementsprechend würden sie noch öfter (66 Prozent) ihren Fintech-Anbieter weiterempfehlen als ihre Bank (43 Prozent).

Der Bedrohung durch neue Konkurrenten sind sich Bankmanager weltweit durchaus bewusst. 96 Prozent stimmen zu, dass sich der Sektor eines digitalen Bankenökosystems, indem Fintechs eine wichtige Rolle spielen, weiter entwickeln wird. Gleichzeitig können jedoch nur 13 Prozent bestätigen, dass sie ein System einsetzen, das diese Entwicklung mitträgt.

Die Nutzung von Fintechs ist besonders in aufstrebenden Märkten und unter jüngeren Kunden verbreitet. Aus Kundensicht sind deren Dienstleistungen leicht zu nutzen (82 Prozent), sie bieten einen schnellen Service (81 Prozent) und ein gutes Kundenerlebnis (80 Prozent). Die Sicht der Banken auf ebendiese Vorteile ist aber eine andere: 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 schnelleren Service bieten, wollen sogar nur 36 Prozent der Banken bestätigen (ein Unterschied von 45 Prozentpunkten).

Fintechs auf der Überholspur

Insgesamt steigt die Zufriedenheit der Kunden mit ihrer Bank jedoch. Diese Entwicklung spiegelt sich auch im Capgemini Customer Experience Index (CEI), der um 2,9 Prozentpunkte gestiegen ist, wider. In Deutschland stieg der Wert sogar um 6,3 auf 77,1 Punkte (von 100) an. Dieser Fortschritt lässt sich allerdings nicht greifbar in gewinnbringendes Kundenverhalten, wie Kundenbindung, Weiterempfehlungen oder den Verkauf zusätzlicher Dienstleistungen übertragen. So sind beispielsweise weltweit lediglich 16 Prozent und in Deutschland 15 Prozent der Kunden gewillt, zusätzliche Dienstleistungen ihrer Bank in Anspruch zu nehmen.

Banken selbst sehen das 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 Bankmanager registrieren, dass die Geschwindigkeit des Wandels zunimmt, fühlt sich nur weniger als ein Viertel in Sachen Agilität und Innovationsfähigkeit den Fintechs überlegen.

Um auf diese Bedrohung reagieren zu können, sehen es fast zwei Drittel der Entscheider in Banken als notwendig an, Fintechs als Partner zu sehen. 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.

Banken und Fintechs besitzen komplementäre Stärken, so die Studienautoren, die genutzt werden sollten, um die Customer Experience zu verbessern. Während Fintechs agil und innovativ sind, zeichnen sich klassische Banken durch den Besitz von Kapital, eine weitreichende Kundenbasis und Expertise im Umgang mit Regulatoren aus.

Der Report beruht auf Daten von mehr als 16.000 Kunden aus 32 Ländern.