

## EMPFEHLUNGEN FÜR BANKEN

Digitale Zahlungsdienstleister, Technologieanbieter sowie E-Commerce-Firmen drängen über moderne Zahlungsmethoden zunehmend in den traditionellen Bankenmarkt direkt an die Kundenschnittstelle. Auf Basis der Hypothesen zur weiteren Entwicklung mobiler Bezahlverfahren raten wir deutschen Banken davon ab (weiter) reaktiv in nationale bzw. bankindividuelle Bezahlverfahren zu investieren. Stattdessen empfehlen wir zwei strategische Stoßrichtungen:

1. Kurzfristig können Kooperationen mit Technologieanbietern wie Google und Apple genutzt werden, um per Debitkarten-Funktion die Zahlungsströme im Kontosystem der eigenen Bank zu halten. Parallel sollten Banken den Fokus vor allem darauf legen, Mehrwertleistungen für ihre Kunden aufzubauen, um Kunden gegenüber als Bank und Partner zur Unterstützung im Alltag relevant zu bleiben (siehe auch Abbildung unten).

2. Mittelfristig könnte eine pan-europäische Bankenlösung zum mobilen Bezahlen Skaleneffekte schaffen und eine Möglichkeit sein, den großen Technologieanbietern die Stirn zu bieten. Die Unterstützung einer solchen pan-europäischen Lösung kann Banken ebenfalls dabei helfen ihre Positionierung an der Kundenschnittstelle zu stärken.

Vor allem im Aufbau von Mehrwertleistungen und einer direkten Verknüpfung mit bestehenden Bankangeboten sehen wir eine Chance für Banken, sich langfristig erfolgreich im Markt aufzustellen. In der Aufstellung gegenüber Technologieanbietern sollten Banken primär auf klassische Finanzthemen setzen und sich nicht zu stark auf Themen fokussieren, bei denen Technologieanbieter schon jetzt besser aufgestellt sind. Mehrwertleistungen rund um die Positionierung als „Financial Coach“ können die Relevanz einer Bank entscheidend treiben.

Hierbei empfehlen wir Banken den Aufbau eines integrierten Angebots strukturiert entlang dreier Leistungsversprechen für Kunden: Optimierung der täglichen Finanzen, Verwaltung und Optimierung der Ausgaben, sowie integrierte Unterstützung bei Vorsorge und Anlage. Im Rahmen der täglichen Finanzen können Banken ihre Kunden darin unterstützen ihre Konten im Alltag besser im Blick zu haben und z.B. drohende Kontoüberziehungen automatisch auszugleichen. In der Ausgabenverwaltung und -optimierung können alle wichtigen Verträge der Kunden (z.B. Strom, Telefon, etc.) digital verwaltet und Optimierungspotenziale erkannt werden. Ein wesentliches, erweitertes Leistungsversprechen im Gegensatz zu heute existierenden Angeboten liegt darin, die Budgets dynamischer zu nutzen, bei der App-Nutzung proaktiver einzubinden und mit Prognosen zu verbinden. Automatisierte Sparregeln sowie attraktive Sparpläne (z.B. Wertpapier-Sparpläne, aber auch Anlagen bei anderen Banken, etc.) unterstützen Kunden letztlich dabei, regelmäßig zu sparen und über Vorsorge nachzudenken. Auch hier ist ein wesentlicher Punkt für die Weiterentwicklung eine viel dynamischere Interaktion mit den Kunden über die digitalen Kontaktpunkte, z.B. durch Aufrunden bei Zahlungsvorgängen, einfache Hinterlegung von Zielen und Regeln sowie Belohnungssysteme für regelmäßiges Sparen.