



zeb.digital pulse check 3.0

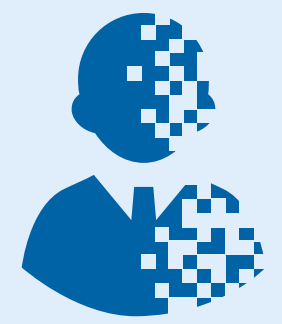
Wie weit sind europäische Banken bei der digitalen Transformation wirklich gekommen und wie wird dies von Kunden wahrgenommen?



MÜNSTER, OKTOBER 2018

Transformationsdruck auf Banken verschärft sich – neue Anbieter digitaler Finanzdienstleistungen drängen auf den Markt

FINTECHS

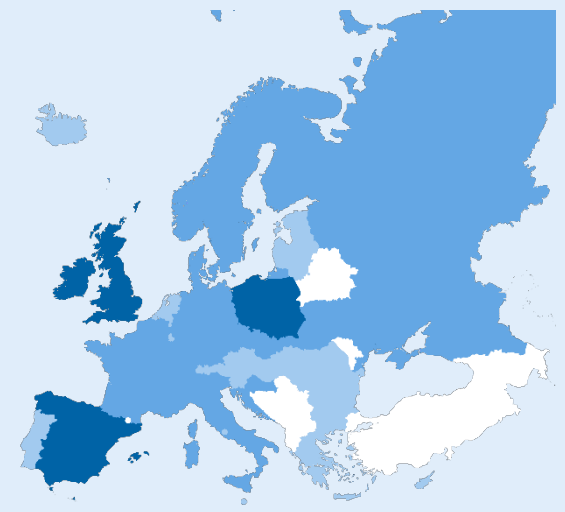


440.600.000

„digital payment“-Nutzer

Bereits **jeder 2. in Europa** nutzt „digital payment“-Leistungen von FinTechs 2018; „digital payments“ als größtes Marktsegment für FinTechs mit einem **Transaktionsvolumen** von **632.252 Mio. €** 2018

ETABLIERTE TECHUNTERNEHMEN



Verfügbarkeit mobiler Zahlungsmethoden der Big Techs – **GAFAs²⁾ erschließen zunehmend den europäischen Zahlungsmarkt**

ASIATISCHE IT-RIESEN



Zahlungsdienstleistungen asiatischer Technologiekonzerne für asiatische Touristen bereits **in Europa eingeführt** – Alibaba et al. mit Plan, diese in den nächsten Jahren auszuweiten

1) Grafik zeigt Anzahl der verfügbaren Services aus Google Pay, Apple Pay, Facebook Messenger Payments und Amazon Pay; 2) GAFA = Google, Amazon, Facebook, Apple. Quelle: zeb.research, Statista 2018, Financial Times 2018.

Banken reagieren auf Marktdruck mit Weiterentwicklung ihres bestehenden Geschäftsmodells – Kunden nehmen keine großen Veränderungen wahr

FINANZINSTITUTE



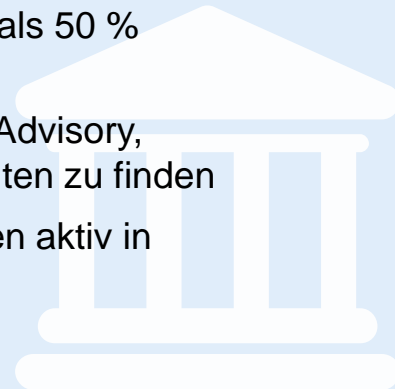
Fokus auf Digitalisierung des aktuellen Geschäftsmodells, ohne Erfolge zu messen

- Fokus bei 78 % auf Digitalisierung des bestehenden Geschäftsmodells
- Nur 33 % haben Strategie mit Maßnahmen konkretisiert
- 72 % messen Umsetzung der Ziele nicht



Onlineangebot leicht verbessert, aber noch ausbaufähig

- Hälfte der Banken bietet weniger als 50 % ihrer Leistungen online an
- Innovative Leistungen, wie Robo Advisory, hauptsächlich bei Top-25%-Instituten zu finden
- Nur ein gutes Drittel bindet Kunden aktiv in Produktentwicklung ein



