

Pressekontakt:

Capgemini
Achim Schreiber
Kurfürstendamm 21
10719 Berlin
030 88703-731
achim.schreiber@capgemini.com

World Retail Banking Report 2009: Preise für Bank-Dienstleistungen sinken weiter

Nutzer von Online-Banking zahlen ein Drittel weniger als Kunden am Bankschalter

Berlin, 18.Mai 2009. Der Preisindex für alltägliche Bank-Dienstleistungen ist 2008 um zwei Prozent gesunken – auf einen globalen Durchschnitt von 70,30 Euro. Im asiatisch-pazifischen Raum sind die Preise mit 54,30 Euro am günstigsten, in den europäischen Ländern außerhalb der Euro-Zone mit 76,60 Euro am teuersten. Dies zeigt der sechste World Retail Banking Report, der vom Beratungsunternehmen Capgemini, der Finanzgruppe UniCredit und der European Financial Management and Marketing Association (EFMA) herausgegeben wurde.

Der World Retail Banking Report 2009 untersucht auf der Grundlage der Daten von mehr als 200 Banken in 26 Ländern die Preise für alltägliche Bankdienstleistungen. Zugrundegelegt sind die Nutzergewohnheiten eines normal aktiven Kunden sowie die Besonderheiten der nationalen Märkte.

Weltweit sind die durchschnittlichen Preise gefallen

„Auch in Deutschland profitieren die Kunden von insgesamt leicht sinkenden Preisen für ihre alltäglichen Bankdienstleistungen. Für die Finanzinstitute kommt es gerade in der derzeitigen Wirtschaftslage darauf an, attraktive Kundenangebote zu machen, die aber gleichzeitig in ein nachhaltig profitables Geschäftsmodell münden“, so Klaus-Georg Meyer, Leiter Financial Services bei Capgemini Consulting. In der weltweiten Betrachtung sind die Service-Preise der Banken in den meisten Regionen leicht gefallen: um 1,4 Prozent in Nordamerika, um 2,3 Prozent in der Region Asien-Pazifik und sogar um 6,1 Prozent in der Eurozone (hier maßgeblich beeinflusst durch einen drastischen Preisrückgang von 33 Prozent in Irland aufgrund der Einführung von

Paketangeboten sowie einem Preisrückgang in Spanien um 7,2 Prozent). In den europäischen Ländern außerhalb der Eurozone, wozu auch Russland gerechnet wird, gab es dagegen einen leichten Preisanstieg von 1,6 Prozent gerechnet für das lokale Profil eines aktiven Kunden. In sämtlichen Regionen hatte der Zahlungsverkehr auch 2008 den größten Anteil an der Gebührenstruktur; er variiert jedoch stark, nämlich von 66 Prozent in Nordamerika bis 47 Prozent im Raum Asien-Pazifik.

Internet-Nutzer zahlen 31 Euro weniger als Kunden am Schalter

In den meisten untersuchten Ländern sind inzwischen Preisstrategien umgesetzt worden, die Internet-Services zu günstigeren Preisen anbieten als die Dienstleistungen am Bankschalter. Einige Banken in den nordischen Ländern haben für das Online-Banking sogar extrem attraktive Preisvorteile geschaffen. Im globalen Durchschnitt zahlen Internet-Nutzer 31 Euro (34 Prozent) weniger als Bankkunden am Schalter, nämlich 60,80 Euro, wenn sie nur das Online-Banking nutzen, gegenüber 91,90 Euro für den ausschließlichen Service am Bankschalter.

SEPA-Zahlungsverkehr sorgt weiterhin für Kostensenkung in der Eurozone

Die allgemeine Erwartung, dass der einheitliche Zahlungsverkehrsraum SEPA (Single Euro Payments Area) in der Eurozone zu mehr Wettbewerb und niedrigeren Preisen führen würde, ist nicht enttäuscht worden: Seit 2006 sind in der Eurozone die Preise im Zahlungsverkehr jährlich um rund 3,6 Prozent gefallen. Im Berichtsjahr 2008 gingen die Preise hier von 60,90 Euro auf 57 Euro zurück, während sie in der übrigen Welt relativ stabil blieben (Minus 0,70 Euro).

Preise sinken über die nächsten fünf Jahre weiter

Laut World Retail Banking Report ist zu erwarten, dass die allgemeinen Bankenumsätze kurzfristig zurückgehen. Daher werden erfolgsorientierte Institute daran denken, dass das Kernbankgeschäft das Rückgrat für ihre Kundenbeziehungen darstellt. Der Preisrückgang, der im letzten Jahr 2 Prozent und seit 2005 jährlich rund 1,2 Prozent ausmachte, wird sich voraussichtlich weitere fünf Jahre lang fortsetzen.

Der vollständige World Retail Banking Report 2009 kann unter der folgenden

Internetadresse heruntergeladen werden:

http://www.de.capgemini.com/m/de/tl/World_Retail_Banking_Report_2009.pdf.

Über Capgemini

Capgemini, einer der weltweit führenden Dienstleister für Management- und IT-Beratung, Technologie-Services sowie Outsourcing, ermöglicht seinen Kunden den unternehmerischen Wandel durch den Einsatz von Technologien. Als Dienstleister stellt Capgemini Wissen und Fähigkeiten zur Verfügung, um seinen Kunden die notwendigen Freiräume für Wachstum und geschäftlichen Erfolg zu schaffen. Ein wesentliches Element dafür ist die besondere Form der Zusammenarbeit, genannt Collaborative Business Experience. Über das globale Liefermodell Rightshore® arbeiten bei Capgemini die kompetentesten Mitarbeiter aus den unterschiedlichen Niederlassungen weltweit als ein Team zusammen, um für die Kunden die optimale Lösung zu erzielen.

Capgemini beschäftigt in mehr als 30 Ländern über 90.000 Mitarbeiter und erzielte 2008 einen Umsatz von 8,7 Milliarden Euro. Mehr Informationen finden Sie unter <http://www.de.capgemini.com>

Über UniCredit

Mit einem Gesamtkapital von über 1000 Mrd. Euro zählt UniCredit zu den führenden Finanzgruppen in Europa. Sie ist zum Stand 30. September 2008 in 22 Ländern mit rund 10.000 Filialstellen präsent und beschäftigte 177.000 Mitarbeiter, die für mehr als 40 Millionen Kunden im Einsatz sind.

In der Region Mittel- und Osteuropa betreibt UniCredit das größte internationale Bankennetz mit über 3.400 Zweigstellen und Niederlassungen. Mehr Informationen unter: www.unicreditgroup.eu

Über EFMA

Die European Financial Management & Marketing Association ist die führende Organisation für Banken, Versicherungsunternehmen und Finanz-Institutionen in Europa. EFMA ist eine Non-Profit Organisation die 1971 gegründet wurde und heute mehr als 2.450 verschiedene Marken aus der Finanzdienstleisterwelt umfasst, darunter 80 Prozent der größten europäischen Banken-Gruppen. Für weitere Informationen, besuchen Sie bitte www.efma.com

Rightshore® ist ein geschütztes Markenzeichen im Besitz von Capgemini.