

Wir sind nicht ängstlich? Banken im Wettstreit mit anderen Zahlungsverkehrs-Dienstleistern

Zahlungsverkehrssymposium der Deutschen Bundesbank
Frankfurt am Main, 15. Juni 2015

Jeder Mensch hat etwas, das ihn antreibt.

Wir machen den Weg frei.

Dr. Andreas Martin





"Die Finanzinnovationen des letzten Vierteljahrhunderts haben *keinen* sozialen und ökonomischen Gewinn gebracht –
mit einer *Ausnahme*:
dem Geldautomaten."

Paul Volcker

Laut http://de.wikiquote.org/wiki/Paul_Volcker aus Times Online, 9. Dezember 2009, Übersetzung: Wolfgang Münchau: Was leisten Banken? Financial Times Deutschland, 6. Januar 2010.



Genossenschaftsbanken sind Multikanalbanken



Jeder Mensch hat etwas, das ihn antreibt.

Wir machen den Weg frei.



19.614 Geldautomaten



20.444 Kontoauszugsdrucker



16.400.000 Online-Banking Konten

Strukturzahlen der Volksbanken Raiffeisenbanken



Jeder Mensch hat etwas, das ihn antreibt.

Wir machen den Weg frei.

	31.12.2014
Anzahl der Kreditgenossenschaften	1.047
Bilanzsumme in Mio. Euro	788.000
Gezahlte Steuern in Mio. Euro	2.083
Jahresüberschuss nach Steuern in Mio. Euro	2.325
Mitarbeiter	161.500
Mitglieder	18.025.000



Nähe bleibt, digital kommt hinzu

Jeder Mensch hat etwas, das ihn antreibt.

Wir machen den Weg frei.

Zahl der Institute

1.047 (-31)

Onlinekonten

16,4 Mio.

Bankstellen

12.770 (-286)

Apps

3,6 Mio.



SB-Zweigstellen

3.434 (-2)

Besucher **vr.de** pro Monat

0,6 Mio.

„KundenFokus 2015“ – „web Erfolg“ Internet-Auftritt der Volksbanken Raiffeisenbanken wurde aktualisiert



Jeder Mensch hat etwas, das ihn antreibt.

Wir machen den Weg frei.

- Einheitlicher **Styleguide** im webCenter und **Online-Finanzstatus** umgesetzt
- Einführung der neuen **webBank+** bei Volksbanken Raiffeisenbanken
- **vr.de** als zentrale Plattform der genossenschaftlichen FinanzGruppe mit neuer Ansprechpartnersuche und Tiefenverlinkung zur Ortsbank
- Der **Online-Abschluss** von Bank- und Allfinanzprodukten ist stärker im Fokus

Volksbanken Raiffeisenbanken

Privatkunden Firmenkunden Junge Leute Karriere Suche EN | TR

Ihre Ziele Unsere Produkte Was wir anders machen Mitgliedschaft Filialsuche

Weitersagen: Social Media Dienste aktivieren (Datenschutz)

Videoportal

Genossenschaftliche Beratung: Verständlich erklärt

Genossenschaftliche Beratung: Verständlich erklärt von den Volksbanken Raiffeisenbanken

Was Sie auch antreibt, wir beraten Sie individuell, fair, transparent und auf Augenhöhe: Erfahren Sie mehr darüber, was unsere genossenschaftliche Beratung so einzigartig macht.

Diese Themen könnten Sie auch interessieren

- [Genossenschaftliche Beratung](#)
- [Genossenschaftliche FinanzGruppe](#)
- [Mitgliedschaft](#)

Finanzthemen verständlich erklärt

- Genossenschaftliche Beratung: Verständlich erklärt
- Zukunftsvorsorge: Verständlich erklärt
- Genossenschaftliche Beratung für junge Leute: Verständlich erklärt

Kundenverhalten verändert sich, Kundenbedürfnisse jedoch nicht



Jeder Mensch hat etwas, das ihn antreibt.

Wir machen den Weg frei.