KUNDEN



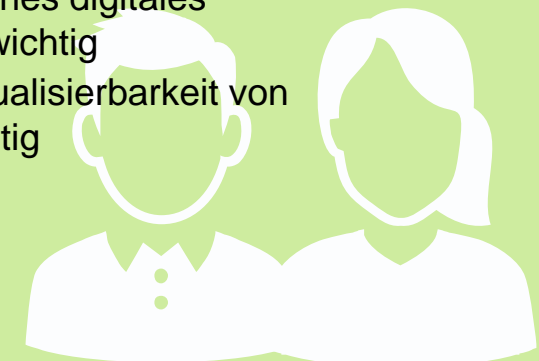
Kunden erkennen aber kaum digitalen Fortschritt

- 50 % der Kunden haben in den letzten zwölf Monaten keinen großen Fortschritt bei der Digitalisierung der angebotenen Leistungen ihrer Hauptbank erkannt



Kunden erachten Individualisierbarkeit des Angebots für wichtig

- 72 % finden ein umfangreiches digitales Leistungsangebot (sehr) wichtig
- Zwei Drittel halten Individualisierbarkeit von Leistungen für (sehr) wichtig



FINANZINSTITUTE



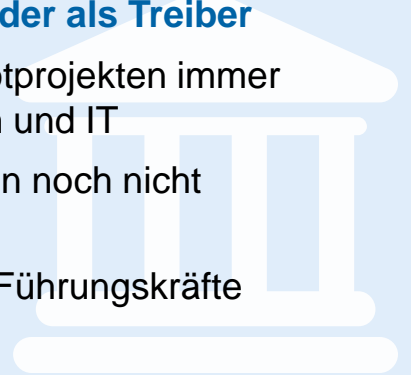
Prozessautomatisierung und moderne IT-Architektur mit erheblichem Nachholbedarf

- Nur 22 % haben Prozesse mehrheitlich automatisiert
- Kontoeröffnung lediglich bei 15 % in „real time“ möglich
- Nur 11 % haben „Mobile First“-Prinzip mehrheitlich umgesetzt
- Bloß 6 % ermöglichen friktionsfreien Kanalwechsel über gesamtes Leistungsportfolio



Agile und interdisziplinäre Teams immer noch Ausnahme – es fehlen Digital Leader als Treiber

- 76 % trennen abgesehen von Pilotprojekten immer noch organisatorisch Fachbereich und IT
- 76 % haben agile Arbeitsmethoden noch nicht konsequent in Alltag integriert
- Nur bei 10 % agiert Mehrheit der Führungskräfte als Digital Leader

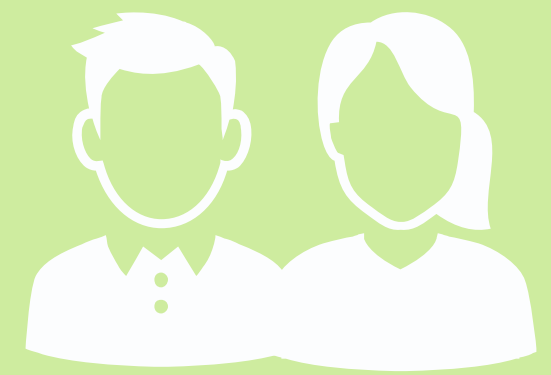


KUNDEN



Intuitive Bedienbarkeit mobiler Angebote und friktionsfreier Kanalwechsel wichtig für Kunden

- 58 % ist einfache Bedienbarkeit im mobilen Kanal (sehr) wichtig
- 55 % ist friktionsfreier Kanalwechsel (sehr) wichtig

