



Studie
**Zahlungsverkehr
& Banken**
Auszug aus der Gesamtstudie

Wir denken an alles für Ihren Erfolg!

MARKETAGENT.COM

emotion banking®
ANALYTIK. BERATUNG. INNOVATIVES MARKETING.

P: +43 2252 25 48 45 «» F: +43 2252 25 48 27 «» www.emotion-banking.com
Theaterplatz 5 «» A-2500 Baden «» christian.rauscher@emotion-banking.at



Expertenbefragung: Zahlungsverkehr und Banken

Durchführung	emotion banking®
Erhebungsmethode	Befragung mittels elektronischen Fragebogen: Personalisierte E-Mail Einladung an Direktoren, Vorstände, Geschäftsleiter
Fragen	Strukturierter Fragebogen: 130 geschlossene Fragen, 17 offene Fragen
Skalierung	5er Intervall 1 = sehr starke Zustimmung (z.B. trifft sehr zu, wird stark zunehmen) 5 = sehr starke Ablehnung (z.B. trifft gar nicht zu, wird stark abnehmen)
Grundgesamtheit (Österreich)	Alle österreichischen Banken aus den dezentralen Sektoren
Erfolgreiche Befragung (Österreich)	132 Führungskräfte
Position der Befragten (Österreich)	Position: 61% der ersten Führungsebene / 25% zweite Ebene / 9% Stabstellen 3% Backoffice & Marktfolge / 2% Front Office Markt
Befragung Deutschland	53 befragte Führungskräfte
Erhebungszeitraum	08.10. - 18.10.2013
Kooperationspartner	marketagent; Mag. Thomas Schwabl (Durchführung einer Kundenbefragung in Österreich)



Sicherung des Kontos und Ertragssteigerung als zentrale Herausforderung

Für die Befragten sind die Themen Sicherung des Kontos als Ankerprodukt, Erkennung der Cross Selling Chancen, Verbesserung der Kundenkenntnis sowie Ertragssteigerung die Top Themen im Bereich Zahlungsverkehr. Auch Einlagensicherung steht auf der ToDo Liste der österreichischen Banken.

Der Anteil der Sichteinlagen in Relation zu Gesamteinlagen der Bank ist in den vergangenen 3 Jahren moderat bis stark gestiegen. 26% der Befragten rechnen mit der Fortsetzung des Trends in den kommenden 3 Jahren. 36% der Experten schätzen den aktuellen Anteil der Sichteinlagen an Gesamteinlagen in ihrer Bank auf unter 20%, 55% der Befragten – auf 21 bis 40%, 8% der Befragten – auf über 40%.

Investiert wird vor allem in Geldausgabeautomate / Bankomate. Zutrittssysteme und SB-Überweisung liegen knapp vor Cash Recycling.

Immer mehr Transaktionen werden bargeldlos abgewickelt

Fast alle befragten Experten berichten von einer Steigerung der Anzahl der bargeldlosen Transaktionen in ihren Banken in den vergangenen 3 Jahren. Das deckt sich mit den Aussagen der Kunden: 60% der befragten Kunden zahlen heutzutage seltener mit Bargeld als vor 10 Jahren.

Auch bargeldlose Überweisungen erfreuen sich über große Beliebtheit, vor allem Online-Überweisungen und Überweisungen in der SB-Zone der Filiale. Mobile Überweisungen stecken noch in Kinderschuhen, werden aber künftig an Bedeutung gewinnen. Die Bedeutung der Filiale als Stelle zur Abwicklung der Bankgeschäfte wird weiter schwinden.

Nichtbanken sind Top Innovatoren im Bereich bargeldloser Zahlungsverkehr

Digitaler Strukturwandel stellt klassische Banken vor große Herausforderungen vor allem im Bereich bargeldloser Zahlungsverkehr. Nichtbanken (Google, Apple, Pay Pal, Kreditkartenanbieter sowie große Telekommunikationsunternehmen) werden von der Mehrzahl der befragten Experten als treibende Kraft bei Entwicklung innovativer Zahlungsverkehrslösungen gesehen. Die Hälfte der Befragten Experten sehen auch Raiffeisen, die Erste Bank sowie Direktbanken in der Lage, eine angemessene Antwort auf die voranschreitende Digitalisierung und veränderte Nutzererwartungen zu geben.