Der Alltag wird zunehmend digitaler

- Digitalisierung beeinflusst die Art, wie Menschen zahlen wollen
- Kunden wollen kaufen, nicht zahlen
- Technik verändert sich schneller als die menschlichen Gewohnheiten
- Erfolgsfaktor für Banken ist die Kundenbeziehung

B2C-E-Commerce Markt Deutschland 2010-2015



Quelle: HDE, GfK, HDE-Prognose 2015 (2015)

Der Bedarf bleibt unverändert

Bezahlen



Verwalten



Sicher



Bequem



Banken müssen **in Produkt-Lösungen statt Infrastrukturen denken**

Zahlreiche neue Wettbewerber betreten den Markt – zunehmend über die Nutzung der Bankeninfrastruktur



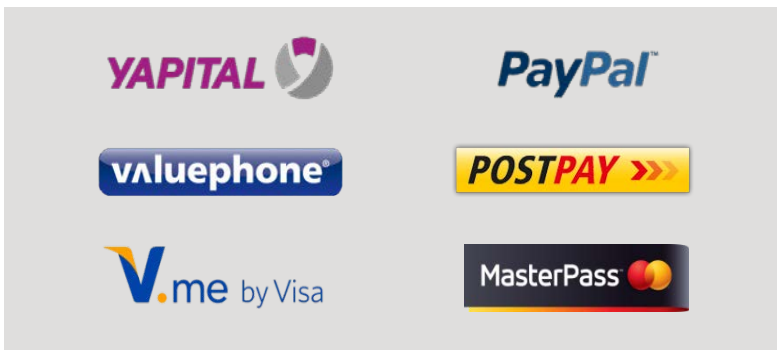
Jeder Mensch hat etwas, das ihn antreibt.

Wir machen den Weg frei.

Mehrwertleistungen



Verbraucherfreundlichkeit



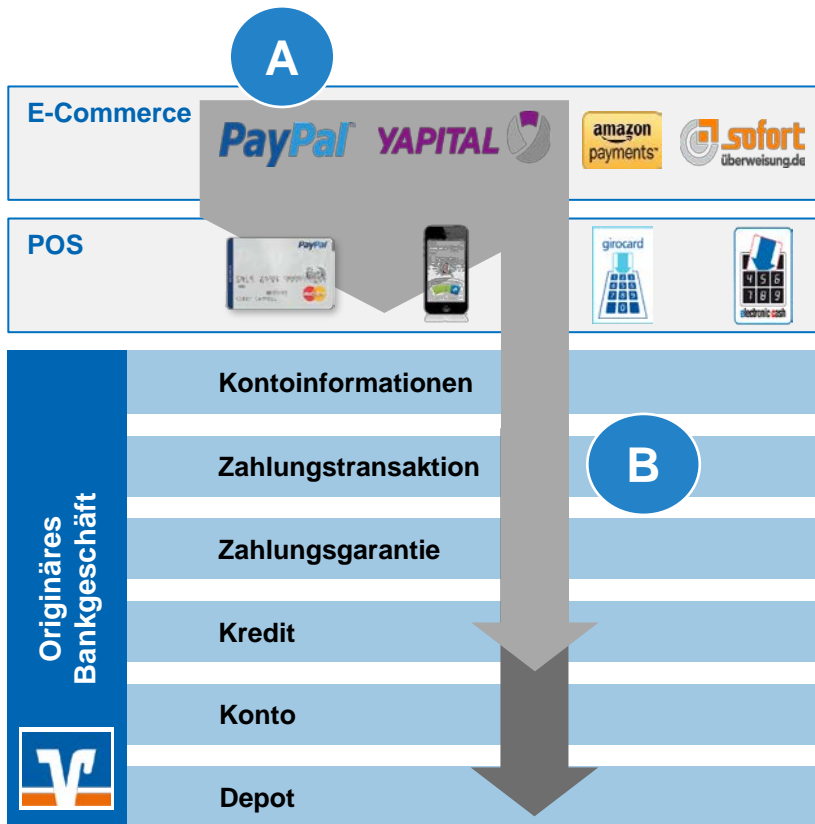
Architektur und Technik

Erlöse und Gebühren

Neue Zahlungsanbieter beabsichtigen mit innovativen Geschäftsmodellen in die Kerngeschäftsfelder der Banken vorzudringen

Jeder Mensch hat etwas, das ihn antreibt.

Wir machen den Weg frei.



