## GOLDILOCKS SONDERAUSGABE

UNITE
BANKEN & FINTECHS 2020



T'I)

EY

Trends & Entwicklungen

DER DEUTSCHE FINTECH-MARKT

## VEREINIGT EUCH!

#### GEMEINSAM NEUE CHANCEN ERGREIFEN

Das Jahr 2019 brachte der Finanzbranche viel Bewegung. In dieser gemeinsam vom Sparkassen Innovation Hub, den Sparkassen und der Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft (EY) erstellten Studie haben wir neben den neuen Herausforderungen vor allem die erfolgversprechenden Möglichkeiten herausgestellt. Denn wo zum Beispiel die im Zuge der Umsetzung von PSD2 geänderte Regulatorik Dritten den Zugang zum Finanzsektor gewährt, erhalten Banken und Sparkassen gleichzeitig die Chance, ihre Geschäftsmodelle zu erweitern. Nicht zuletzt aufgrund der anhaltenden Niedrigzinsphase ist dies dringend notwendig.

In unserer Studie schauen wir auf die milliardenschweren Finanzierungen der deutschen FinTech-Landschaft. Wer profitiert? Wo wird konsolidiert und wo kooperiert? Gleichzeitig richten wir den Fokus auf die wachsenden Ansprüche der Nutzer von Finanzdienstleistungen. In diesem Bereich sind es immer häufiger Lösungen von BigTechs, die neue Standards setzen. Längst geben also auch Amazon, Apple, Google, Tencent und Co. mit eigenen Produkten die Richtung auf dem Finanzmarkt vor.

Gemeinsam haben wir analysiert, wie sich

die Branche durch die geänderten

Marktbedingungen verändert hat. Für uns ist die Haupterkenntnis dieser Studie: Es ist heute wichtiger denn je, dass Banken und Sparkassen mit FinTechs und weiteren Partnern zusammenarbeiten, um von einander zu lernen und beidseitig zu profitieren. Wie sich die Zusammenarbeit in Zukunft weiterentwickelt, wird derzeit durch die Entstehung neuer Finanz-Ökosysteme bestimmt.

Dabei werden Antworten auf die veränderten Marktbedingungen gesucht und Geschäftsmodelle kooperativ und

langfristig entwickelt. Im Sinne des
Studientitels 'Unite' halten wir die
Aufforderung "Vereinigt Euch" für den
besten, wenn nicht den einzigen Weg zum
Erfolg.

VIEL SPASS BEIM LESEN!
Bernd Wittkamp Christopher Schmitz

Vorsitzender der Geschäftsführung Star Finanz GmbH

ΕY

**EMEA Fintech Lead** 

Christopher Schmi









#### **T** RÜCKBLICK & TRENDS

Seite 5

Wo steht der deutsche FinTech-Markt und welche Rolle streben die BigTechs an?

## **2**BANKEN & FINTECHS

Seite 23

Wie reagieren die deutschen Finanzinstitute auf den FinTech-Markt und welchen strategischen Fokus setzen sie?

#### **3** COMSUMER FINANCE

Seite 34

Welche Faktoren bestimmen den Bereich Consumer Finance und was versprechen die neuen Geschäftsmodelle?

## **4**FAZIT & SCHLÜSSE

Seite 53

Welche wichtigen Schlussfolgerungen lassen sich aus Sicht von Banken und Sparkassen ziehen?

#### GOLDILOCKS SONDERAUSGABE

WIRD PRÄSENTIERT VON









#### **T** RÜCKBLICK & TRENDS

Wo steht der deutsche FinTech-Markt und welche Rolle streben die BigTechs an?

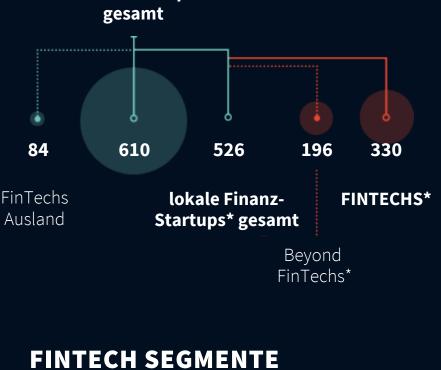


der führenden FinTech-Zentren in

## 2019 Finanzstartups

ANZAHL FINTECHS IN DEUTSCHLAND

Europa



#### **32** InvesTech

23 Banking & Lending

20 PropTech46 Financing & Funding

27 Payments

- **54** InsurTech
- 26 Fin. eMarketplaces & Aggregators62 Enabling Processes & Technology
- 20 Financial Data Analytics
  20 RegTech
- \*Mehr Informationen siehe Glossar auf Seite 55, Quelle: EY Analyse

