

GEWINNER UND VERLIERER IM BANKENSEKTOR



Beim Thema Zahlungsverkehr sind die Gewinne von traditionellen Banken gefährdet: Bis zum Jahr 2025 können Geldhäuser weltweit rund 280 Milliarden US-Dollar (15 %) verlieren. Gründe dafür sind 1. das starke Wachstum neuer digitaler Bezahlmöglichkeiten auf Basis von Instant Payments, 2. die zunehmende Konkurrenz sogenannter Nicht-Banken und 3. ein sich weiter verstärkender Preisdruck. Für deutsche Banken fällt die Prognose im internationalen Vergleich besonders schlecht aus. Hierzulande stehen für Banken und Sparkassen im gleichen Zeitraum rund 6,7 Milliarden Euro jährlich auf dem Spiel. Das zeigt der Payments Survey 2019 des Beratungsunternehmens Accenture, für den 240 Zahlungsverkehrsexperten von Banken in 22 Ländern befragt wurden.

Banken in Deutschland unterliegen in den kommenden sechs Jahren insbesondere einem verstärkten Druck durch rückläufige Erträge aus Konto- und Kartengebühren. Dieser Preisdruck ist mit 19,4 Prozent deutlich stärker ausgeprägt als im globalen Durchschnitt (8 %) und wird auch durch das zu erwartende Wachstum des Zahlungsverkehrs (15,4 % bis 2025) nicht kompensiert werden. Global ist

Banken in Deutschland unterliegen in den kommenden sechs Jahren insbesondere einem verstärkten Druck durch rückläufige Erträge aus Konto- und Kartengebühren.

die Wachstumsdynamik mit 38,5 Prozent zudem deutlich stärker ausgeprägt. Der Accenture Payments Survey untersucht, wie Banken zukünftig mit den Entwicklungen im Zahlungsverkehr umgehen und welche Maßnahmen sie ergreifen wollen, um Kundenloyalität, Gewinne und Profitabilität zu steigern. Dabei basiert die Erhebung auf einem Revenue-Risk-Analyse-Modell von Accenture, das Veränderungen im Zahlungsverhalten der Verbraucher sowie Veränderungen im Handel, in der Technologie und in der Regulierung abbildet.

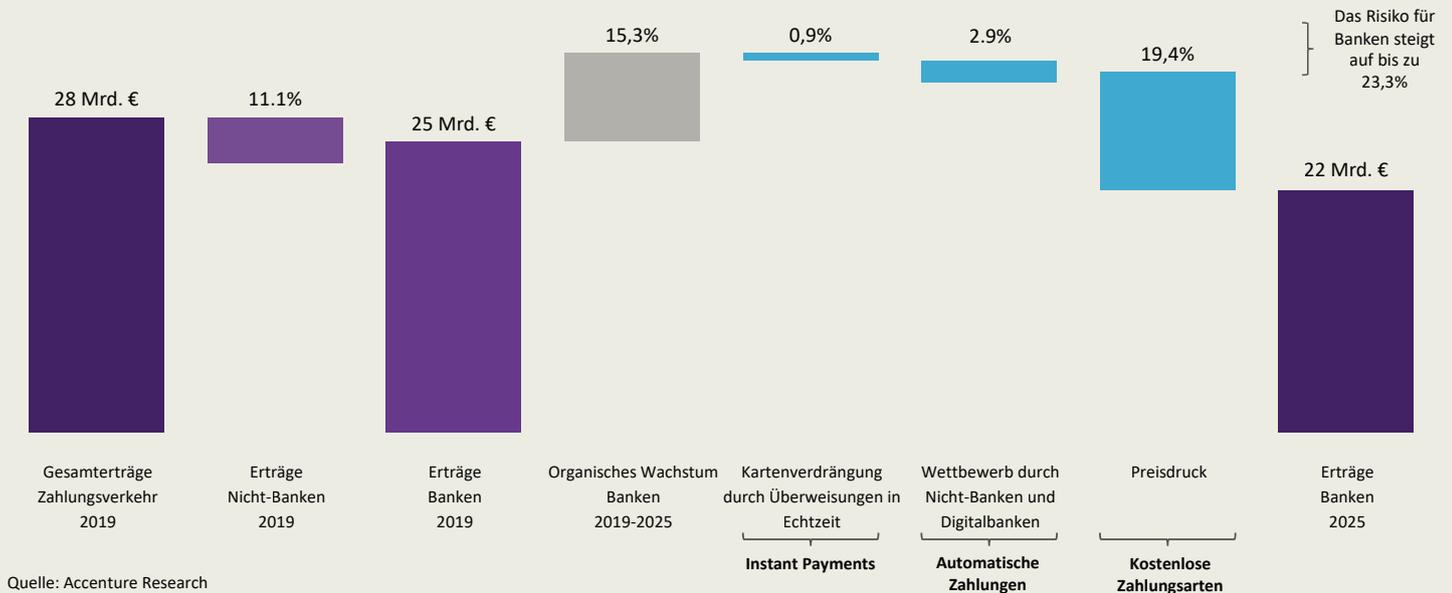
Invisible und Instant Payments verdrängen die klassische Kartenzahlung

