

Nur zwei Neobanken weltweit sind profitabel

Fast eine Milliarde Kundenkonten zählen die Neobanken dieser Welt. Rund 400 von ihnen gibt es weltweit, in Deutschland werden 13 Anbieter dazu gezählt. Doch auch ein Jahrzehnt nach dem Start des Neobanking-Hypes sind nur wenige von ihnen rentabel, so der „Global Neobanking Radar von Simon-Kucher & Partners, der weltweit das Potenzial für nachhaltiges Wachstum von Neobanken bewertet.

Die rund 400 Neobanken weltweit werden demnach zwar mit einem Wert von 30 Milliarden US-Dollar bewertet. Allerdings haben weniger als fünf Prozent von ihnen die Gewinnschwelle erreicht. Dabei bilden auch die 25 größten Neobanken keine große Ausnahme: Von ihnen arbeiten lediglich zwei profitabel.

Elf Anbieter befinden sich in der „Now-it-matters-Zone“, in der sie sich der Gewinnschwelle nähern und in der es darauf ankommt, Kundenbeziehungen zu monetarisieren und das Geschäftsmodell auf Profitabilität auszurichten. Die übrigen sieben werden der „Cash-Burn-Zone“ zugeordnet, die große Investments erfordert, um schnell Skaleneffekte zu erzielen.

Im Grunde hat sich damit bewahrheitet, was sich schon relativ bald abgezeichnet hat, nachdem sich die neuen Wettbewerber aufgemacht hatten, den Markt neu aufzurollen und klassische Banken zu ersetzen: Mit einer attraktiven Kundenschnittstelle und Gratisangeboten ist es erst einmal leicht, im „Staubsauger-Modus“ viele Kunden anzuziehen. Die eigentliche Arbeit beginnt allerdings danach.

Viele Neobanken mussten feststellen, dass ihr ursprüngliches Geschäftsmodell sich nicht als tragfähig erwies, und mussten nachsteuern – ein Grund dafür, dass die anfängliche Konzentration auf Privatkunden und Zahlungsverkehr zunehmend anderen Schwerpunkten gewichen ist.

Gleichzeitig wurden viele der neuen Anbieter von der Realität in Form von Defiziten bei Compliance und Ser-

vice eingeholt. Hier nachzuarbeiten, um die Vorgaben von Regulator und Aufsicht zu erfüllen, aber auch dem Wunsch vieler Kunden zu begegnen, sich bei Problemen nicht allein mit einem Chatbot herumärgern zu müssen, erfordert eine Menge Ressourcen – und das geht natürlich zulasten der Profitabilität. So erwirtschaftet der Großteil der Neobanken im Jahr sogar weniger als 28 Euro. Entscheidend: Dieses finanzielle Dilemma betrifft auch renommierte Neobanken.

Der Unternehmergeist wird dadurch aber nur leicht gebremst. Wurden 2020 noch 94 Neobanken gegründet, kamen 2021 zwar weniger, aber immerhin noch 59 neue hinzu. Bei jeder dritten Neugründung handelt es sich dabei um sogenannte „Innovation Speedboats“ oder reine Digitalbanken, gegründet von Finanzdienstleistungskonzernen oder konventionellen Banken. Dieser Trend wird sich laut Simon-Kucher weiter verstärken, vor allem weil etablierte Banken nach Optionen suchen, neue Märkte und Segmente zu erreichen.

In Deutschland macht die Untersuchung derzeit zwischen sieben und acht Millionen Neobanking-Kunden aus. Im Ländervergleich, der die Neobank-Aktivität im jeweiligen Markt, die „Digital Banking Readiness“, die Penetrationsrate der Neobanken in der Bevölkerung, sowie Bewertung und Finanzierung der Neobanken einbezieht, rangiert Deutschland auf Platz 8 von insgesamt 60 Märkten (ohne China). Die drei Spitzenplätze belegen Großbritannien, Schweden und die USA.

„Auf dieser Platzierung ausruhen sollten sich die heimischen Neobanken allerdings nicht“, warnt Christoph Stegmeier von Simon-Kucher & Partner. Denn diese Platzierung beruhe auf dem vergleichsweise frühen Markteintritt der hiesigen Banken. Mittlerweile aber hätten internationale Neobanken die deutschen Vertreter in Sachen Innovationsgeschwindigkeit und Ertragsstärke deutlich überflügelt. Red.