Generell gilt, dass Nichtbanken immer mehr die bisher von klassischen Banken dominierte Wertschöpfungskette im Zahlungsverkehr aufbrechen. Sie bieten moderne Front-End-Lösungen an und mischen sich darüber hinaus bei der Abwicklung der Bankgeschäfte ein.



Die Auswirkung dieser Entwicklung auf Marktanteile der Banken wird davon abhängen, welche Rolle sie im digitalen Wettbewerb annehmen. Mit kreativen und innovativen Konzepten für den bargeldlosen und mobilen Zahlungsverkehr werden die Banken ihre Position im Verdrängungswettbewerb stärken können. Im Bereich mobiler Zahlungsverkehr sieht sich der Sparkassensektor als Innovator. Raiffeisen sieht sich eher als früher Folger, Volksbankensektor – als später Folger.

Sicherheitsfaktoren und Kosten der Entwicklung werden als größte Hemmnisse der Entwicklung innovativer Zahlungsverkehrslösungen genannt. Technische Entwicklung, Verbreitung mobiler Endgeräte und der Internetnutzung sowie Bequemlichkeit und Schnelligkeit der Abwicklung sind nach Meinung der Experten die größten Innovationstreiber.

Für die Kunden bleibt das Bargeld das meistbenutzte Zahlungsmittel beim Einkauf

Könnte man allerdings in der Zukunft nur noch 1 bestimmtes Zahlungsmittel verwenden, so wäre eine Bankomatkarte die Wahl Nr. 1. Experten bevorzugen bargeldlose Zahlungen.

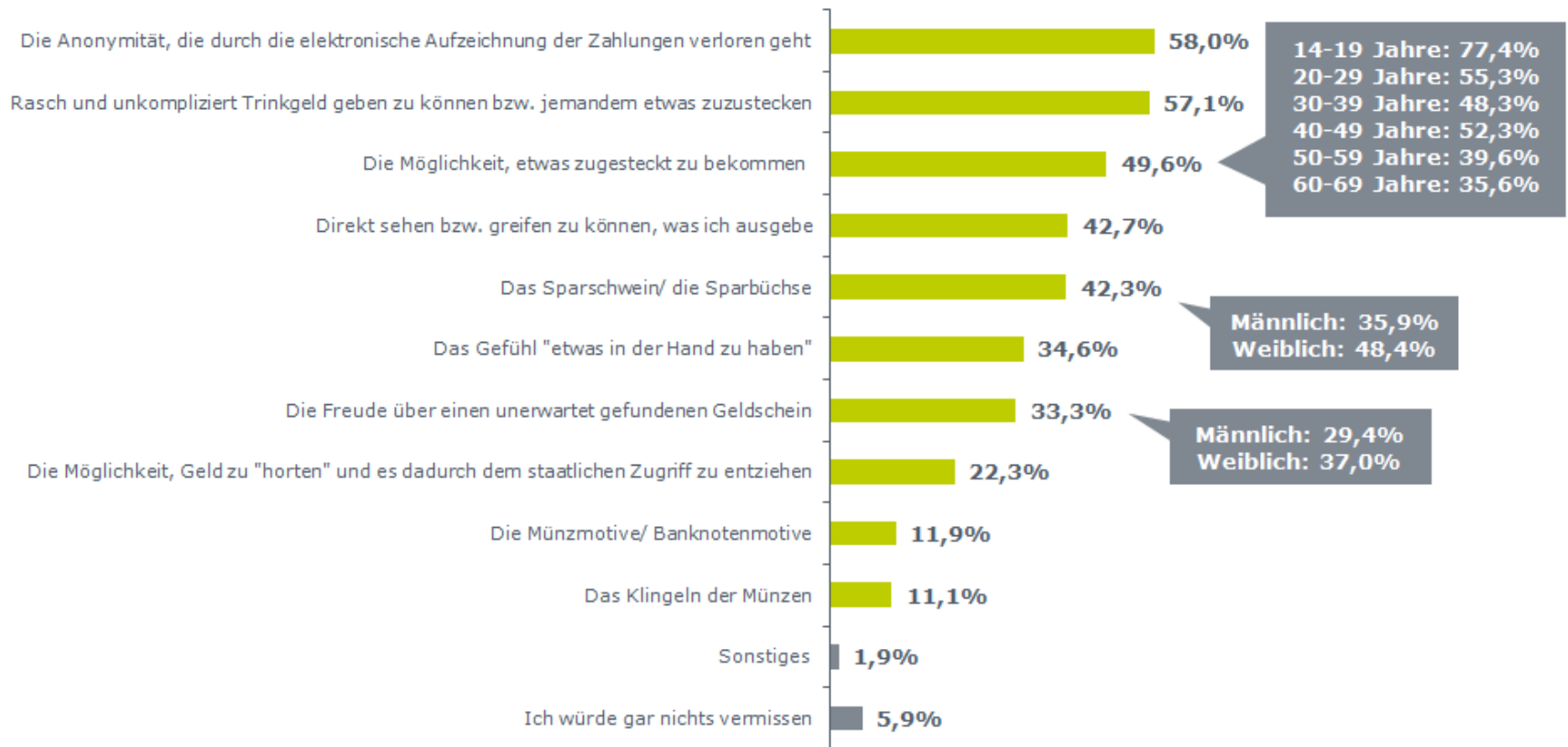
Die meisten Experten (75%) sehen im Bargeld ein Mittel zum Zweck. Die Kunden scheinen eine große emotionale Bindung an das Bargeld zu haben. Für sie hat Bargeld Tradition (54%), ist praktisch (50%), gibt ein Gefühl, etwas Greifbares zu besitzen (46%), und ein Gefühl der Unabhängigkeit (38%).