A Bedrohung des POS-Geschäftes der Banken

- Heutige Zahlungsanbieter aus dem E-Commerce drängen auf den stationären Markt
- Internetfähige Lösungen dienen als Brücke (z.B. Mobile Apps)

B Bedrohung der Kundenbeziehung der Banken

- Wettbewerber dringen in Wertschöpfung der Banken ein
- Zahlungsverkehr dient zunehmend als Startpunkt für das Angebot von banknahen Mehrwertleistungen, z.B. Finanzierungen



Erheblicher Kunden- und Kundenwertverlust

Ziel: Positionierung der genossenschaftlichen FinanzGruppe mit einem wettbewerbsfähigen und für die Kunden komfortablen Internet-Bezahlverfahren



Jeder Mensch hat etwas, das ihn antreibt.

Wir machen den Weg frei.



Bankkonto weiter als „Heimat des Geldes“ verankern

- bestehender Vertrauensvorsprung beim Kunden
- Sicherheit, Expertise und direkter Zugang als Differenzierungsmerkmale
- Zahlungsverkehr verstärkt als strategisches Geschäftsfeld positionieren

paydirekt stellt die Bankbeziehung beim Bezahlen (wieder) in den Mittelpunkt

-> Mit der Entscheidung der Sparkassen auch an paydirekt teilzunehmen, ist breite Nutzungsmöglichkeit durch nahezu alle Bankkunden gewährleistet.

Gegenüber anderen Bezahlverfahren bietet paydirekt den Teilnehmern wesentlichen Zusatznutzen



Jeder Mensch hat etwas, das ihn antreibt.

Wir machen den Weg frei.

KÄUFER

- **Bequemes Bezahlen** ohne Umwege mit „meinem Konto“
- paydirekt setzt auf **bewährten, sicheren Bankverfahren** auf
- paydirekt **verbindet Kundenbedürfnisse perfekt**: einfach schnell und sicher
- paydirekt bietet **Käuferschutz**: Datenanonymität & Rückbuchung bei Nichtleistung des Händlers
- **Ansprechpartner bei der Bank vor Ort** und bei paydirekt



HÄNDLER

- Vertrieb über die **deutschen Banken und Sparkassen** sowie Vermittler
- Große Zielgruppe & schnelle Registrierungsmöglichkeiten für Kunden erhöhen **Reichweite**
- Endlich eine **starke Marktalternative zu PayPal**
- Abwicklung über das Bankkonto, **keine Umwege und Bündelung bei Dritten (PayPal)**
- Umfangreiche Produktservices und flexible Schnittstellen erleichtern die **Anbindung und Integration in Shop-Systeme**

VOLKSBANKEN RAIFFEISENBANKEN

- **Positionierung in Wachstumsmärkten**
E-Commerce & Multi-Channel-Handel
- **Kundenbindung** (Privatkunden und Händler)
- **Begegnung von Wettbewerbern aus dem E-Commerce Umfeld**: vgl. PayPal, Apple, Google, Facebook mit Banklizenz
- Geschäftsbesorger **übernimmt** einen Großteil der **operativen Leistungen**
- In Ausbaustufen **erweiterbar um banknahe Dienstleistungen (z.B. Finanzierungen)**