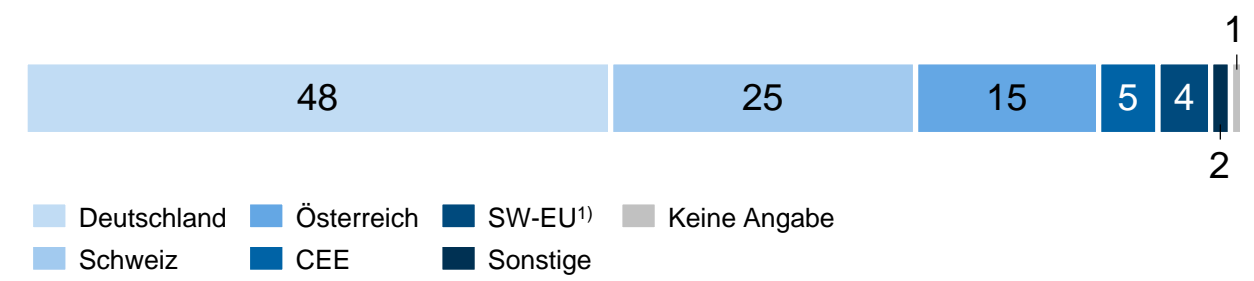


Teilnehmer & Methodik

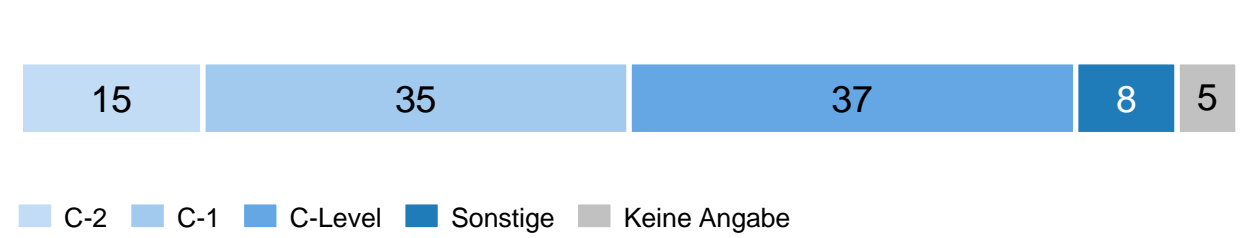


Digitale Transformation nach wie vor Topthema für Entscheider – 72 % von 185 Studienteilnehmern sind Executives von Banken

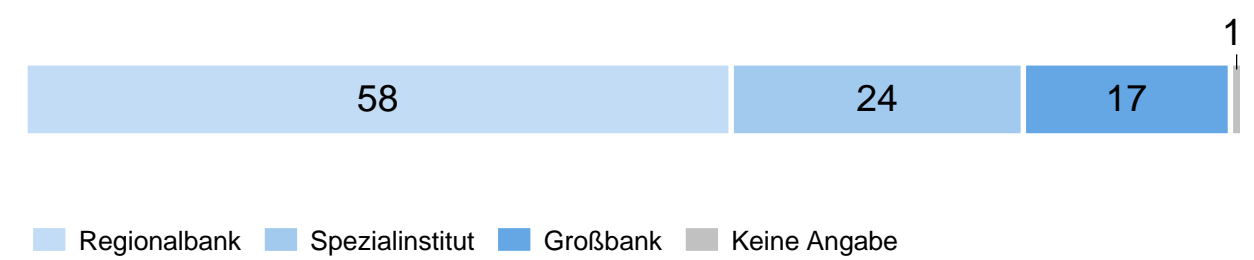
185 EUROPÄISCHE TEILNEHMER mit Fokus DACH (in %)