Eine bargeldlose Gesellschaft in Österreich bleibt illusorisch

Sollte eine bargeldlose Gesellschaft doch Realität werden, so wird es zwischen 2020 und 2030 soweit sein. Für mehr als die Hälfte der befragten Kunden (51,9%) überwiegen bei einer bargeldlosen Gesellschaft die Nachteile. Sie befürchten die Zunahme der digitalen Kriminalität, Auslieferung an die Technik, die vor allem bei älteren Personen zu Problemen führen kann, sowie die Entwicklung zum Überwachungsstaat. Die Experten schätzen die Gefahren ähnlich ein wie die Kunden. Als Vorteile nennen die Experten die Lösung des Problems der Geldfälschung, sie sehen bargeldlose Zahlungsmittel als platzsparend, bargeldlose Zahlungen – als praktisch, schnell und einfach.



Was würden Sie in einer bargeldlosen Gesellschaft vermissen?





Nicht-Banken als Top-Innovatoren im Bereich bargeldloser Zahlungsverkehr; bestehende Fintechs weitgehend unbekannt!

Wie sehr trauen Sie den Folgenden Unternehmen zu, den bargeldlosen Zahlungsverkehr mit Innovationen zu verändern?



Angaben in Prozent

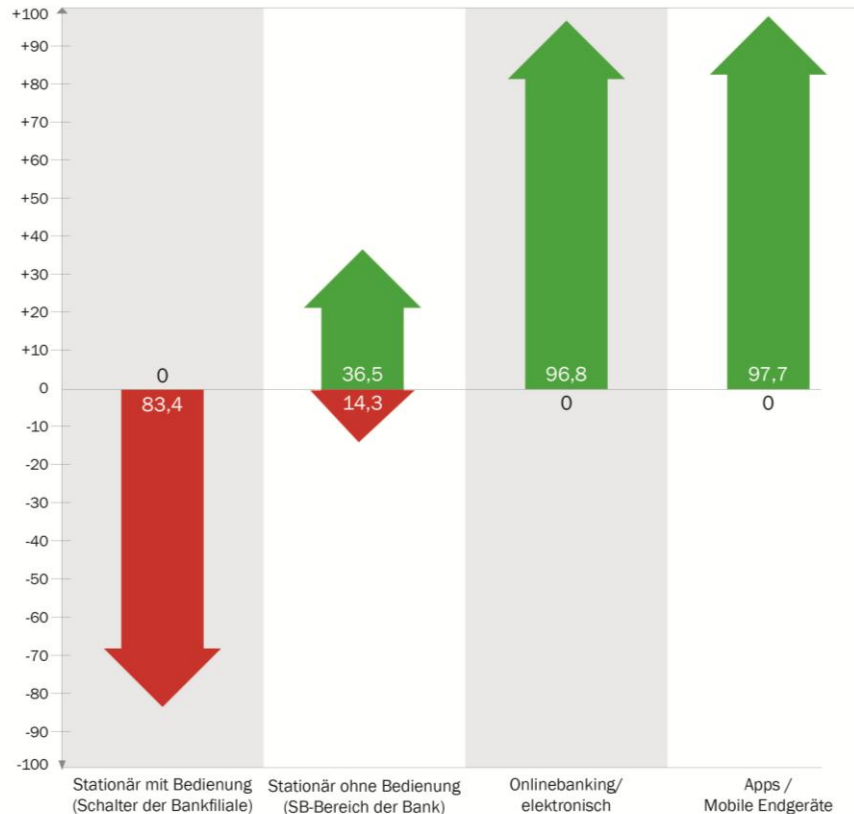


Elektronische und Mobile-Überweisungen werden massiv zulegen Filiale wird für Zahlungsverkehr unbedeutend

Facts:

- Überweisungen werden in der Zukunft immer öfter online / über mobile Geräte getätigt.
- 83,4% der befragten Experten gehen von einem Bedeutungsverlust der Überweisungen am Schalter der Bankfiliale aus.

Was meinen Sie: Wie wird sich die Nutzung folgender Kanäle zur Abwicklung bargeldloser Überweisungen in den kommenden 3 Jahren verändern?

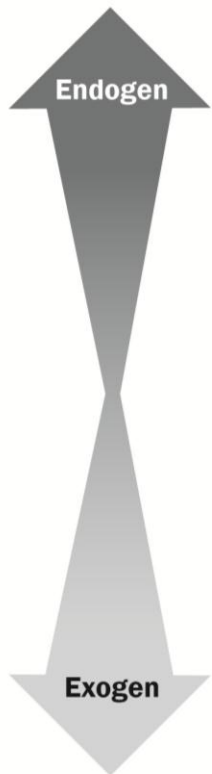


■ wird stark zunehmen / zunehmen
■ wird stark abnehmen / abnehmen
Angaben in Prozent