-> **Marktstart von paydirekt bis zum Weihnachtsgeschäft 2015**

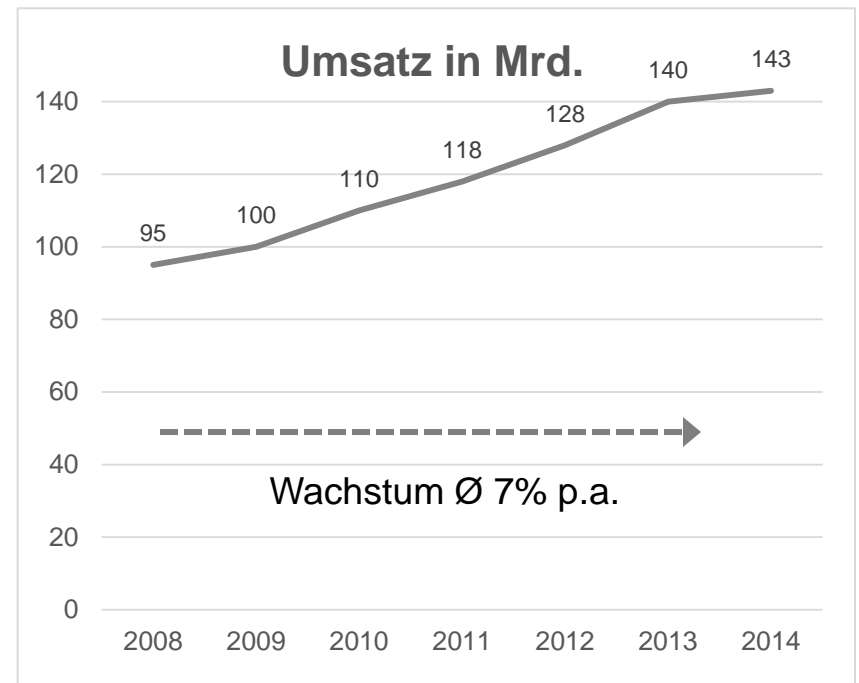
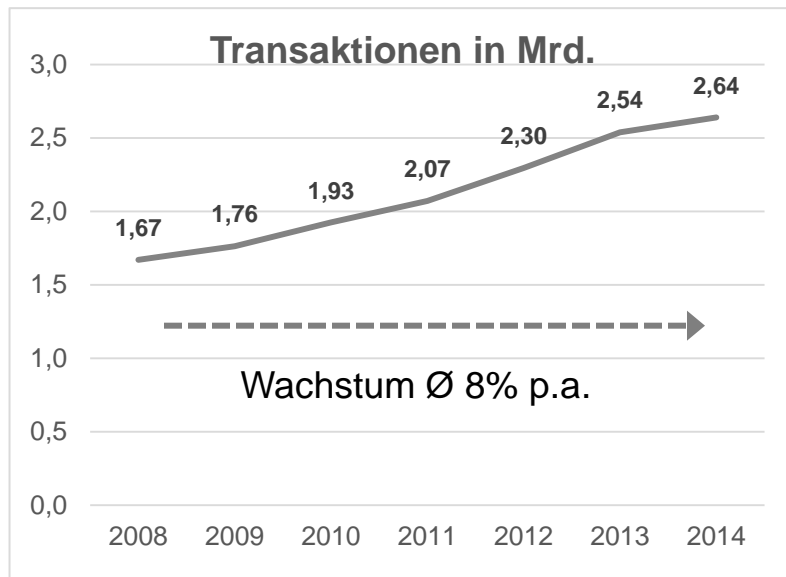
Aber: Die Bankkunden schätzen beim Bezahlen auch weiterhin das Bewährte

Jeder Mensch hat etwas, das ihn antreibt.

Wir machen den Weg frei.

girocard ist mit Abstand das größte Debitkartensystem in Deutschland und dabei sehr erfolgreich:

- Über 100 Mio. girocards (DK weit)
- Umsatz 2014: >143 Mrd. Euro
- Transaktionen: > 2,6 Mrd. Stück



Die Karte bleibt ein sehr wichtiger Kontaktpunkt zu unseren Kunden!

Die girocard ist das „Girokonto in der Hosentasche“



Jeder Mensch hat etwas, das ihn antreibt.

Wir machen den Weg frei.



Die Debitkarte ist ein multifunktionales Produkt

Weit mehr als Zahlungsmittel am POS:

- Bargeldbezug am GA
- Legitimationsinstrument am Kontoauszugsdrucker und Selbstbedienungsterminal
- TAN-Generator für das Online-Banking
- Vorbereitet für Bonuspunkte und Ticketing
- Etc.

Geeignetes Marketing-Instrument

Über die Bankkarte steht der Kunde durchschnittlich jeden zweiten Tag in Kontakt mit seiner Bank.

