

digital insight



Wandel des Corporate Banking durch FinTechs

25% des B2B-Geschäfts sind bis 2020 in Gefahr – Wie Banken auf veränderte Kundenbedürfnisse und neue Wettbewerber reagieren können.

Wandel des Corporate Banking durch FinTechs

25% des B2B-Geschäfts sind bis 2020 in Gefahr – Wie Banken auf veränderte Kundenbedürfnisse und neue Wettbewerber reagieren können.

Die fortschreitende Digitalisierung im Corporate-Banking hat die Banken immer weiter von ihren Geschäftskunden entfernt. Durch eine meist produktbezogene Strategie und den Fokus auf scheinbar lukrative Geschäftsfelder wie das Investmentbanking, die Vermögensverwaltung und das Großkundengeschäft, haben die Banken die Bindung zu Ihrer Basis verloren. Kleine und Mittelständische Unternehmen (KMU) und Kleinstbetriebe werden von Ihren Hausbanken nur unzureichend mit Produkten bedient, die ihren Anforderungen und Bedürfnissen entsprechen.

Es mangelt den Banken vor allem an detaillierter Kenntnis der Prozesse – sowohl bei Großkunden als auch bei KMUs. Wenn man bedenkt, dass die Banken aber in den vergangenen Jahren gerade als Intermediär zwischen großen und kleinen Unternehmen auftraten und Services (u. a. Zahlungsverkehr) für beide Geschäftspartner erbracht haben, ist diese Rolle aktuell mehr als gefährdet. So drohen bei den Geschäftskunden ähnlicher Verlust von Marktanteilen wie im Privatkundengeschäft.

Verschärfte Regulatorien durch Basel III und PSD II, die auf Seiten der Banken einen stetigen Anpassungsbedarf in den Strukturen und Prozessen zur Folge haben, begünstigen den Markteintritt von FinTechs. Daneben bieten neue Technologien wie Blockchain interessante und vielfältige Möglichkeiten für die Entwicklung innovativer Produkte. Die neuen Marktteilnehmer suchen sich einzelne Geschäftszweige heraus und bedienen jene Kundengruppen individuell, die von den etablierten Finanzdienstleistern nur unzureichend versorgt werden. Dies hat häufig auch mit der gewachsenen und nur bedingt zukunftsfähigen IT-Architektur im Bankenumfeld zu tun. Diese alternativen Produkte vereinfachen und beschleunigen Prozesse, digitalisieren Geschäftsmodelle, schaffen Transparenz, wo es der Kunde fordert, sind jederzeit und überall abrufbar – und das oft zu geringeren Kosten. Im Privatkundengeschäft sind FinTechs wie PayPal oder Auxmoney schon lange etabliert. Laut einer Studie des Marktforschungsinstituts YouGov, sind mittlerweile 72% der Befragten in Deutschland bereit, FinTechs für Bankgeschäfte zu nutzen. Ein Drittel gibt an, in fünf Jahren die Hälfte seiner Bankgeschäfte über FinTechs tätigen zu wollen (Quelle: The Future of Finance).

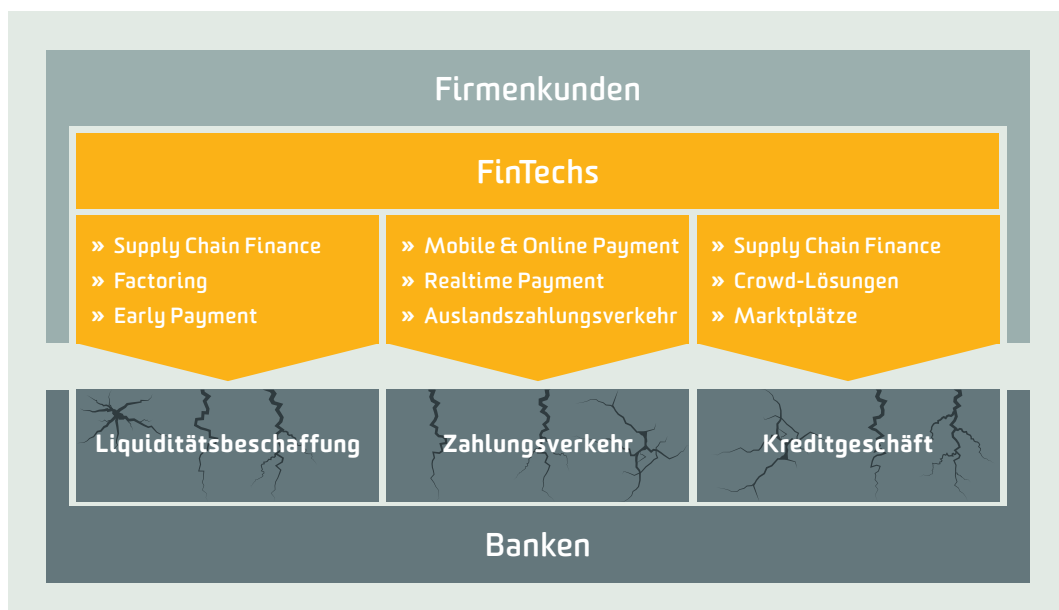
Wir haben in den letzten 15 Jahren mit weit über 500 Unternehmen jeglicher Größe gesprochen und die Prozesse und Anforderungen analysiert. Vor allem im wiederkehrenden Geschäft, also der Beschaffung von Waren und Dienstleistungen, gibt es im Zusammenspiel mit den Banken eine Verschiebung der Anforderungen. KMUs möchten immer mehr integrierte Services rund um die Zahlung. Transparenz, eine Verbesserung der Liquidität oder eine Reduzierung lästiger, aber notwendiger administrativer Tätigkeiten sind Bedürfnisse, die dabei bedient werden müssen.

