



Pressemitteilung

Zurück zu den eigenen Stärken: Neue Wege zu mehr Profitabilität im europäischen Retailbanking

European Retail-Banking-Studie 2019

Ergebnisse der aktuellen European Retail Banking Study: Kunden sehen vertrauensvolle Beziehung zur Bank belastet / Ertragsstagnation im europäischen Retailbanking-Markt / Chancen durch Positionierung als kundenorientierte Anbieter

Wien, 25. April 2019 – Sowohl Filial- als auch Direktbanken können ihre Profitabilität deutlich steigern, wenn sie sich auf ihre ursprünglichen Stärken konzentrieren. Beschreiten sie den Weg „zurück in die Zukunft“ und folgen dabei der richtigen Strategie, schaffen sie für ihre Kunden einen echten Mehrwert und kompensieren derzeitige Ertragsdefizite. Das sind zentrale Ergebnisse der aktuellen European Retail Banking Study von zeb.

Selbst- und Fremdbild kontrastieren deutlich

Flächendeckend sprechen Retailbanken davon, ihre Kunden in den Mittelpunkt aller Anstrengungen stellen zu wollen. Der Kontrast zu dem, was Kunden über Banken sagen, ist groß: Die zeb-Umfrageergebnisse zeigen, dass eine deutliche Kluft zwischen den Erwartungen der Kunden an die Banken und der Realität aus ihrer Sicht besteht. Die Befragten beklagen, dass Bankprodukte wenig persönlichen Nutzen bieten und sind daher auch nicht bereit, für bestehende Angebote mehr zu zahlen.

„Die zeb-Studie zeigt, dass die meisten Kunden den Anspruch der Banken, kundenorientiert zu sein, für ein leeres Versprechen halten und Banken die eigenen Interessen voran stellten“, fasst Michaela Schneider, Geschäftsführende Partnerin von zeb Österreich zusammen.

40 Prozent weniger Einlagenerlöse in fünf Jahren

In den meisten europäischen Ländern sehen sich die Retailbanken mit einer Ertragsstagnation konfrontiert, die auf sinkende Kredit- und Einlagenmargen in einem anhaltend niedrigen Zinsumfeld zurückzuführen ist. Bei gleichbleibendem Geschäftsmodell sieht die Prognose für die wichtigsten europäischen Bankenmärkte auch düster aus: zeb erwartet in den nächsten fünf Jahren einen Rückgang der Einlagenerlöse um mehr als 40 Prozent.

Die anhaltend niedrigen Zinssätze werden dafür sorgen, dass Erträge aus gebührenerzeugenden Produkten innerhalb der Gesamtbankeinnahmepools an Bedeutung gewinnen.

Profitabilität für Retailgeschäft erfordert Neuausrichtung

Die European Retail Banking Study zeigt drei Wege auf, wie traditionelle Filial- und Direktbanken mehr Profitabilität erlangen können:



Filialbanken sollten sich auf traditionelle Angebote mit Ertragspotenzial konzentrieren, also die ganzheitliche Beratung bei komplexen Bankprodukten. Digitale Lösungen wie Big Data und Artificial Intelligence machen diesen Weg zurück in die Zukunft so einfach wie nie zuvor. Banken, die diesen Weg gehen, werden als langfristige „Trusted Advisors“ ein erhebliches Wertschöpfungspotenzial für Kunden bieten können.

Direktbanken können ihre Größe im In- und Ausland nutzen, um Kosteneffizienz zu erreichen und zusätzlich zu ihrem Kerngeschäft im B2C-Bereich B2B-Produktspezialisten mit B2B-Partnerschaften werden.

Im nächsten Schritt können sich Filial- und Direktbanken, die erfolgreich zu Trusted Advisors oder Produktspezialisten werden, zu Ökosystemplayern entwickeln. Damit können sie komplette Kundenreisen anbieten, die B2B-Partnerschaften nutzen und neben Bankprodukten und -Dienstleistungen auch Nicht-Bank-Angebote beinhalten.

Die positiven Effekte sind enorm

zeb hat die potenziellen Effekte eines solchen Vorgehens auf typische Filial- und Direktbanken in der Studie berechnet. So stieg die GuV bei Filialbanken um ca. 19 Prozent, Produktspezialisten bzw. Direktbanken erreichten ein GUV-Plus von 23 Prozent. Für Akteure innerhalb eines funktionierenden Ökosystems errechneten die Studienautoren sogar einen positiven GuV-Effekt von 25 Prozent.

Die European Retail Banking Study 2019 von zeb kann über www.zeb.eu/retailbanking angefordert werden.

zeb, spezialisiert auf die europäische Financial Services Industrie, hat für die Studie nicht nur Kundenbefragungen durchgeführt, sondern auch die Ertragsströme im europäischen Bankenmarkt umfassend analysiert. Die Studie versteht sich als Orientierungshilfe für Retailbanken, die eine Rückkehr zu einer langfristigen, nachhaltigen Profitabilität anstreben, indem sie alte Stärken mit neuen Technologien verbinden.

Ansprechpartner Presse:

Katalin Nagy

Office Manager Vienna

Phone: +43.1.5226370.633

Fax: +43.1.5226370.630

E-Mail knagy@zeb.at

Fachlicher Ansprechpartner:

Dr. Michaela Schneider

Managing Partner

Phone: +43.1.5226370.711

Fax: +43.1.5226370.630

E-Mail mschneider@zeb.at

Über zeb

zeb ist die führende Strategie- und Managementberatung im Bereich Financial Services. Das Unternehmen wurde 1992 von Prof. Dr. Bernd Rolfes und Prof. Dr. Dres. h.c. Henner Schierenbeck in Münster/D gegründet und entwickelte sich schnell zu einer Beratung für Finanzdienstleistungsunternehmen, die gleichermaßen hohen Wert auf Qualität der Konzeption wie praktische Begleitung der Umsetzung legen. Unternehmensweit über 1.000



Mitarbeiter an Standorten in Deutschland, Dänemark, Großbritannien, Italien, Luxemburg, den Niederlanden, Norwegen, Österreich, Polen, Russland, Schweden, der Schweiz, der Ukraine und den USA betreuen Kunden - Banken und Versicherungen - über die gesamte Wertschöpfungskette