Geeignetes Instrument für den Massenmarkt

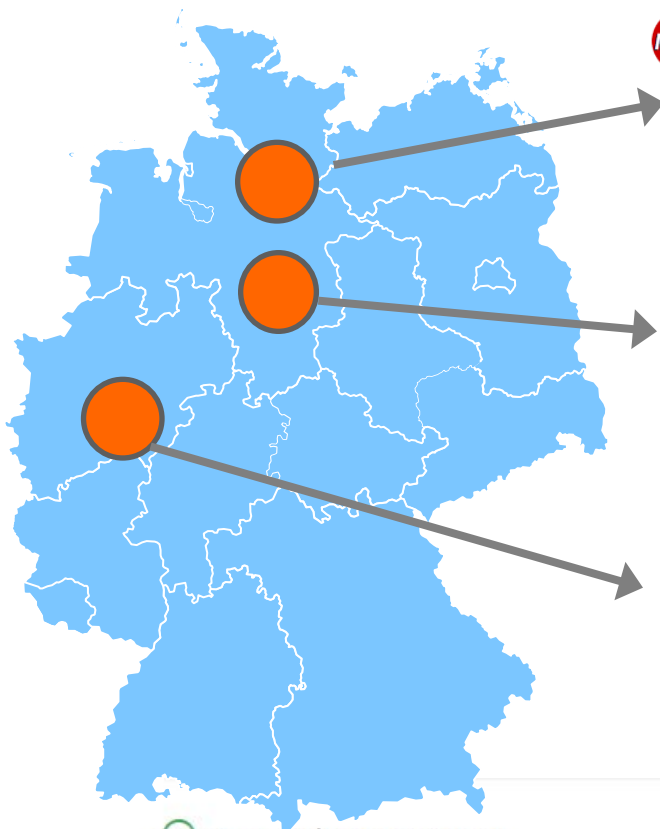
- Der Umgang mit der Bankkarte ist für den Kunden geübte Praxis
- kontaktlose/mobile Anwendungen ergänzen künftig haptische Karte

Die genossenschaftliche FinanzGruppe hat in verschiedenen Pilotregionen innovative Konzepte / Bezahlverfahren eingeführt



Jeder Mensch hat etwas, das ihn antreibt.

Wir machen den Weg frei.



➤ **Hamburger Volksbank**

- Start: Anfang 2012
- Träger: kontaktlose Kreditkarten, PaySticker auf Handy, micro SD-Karte für Smartphone



➤ **girogo / 4 Volksbanken und Sparkassen**

- April 2012
- Träger: GeldKarte-Chip auf VR-BankCard



➤ **Dortmunder Volksbank**

- Start: März 2013
- Träger: Mobile Payment mit dem Smartphone (sichere Verankerung Kreditkartendaten auf SIM-Karte)

➤ **Kartenakzeptanz via iZettle**

- DZ Bank mit über 320 Volksbanken Raiffeisenbanken // Start: Anfang 2013

✓ Super mobil und super schnell

✓ Nehmen Sie bis zu 25.000€ pro Tag an

✓ Akzeptieren Sie alle gängigen Karten



Zusätzlich: Kartenregie App

- Start 2014: Alertfunktion bei Karteneinsatz

Mehr Information



Herkules mit Kaskaden; © Stadt Kassel; Foto: Elke Bremer

Deutsche Kreditwirtschaft wird ab der 2. Jahreshälfte 2015 gemeinsam Produktinnovationen in Kassel testen:

- kontaktlos Bezahlen mit der girocard
- dynamische Limitverwaltung durch den Karteninhaber
- vereinfachte Akzeptanzterminals für Händler
- girocard im Internet
- etc.

Fazit: Banken sind innovativer als vielfach angenommen. Das commitment der Banken ist zumeist deutlich langfristiger



Jeder Mensch hat etwas, das ihn antreibt.

Wir machen den Weg frei.

- EU-Gesetzgeber muss für level playing field im Zahlungsverkehr sorgen.
- Zahlungsverkehrslösungen von Drittanbietern, die auf Regulierungsarbitrage basieren, sind keine Innovationen sondern – staatlich geduldeter – unfairer Wettbewerb.
- Aktuelle EU-Regulierung greift massiv in Erlösquellen der Banken ein, aber Weiterentwicklung der Zahlungsverkehrsinfrastruktur wird erwartet.
- Die Banken werden Investitionen in ihre Zahlungsverkehrsangebote noch stärker business case orientiert gestalten müssen.
- Universelle Einsetzbarkeit der girocard, die große Anzahl von Akzeptanzstellen und Karteninhabern sind weiterhin wesentliche Produktvorteile.
- girocard ist damit auch für die Zukunft marktgerecht und regulatorisch konform aufgestellt und ist offen für Kooperationen.
- Wettbewerb im Internet-Zahlungsverkehr wird mit paydirekt belebt.

Und übrigens, Bargeld können wir auch ...

Dr. Andreas Martin
Vorstand BVR
+49 30 2021 1000
a.martin@bvr.de



Quelle: Deutsche Bundesbank