FinTechs wurden damit Tür und Tor geöffnet, mit ihren innovativen Geschäftsmodellen in den Markt zu treten. Sie füllen die Lücke zwischen „veralteten“ Bankprodukten und neuen Anforderungen an die Prozesse im Finanz- und Rechnungswesen. Neue Wettbewerber im Corporate-Banking greifen insbesondere auch die klassischen Ertragssäulen Kreditvergabe, Zahlungsverkehr und Liquiditätsbeschaffung an.

Crowdbasierte P2P-Plattformen wie Funding Circle oder Lendico bieten eine alternative Finanzierungsquelle zu herkömmlichen Bankkrediten. Die Anbieter punkten beim Kunden mit Transparenz in der Kostenstruktur, einfacher Bedienung und kurzen Entscheidungsprozessen.

Im Zahlungsverkehr sind es vor allem Anbieter wie Traxpay, die Echtzeittransaktionen anbieten, oder wie Transferwise, die den Auslandszahlungsverkehr schneller und zu günstigeren Konditionen ermöglichen.

In der Liquiditätsbeschaffung sind es unter anderem Rechnungsservice-Provider, die den Zugriff auf die Rechnung – das zentrale Dokument im B2B – nutzen, um Dynamic Discounting oder ganzheitliche Supply-Chain-Finance Lösungen zu etablieren. Diese Lösungen bieten den Kunden eine Möglichkeit, ihr Umlaufvermögen zu optimieren und Liquidität dann zu schaffen, wenn sie benötigt wird. Die Rechnung enthält wichtige Informationen, die ausgewertet und genutzt werden können, um



FinTech-Produkte in Konkurrenz zu klassischen Bankprodukten



Mehrwerte beim Kunden zu schaffen. Auch im Zahlungsverkehr geht eine Transaktion immer von einer Rechnung aus. Den Zugriff auf die Rechnung und die entsprechenden Daten sehen wir daher als wichtige Voraussetzung, um Lösungen zu schaffen, die die Kundenbedürfnisse optimal abdecken.

Um sich im neu entstandenen Konkurrenzkampf behaupten zu können, müssen Banken ihre Beratungs- und Serviceleistungen konsequent kundenorientiert ausrichten, ihre Prozesse digitalisieren und für den Kunden transparenter werden. Dabei ist zu evaluieren, ob es sinnvoll ist, bestehende Lösungen anzupassen, neue Lösungen selbst zu entwickeln oder Kooperationen mit den FinTechs einzugehen. Nur wenn es die Banken schaffen Mehrwerte für die Kunden zu generieren, können sie Bestandskunden halten und Neugeschäft generieren. Schaffen sie es nicht, drohen den Banken Ertragseinbußen von bis zu 25% bis 2020.

Bonpago veröffentlicht im März 2016 eine Studie in Form eines Digital Insight, in der eine Marktübersicht über die vielversprechendsten und innovativsten Geschäftsmodelle und Entwicklungen in den Bereichen Kreditgeschäft, Liquiditätsbeschaffung und Zahlungsverkehr im Corporate Banking gegeben wird. Dabei soll gezeigt werden, welche Trends einerseits eine Gefahr für die Banken darstellen, welche andererseits als Geschäftsmodellerweiterungen zu betrachten sind und welche Reaktionsmöglichkeiten auf die Konkurrenz bestehen. Die Studie wird zeigen, dass die Rechnung als zentrales Dokument in digitaler Form eine wichtige Rolle spielt.

Die Autoren

Felix Lemmer arbeitet als Senior Consultant bei der Bonpago GmbH. Als Verantwortlicher für den Themenschwerpunkt Financial Supply Chain Management liegt sein inhaltlicher Fokus auf der Optimierung der Financial Supply Chain, insbesondere der Optimierung des elektronischen Rechnungsaustauschs im Privatsektor. Er studierte an der Wolfgang Goethe Universität Frankfurt Betriebswirtschaft mit den Schwerpunkten Finanzen und Wirtschaftsinformatik.

> f.lemmer@bonpago.de



Dr. Donovan Pfaff ist Gründer und Geschäftsführer der Bonpago GmbH. Er war vier Jahre am Lehrstuhl für Electronic Commerce in Kooperation mit der SAP AG beschäftigt. Das Thema seiner Dissertation war „Financial Supply Chain Management, die Optimierung der Finanzprozesse in und zwischen Unternehmen“. Dr. Donovan Pfaff studierte Betriebswirtschaftslehre mit den Schwerpunkten E-Commerce, Wirtschaftsinformatik und Marketing in Frankfurt. Er hat zahlreiche Publikationen und Studien auf dem Gebiet der elektronischen Rechnungsstellung erstellt, u. a. das Buch Financial Supply Chain Management. Dr. Donovan Pfaff hat Beratungserfahrung in der Industrie, bei Banken und in der öffentlichen Verwaltung.

> pfaff@bonpago.de

