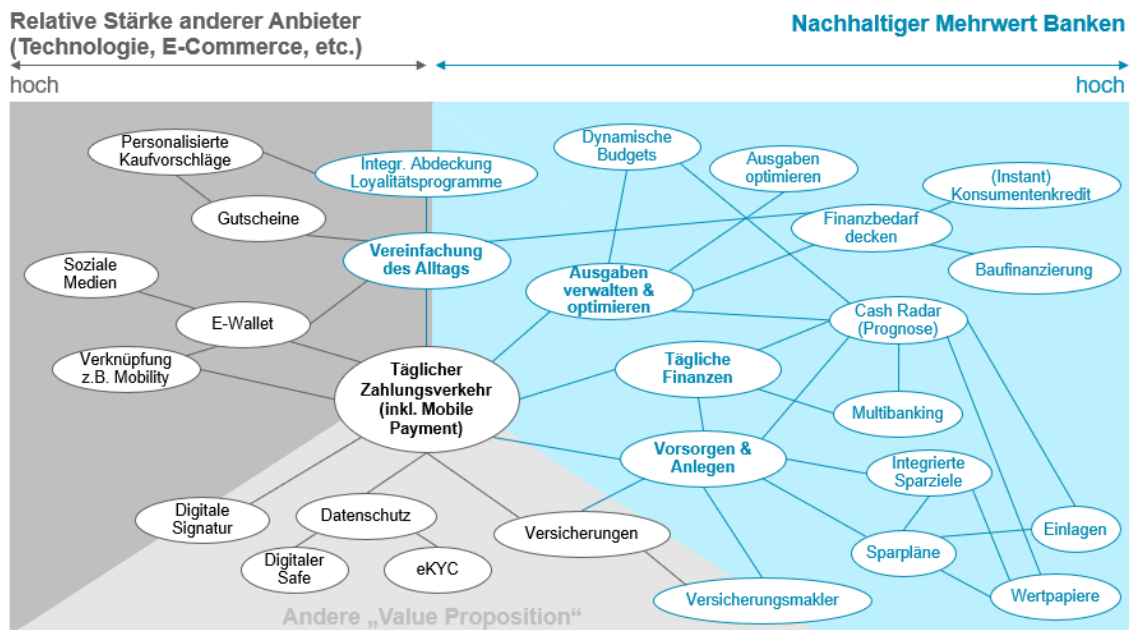


LEISTUNGEN RUND UM DEN TÄGLICHEN ZAHLUNGSVERKEHR



Banken sollten sich auf Leistungen fokussieren, bei denen sie im Angebot gegenüber Technologieanbietern einen nachhaltigen Mehrwert bieten können

In jedem Fall sollten deutsche Banken durch ein integriertes Angebot als Financial Coach eine klare Positionierung und Differenzierung gegenüber anderen Anbietern (Technologie, E-Commerce, etc.) einnehmen, um aus Sicht der Kunden nicht zunehmend irrelevant im Zahlungsverkehr zu erscheinen. Innovative Zahlungsmethoden werden sich im deutschen Markt weiter verbreiten – ob mit oder ohne die deutschen Banken.