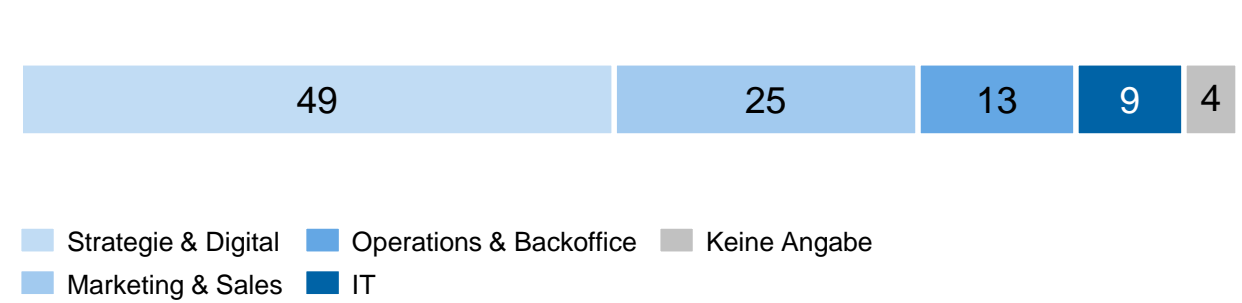
72 % TOPENTSCHEIDER auf Ebene Vorstand oder Bereichsleiter (in %)



82 % der Teilnehmer stammen aus REGIONALBANKEN & SPEZIALINSTITUTEN (in %)



49 % aus dem Bereich STRATEGIE & DIGITAL (in %)



1) Italien, Frankreich, Luxemburg.

Erweiterung Digital Pulse Check um Kundenperspektive: 1004 Bankkunden aus Deutschland spiegeln Perspektiven bezüglich Digitalisierung wider

ENDKUNDENSTUDIE IN KOOPERATION MIT PULS MARKTFORSCHUNG:
 Bevölkerungsrepräsentative Onlineumfrage¹⁾ mit 1004 Teilnehmern in Deutschland

In Kooperation mit



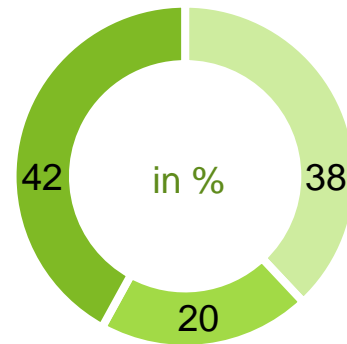
Teilnehmer
 aus allen deutschen
Bundesländern von
 Bremen bis Bayern



Alter
 Von 18 bis 69 Jahren

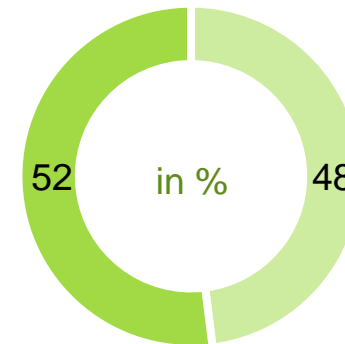


Regionen



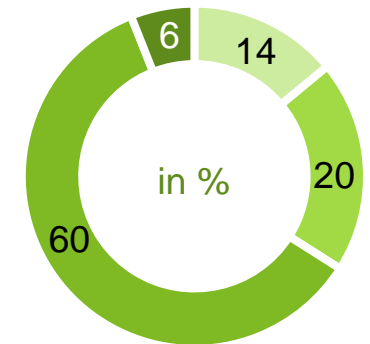
Von Großstädten (38 %) über
 mittelgroße Städte (42 %) bis zu ländlichen
 Regionen (20 %)

Geschlecht



52 % Frauen
 48 % Männer

Kunden mit Hauptkonto



u. a. bei Direktbanken (14 %),
 Großbanken (20 %) oder
 Regionalbanken (60 %)
 (Sonstiges 6 %)

Das Symbol kennzeichnet im weiteren Verlauf die Sicht der Endkunden

¹⁾ Bei der Auswahl der Umfrageteilnehmer wurde darauf geachtet, dass diese verschiedene bevölkerungsrepräsentative Eigenschaften aufweisen, um so z. B. der Selektion besonders digital-/onlineaffiner Personen entgegenzuwirken.

Der digitale Reifegrad von Banken wird durch vier Dimensionen geprägt ...