Zahlungen werden in Zukunft im Hintergrund stärker automatisiert und damit quasi unsichtbar abgewickelt. In diesem Bereich, bei dem die Zahlungen zum Beispiel in der „virtuellen Brieftasche“ einer App oder auf einem mobilen Gerät abgewickelt werden, stehen die deutschen Bankhäuser im Wettbewerb mit neuen Marktteilnehmern (Nicht-Banken und reine Digitalbanken). Diese neue Konkurrenz führt bei traditionellen Geldhäusern voraussichtlich zu zusätzlichen Gewinneinbrüchen von rund drei Prozent (global: 3,9 %). Nicht zuletzt werden Überweisungen in Echtzeit (sogenannte Instant Payments) die klassische Kartenzahlung in bestimmten Bereichen verdrängen – knapp ein Prozent der Erträge (global: 2,7 %) steht hierdurch auf dem Spiel. Diese Entwicklung ist auf Einbußen aus Kartentransaktionen und Gebühren zurückzuführen und letztlich eine Folge von Regulierung. In den letzten Jahren waren Erträge aus Kartentransaktionen weltweit insbesondere durch regulatorische Eingriffe stark rückläufig. Zwischen 2015 und 2018 sanken die Er-



Laut einer Accenture-Studie, die im Oktober 2019 veröffentlicht wurde, verlieren Banken bis 2025 weltweit bis zu 280 Milliarden US-Dollar im Zahlungsverkehr. Finanzinstitute mit innovativen Geschäftsmodellen profitieren vom boomenden digitalen Zahlungsverkehr und können Gewinne in Höhe von 500 Milliarden US-Dollar erzielen.

DEUTSCHLAND: KÜNFTIGE ERTRÄGE AUS DEM ZAHLUNGSVERKEHR



Zahlungen werden in Zukunft im Hintergrund stärker automatisiert und damit quasi unsichtbar abgewickelt.

„Der Digitalboom im Zahlungsverkehr bedeutet für Banken, dass sie dringend die Zusammensetzung ihrer Erträge überdenken müssen und neue Ertragsquellen erschließen müssen.“

→ träge aus Kreditkartentransaktionen von Geschäftskunden um 33 Prozent. Die Gewinne aus Transaktionen mit Debitkarten gingen im gleichen Zeitraum um etwa 15 Prozent, aus Kreditkartenzahlungen um rund 12 Prozent zurück. „Im Zahlungsverkehrsmarkt stehen traditionelle Banken unter Druck und spüren den zunehmenden Erfolg der Nicht- und Digitalbanken, die innovative Zahlungsmethoden entwickeln und erfolgreich am Markt platzieren“, sagt Oliver Hommel, Zahlungsverkehrsexperte bei Accenture. „Banken können aber selbst von dieser Welle digitaler Zahlungsmethoden profitieren, indem sie schnell neue Technologien einsetzen und mit Hochdruck an innovativen Geschäftsmodellen arbeiten.“

Der Kunde muss im Mittelpunkt stehen

Die Branche ist sich der Herausforderungen bewusst, die neue Technologien im Zahlungsverkehr mit sich bringen: Mehr als zwei Drittel (71 %) der befragten Bankmanager sind sich darüber einig, dass Zahlungen in Zukunft ver-

mutlich weitgehend unentgeltlich werden. Fast drei Viertel (73 %) glauben, dass die Mehrheit der Zahlungen bereits heute im Hintergrund stattfindet oder im Laufe der nächsten zwölf Monate „unsichtbar“ wird. Ein noch größerer Teil (78 %) ist der Meinung, dass Zahlungen in Echtzeit bereits genutzt oder aber in den nächsten zwölf Monaten erfolgen werden.

„Der Digitalboom im Zahlungsverkehr bedeutet für Banken, dass sie dringend die Zusammensetzung ihrer Erträge überdenken und neue Ertragsquellen erschließen müssen“, so Oliver Hommel. „Kanäle, die den Banken einst Milliarden-Gewinne bescherten, werden nicht länger lukrativ sein und sukzessive vom Markt verschwinden. Um in Zukunft erfolgreich zu sein, müssen Institute neue digitale Geschäftsmodelle entwickeln und ‚One-Click‘-Zahlungen zur neuen Norm machen. Banken sind gut beraten, alles daran zu setzen, ihren Kunden in Zukunft sichere, bequeme und reibungslose Bezahlerlebnisse zu bieten.“

Als Antwort auf diese zentralen Marktherausforderungen gaben fast vier von fünf (18 %) Befragten an, dass ihre Priorität auf dem Aufbau von mehr Sicherheit im Privatkundengeschäft liegt. Fast ein Viertel (22 %) priorisiert künstliche Intelligenz, Robotik, maschinelles Lernen und innovative Bezahllarten als wichtige Fähigkeiten, ihre Plattformen aufzubauen und ihre Kernsysteme an schnelle Zahlungsabläufe anzupassen.

🌐 *Die vollständige Studie und weitere Einzelergebnisse stehen auf www.accenture.com/de-de zur Verfügung. Weitere INFOS: www.accenture.de*

AUTOR: RED.

ÜBER DIE STUDIE

Accenture führte eine weltweite Online-Umfrage unter 240 Bankenmanagern aus den Bereichen Retail- und Corporate Payment in folgenden Ländern durch: Australien, Brasilien, Kanada, China (Festland und Hongkong), Dänemark, Finnland, Frankreich, Deutschland, Indien, Indonesien, Italien, Japan, Malaysia, Mexiko, Norwegen, Singapur, Spanien, Schweden, Thailand, Vereinigte Arabische Emirate, Großbritannien und die Vereinigten Staaten von Amerika. Der Befragungszeitraum erstreckte sich vom 14. Februar bis zum 10. März 2019.