

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

Capgemini World Retail Banking Report: Trend zu globalen Geschäftsmodellen

Berlin/Amsterdam, 9. Mai 2007 – Die durchschnittlichen jährlichen Kosten für alltägliche Bankdienstleistungen eines aktiven Kunden in der Euro-Zone sind im Jahresverlauf um 1,8 Prozent auf nun 72 Euro gesunken. Rechnet man hingegen massive Preissenkungen in Spanien (minus 31 Prozent) heraus, wäre ein Anstieg um 1,9 Prozent zu verzeichnen gewesen. Im weltweiten Mittel zahlen die Kunden 77 Euro, wobei die Preise in Asien um 2,9 Prozent stiegen (44 Euro), in der Nicht-Euro-Zone um 1,3 Prozent höher als im Vorjahr lagen (84 Euro) und in Nordamerika gleich blieben (72 Euro). So lautet das Ergebnis des vierten World Retail Banking Reports der Unternehmensberatung Capgemini gemeinsam mit der ING Bank und EFMA (European Management and Marketing Association).

Teurere Schalterdienste, billigeres Online-Banking

Preistreiber in der Euro-Zone waren in erster Linie höhere Gebühren für Schaltertransaktionen, so beispielsweise sieben Prozent mehr Kosten für Bareinzahlungen oder acht Prozent mehr für Barabhebungen am Schalter. *„Immer deutlicher versuchen die Banken das Kundenverhalten über Preise zu steuern. Die Kontoinhaber sollen verstärkt das Selbstbedienungsterminal oder Online-Banking nutzen und die persönliche Beratung in der Filiale nur für höherwertige Dienstleistungen in Anspruch nehmen“*, so Dr. Hubertus von Poser, Principal bei Capgemini Consulting. Der Löwenanteil der Kosten mit rund 60 Prozent besteht für deutsche Bankkunden insgesamt aus den Kontoführungsgebühren. Nur in Italien ist dieser Anteil höher. Dafür nimmt der reine Zahlungsverkehr hierzulande im internationalen Vergleich eine kleine Position ein.

Single Euro Payments Area wirft Schatten voraus

Bereits im Vorfeld des einheitlichen Zahlungsverkehrsraums (Single Euro Payments Area – SEPA) hat die voranschreitende europäische Integration zu einer Preisreduktion für elektronische Zahlungsverkehrsprodukte geführt. Im Jahr 2007 zahlen die Einwohner der Euro-Zone, die identisch ist mit der SEPA-Zone, im Durchschnitt 45 Euro für die Inanspruchnahme von bargeldlosen Zahlungsmitteln wie Kreditkarte, Debitkarte oder Überweisung. Im vergangenen Jahr betrug dieser Anteil noch 47 Euro. Auch wenn hier das massiv gesunkene Preisniveau in Spanien erneut leicht statistisch verzerrt: *„Die SEPA wirft ihren Schatten voraus und die Banken versuchen ihre Kunden durch geeignete Preisangebote vom teuren Bargeld abzubringen“*, so von Poser.

Banken wollen globale Geschäftsmodelle einführen

Insgesamt möchten die Retail Banken nach Ergebnissen des World Retail Banking Reports ihre Geschäftsmodelle immer internationaler aufstellen. Während derzeit weniger als zehn Prozent der Privatkundeninstitute auf globaler Ebene arbeiten, planen dies für die nächsten fünf Jahre bereits ein Drittel. Hinzu kommen noch 42 Prozent, die eine Teillösung anstreben (heute 54 Prozent). Letztere könnte darin bestehen, dass organisatorische Aufgaben und Funktionen wie Management, Marketing, Backoffice-Tätigkeiten, IT sowie sonstige Unterstützungsfunktionen grenzüberschreitend betrieben werden. In einem vollständig globalen Modell wären alle Abteilungen betroffen.

Für die Einführung von globalen Geschäftsmodellen sprechen dabei nicht in erster Linie niedrigere Kosten – diese folgen erst auf Rang drei. Stattdessen versprechen sich Retail Banken von dieser Strategie viel mehr ein höheres Umsatzwachstum und einen verbesserten Kundenservice. Dabei bilden nach dem World Retail Banking Report fünf Erfolgsfaktoren das Grundgerüst für ein global funktionierendes Geschäftsmodell: Eine internationale Führungs-Struktur, konsistente Markt- und Produktstrategien, Vorabinvestitionen in die IT-Transformation, eine überzeugende Mitarbeiter-Vision und Fokus auf die Durchführungsqualität.

Die vollständige Studie finden Sie unter:

http://www.de.capgemini.com/m/de/tl/World_Retail_Banking_Report_2007.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. Grundlage ist eine besondere Form der Zusammenarbeit: Collaborative Business Experience. Capgemini beschäftigt weltweit rund 75.000 Mitarbeiter und erzielte 2006 einen Umsatz von 7,7 Milliarden Euro. Mehr Informationen finden Sie unter <http://www.de.capgemini.com>

Über ING

ING ist ein globaler Finanzdienstleister mit niederländischer Herkunft. Das Unternehmen bietet Bankdienstleistungen, Versicherungen und Asset Management für über 60 Millionen Privat- und Firmenkunden sowie Institutionen in über 50 Ländern an. Mit rund 112.000 Mitarbeitern vereint ING ein breites Spektrum an bekannten Unternehmen, die ihre Kunden unter der gemeinsamen Marke ING bedienen. Für mehr Informationen über die Produkte und Leistungen von ING besuchen Sie bitte www.ing.com.

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 2.100 verschiedene Marken aus der Finanzdienstleisterwelt umfasst, darunter 80 Prozent der größten europäischen Banken-Gruppen. Für weitere Informationen, besuchen Sie bitte www.efma.com.