DIGITALISIERUNGSSTRATEGIE

Trenderkennung & -bewertung

Beobachtung und Bewertung von Trends zu Angebot, Kundenverhalten, Technologie und Innovation als Strategiegrundlage

Strategieentwicklung & -umsetzung

Digitale Agenda – strategische Initiativen und Verantwortlichkeiten

Digitale KPIs & Steuerung

Digitale KPIs – Definition & Tracking

Digitale Neuausrichtung

Evolutionäre Weiterentwicklung des Geschäftsmodells | Disruptive Veränderung des Geschäftsmodells | Digitales Ökosystem

Prozesse

End-to-end-Optimierung | Modulare Prozessarchitektur | Mobile-first-Prozessdesign

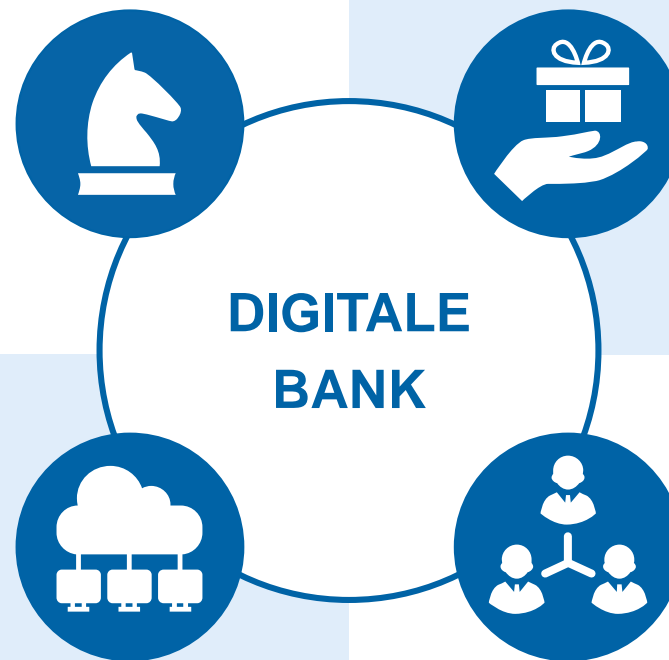
Datenmanagement & Data Analytics

Einheitliche und verknüpfte Datenformate und -systeme | Data-Analytics-Methoden und -Technologien

IT

Agile & skalierbare Architektur | API-Schnittstelle bzw. Integrationsschicht

PROZESSE, DATEN & IT



GESCHÄFTSMODELL

Angebotsmanagement

Digitales Service-/Produktangebot | Onlineabschlussfähigkeit | Zusatzleistungen

Kundenzugang/Kanalmanagement

Digitaler Beratungsprozess | Mobile-first-Optimierung | Friktionsfreier Kanalwechsel