Sicherheitsfaktoren und Kosten als größte Innovationshemmnisse. Technische Entwicklung, Nutzerverhalten und Bequemlichkeit der Abwicklung als größte Innovationstreiber.

Worin sehen Sie die größten Treiber / Hemmnisse der Entwicklung innovativer Zahlungsverkehrslösungen?



Innovationshemmnisse (Zustimmung - trifft vollständig zu + trifft weitgehend zu)	
Sicherheitsfaktoren	68,3
Kosten der Entwicklung	65,1
Kosten der Marktetablierung	59,3
Datenschutz	58,6
Vorhandene IT-Infrastruktur der Banken	43,3
Regulatorische Auflagen	55,2
Händlerakzeptanz	50,8
Kundenakzeptanz	39,0

Innovationstreiber (Zustimmung - trifft vollständig zu + trifft weitgehend zu)	
Bequemlichkeit der Abwicklung	92,7
Schnelligkeit der Abwicklung	80,5
Vereinfachung von bestehenden Lösungen	73,2
Internetnutzung & Akzeptanz	91,8
Verändertes Nutzerverhalten	91,0
Technische Entwicklung	89,5
Verbreitung mobiler Endgeräte	87,8
Zeitliche & örtliche Verfügbarkeit der Lösungen	85,4
Moderner Lifestyle	60,7
Entwicklung branchenfremder Unternehmen	49,2



Jetzt bestellen!

Einfach per Fax oder per Email bestellen:
Fax: 0 22 52 / 25 48 27 - 17
Email: andrea.weiss@emotion-banking.at

**JA, ich bestelle 1 Exemplar der Studie „Die bargeldlose Gesellschaft“ für unser Haus
à 250,- Euro/Stück (exkl. MwSt), inkl. Versand**

Bank:.....

Vorname/Nachname:.....

Adresse:.....

email:.....

Unterschrift:.....



emotion banking[®]

ANALYTIK. BERATUNG. INNOVATIVES MARKETING.

Dr. Christian Rauscher

Theaterplatz 5

2500 Baden

Tel.: +43 (0) 22 52 - 25 48 45

christian.rauscher@emotion-banking.at

MARKETAGENT.COM

Mag. Thomas Schwabl

Mühlgasse 59

2500 Baden

Tel.: +43 (0)2252 - 909009

t.schwabl@marketagent.com