Kunden(erlebnis)management

Kundenverständnis | Kundenreisen | Kunden-Testing

Marketing & Kommunikation

Personalisiertes Marketing auf Basis Big Data | Onlinemarketingstrategie

Organisation

Organisationsstrukturen | Projektmanagement

Führung

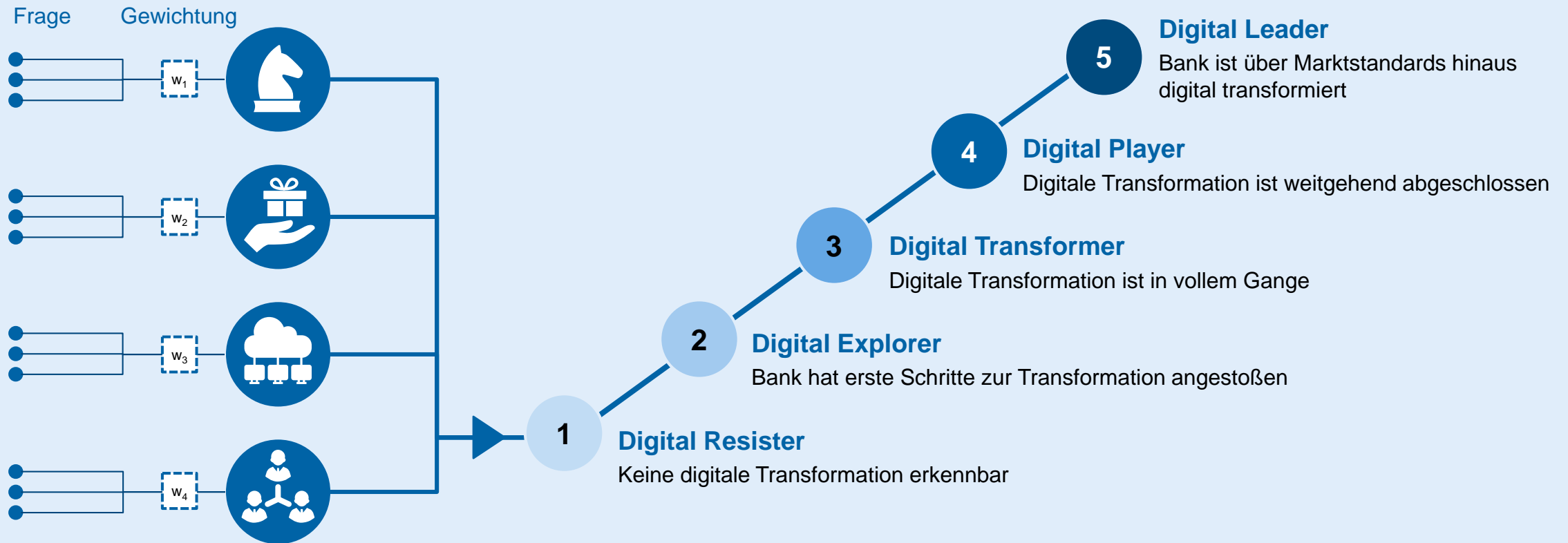
Führungskräfte als digitale Leader | Vergütungssystem

Kultur

Digitale Mitarbeiterkompetenz | Innovationskultur | Personalentwicklung | Personalgewinnung

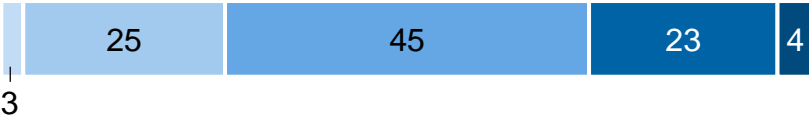
MANAGEMENT & ORGANISATION

ERMITTLUNG DES DIGITAL PERFORMANCE INDICATOR (DPI)
ZUR BESTIMMUNG DES ÜBERGREIFENDEN DIGITALEN REIFEGRADES



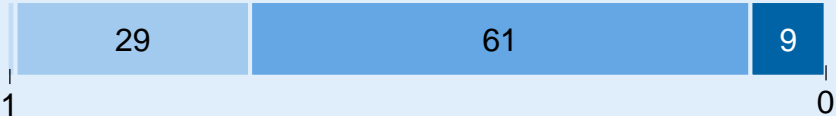
Finanzinstitute machen im Vorjahresvergleich leichte Fortschritte in der Digitalisierung

DIGITALISIERUNGSSTRATEGIE (in %)



- + Digitale Strategie unternehmensweit festgelegt
- + Erste disruptive Ideen für Geschäftsmodelle
- Digitalisierungsanteil am Investitionsbudget noch sehr gering

GESCHÄFTSMODELL (in %)

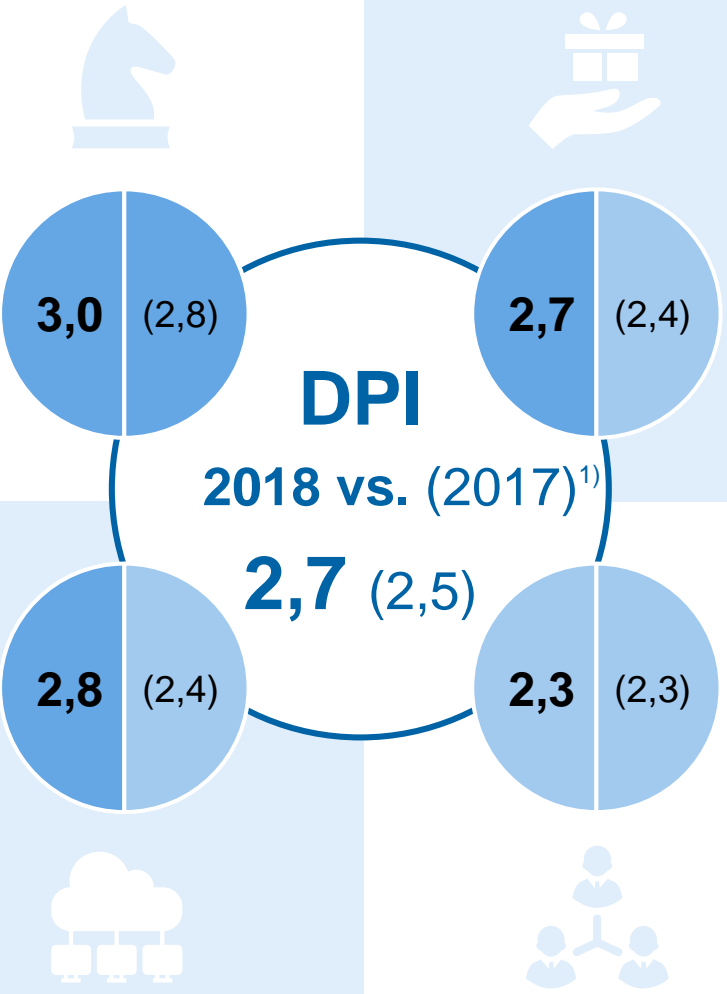


- + Onlineabschlussfähigkeit leicht verbessert
- + Mehr Produkte für mobile Nutzung optimiert
- Wenig zielgerichtete Onlinemarketingstrategie



- + Prozesse öfter modular aufgebaut
- + Hausweites IT-Strategie- & -Architekturmanagement
- Integriertes Datenmanagement fehlt oft

PROZESSE, DATEN & IT (in %)



- + Leicht innovativere Unternehmenskultur
- Klassische Trennung von Fach und IT
- Wenig digitale Vorreiter in Führungspositionen

MANAGEMENT & ORGANISATION (in %)

1) Werte in Klammern aus 2017 – bereinigt um veränderte Teilnehmerstruktur/Fragebogenanpassungen, um Vergleichbarkeit der Vorjahreswerte zu gewährleisten.

zeb ist eine der führenden Adressen auf dem Gebiet der digitalen Transformation im Financial-Services-Umfeld

UMFASSENDES LEISTUNGSSPEKTRUM

- Mit > 650 Beratern größte auf FS fokussierte Beratung Europas
- Abdeckung Strategie, Vertrieb, Organisation, Steuerung und IT

EXECUTION-NETZWERK

- Digital Evangelists/Produktexperten
- Data Analytics
- IT-Realisierung
- Kreativprozess und Moderation

FINTECH-GRÜNDUNGEN „BY ZEB“

- FinTechs von zeb-Mitarbeitern
- Laufender Austausch mit Gründern



DIGITALE STRATEGIE & TRANSFORMATION

- Standortbestimmung
- Warm-up
- Strategieentwicklung
- Roadmap

TABULARAZA BY ZEB

- Erleben
- Kreieren
- Prototype
- Realisieren

www.FINTECH-HUB.EU &
www.BANKINGHUB.DE

- „Die“ Plattformen rund um FDL-Sektor, FinTechs, Nachrichten und Events



Dr. André Ehlerding
Senior Partner
AEhlerding@zeb.de



Dr. Christina Wirth
Manager
Christina.Wirth@zeb.de



Carolin Knoop
Senior Consultant
CKnoop@zeb.de



Cornelius Balzer
Senior Consultant
CBalzer@zeb.de



Marian Wunderlich
Consultant
Marian.Wunderlich@zeb.de



Caroline Kronsteiner
Consultant
Caroline.Kronsteiner@zeb.at



Dominik Koch
Senior Consultant
DKoch@zeb.de