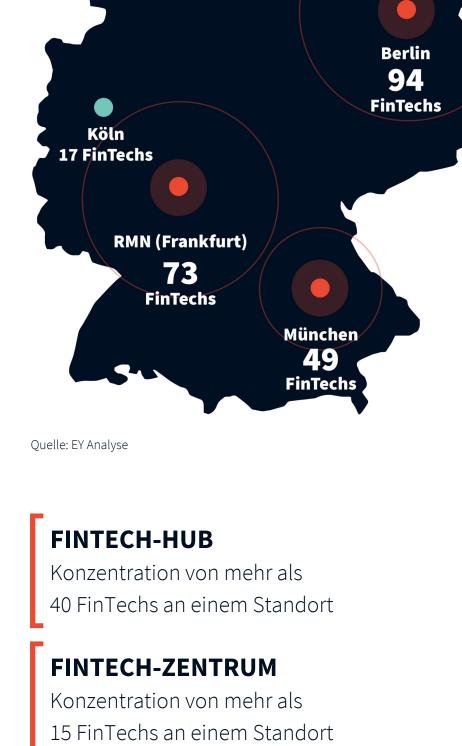
LANDKARTE

**FINTECH** 

FinTech HubsFinTech Zentren



**30 FinTechs** 



#### REGIONALE AKTIVITÄT

Startups ansässig. Davon zählten 330 Unternehmen zu den Core FinTechs, 196 zu den Anbietern finanzaffiner Dienstleistungen (Beyond FinTechs) und 84 zu den ausländischen Anbietern. Eine deutsche Besonderheit: Die

Unternehmen der hiesigen FinTech-

Deutschland gilt als eines der größten

Zentren der europäischen FinTech-Szene.

Ende 2019 waren hierzulande 610 Finanz-

Ländern geographisch stärker verstreut.

Anstelle der Dominanz eines einzigen
Standorts, zeigen sich vielmehr drei große
Hubs: Berlin, die Rhein-Main-NeckarRegion und München. In diesen Zentren
lagen die Hauptsitze für 197, also mehr als
die Hälfte der lokalen FinTechs. Die
verbleibenden 40 Prozent waren über 48
Städte in ganz Deutschland verteilt.

Ursprünglich starteten deutsche FinTechs

(B2C) Geschäftsmodellen. In den letzten Jahren stieg jedoch der Anteil an Business-to-Business (B2B) oder B2B2C-Lösungen. Die Gründe liegen unter anderem in den mittlerweile hohen

überwiegend mit Business-to-Consumer

Kosten bei der Kundengewinnung. Diese Entwicklung führte auch zu häufigeren Kollaborationen und Partnerschaften zwischen Banken oder Sparkassen und FinTechs.



SPARKASSEN INNOVATION HUB

#### WENIGER FINTECH-GRÜNDUNGEN – REIFERE PRODUKTE

#### **ANZAHL FINTECH-NEUGRÜNDUNGEN PRO JAHR**



Der FinTech-Markt in Deutschland hat

sich in den letzten fünf Jahren sehr stark

entwickelt und ist rasant gewachsen. In

2019 behielt die deutsche FinTech-

Landschaft ihren Wachstumskurs bei: Acht neue FinTechs wurden im letzten Jahr gegründet.\* Dennoch setzte sich auch der bereits seit 2017 anhaltende Trend einer starken Verlangsamung fort. Die Zahl der Neugründungen sinkt weiter. So wurden vor vier Jahren beispielsweise noch über 50 FinTechs pro Jahr gegründet, also mehr als sechsmal so viele wie 2019. Mit Bezug auf aktuelle Trends im Markt ist es unwahrscheinlich, dass in den

kommenden Jahren wieder ein so starkes Wachstum wie in den Jahren 2014 bis 2017 erreicht wird. Für diese Tendenz gibt es gleich mehrere Gründe. Zum einen ist der FinTech-Markt bereits relativ gesättigt und umkämpft, wodurch sich die Konkurrenz um Kunden und Zugang zu Finanzlösungen verstärkt. Zum anderen hat sich die Skalierung von Geschäftsmodellen für lokale FinTechs aufgrund diverser Faktoren als schwierig erwiesen. Dazu gehören neben den hohen Kosten für die Kundenakquise auch der gestiegene Wettbewerb durch ausländische FinTechs sowie die zunehmenden Aktivitäten von BigTechs auf dem Finanzmarkt. Auch etablierte Akteure der Finanzbranche wie Banken, Sparkassen und Versicherungen steigen vermehrt mit eigenen Lösungen oder Produkten und Services aus Kooperationen in den Ring. Ein weiterer Faktor: Auch viele Investoren richten den Fokus mehr und mehr auf die

etablierte FinTechs mit bewährten Businessmodellen größere Finanzierungen erhalten, während sich für den Rest der Zugang zu nötigen Finanzierungsmitteln vergleichsweise schwierig gestaltet. \* Diese Statistik bezieht explizit nur solche Neugründungen mit ein, die dem FinTech-Segment zugeordnet werden. Eine Liste der FINTECH NEUGRÜNDUNGEN **NACH SEGMENT UND** GRÜNDUNGSJAHR

Viabilität des Geschäftsmodells, das Alter

Skalierbarkeit. Dies führt dazu, dass

der FinTechs und auf deren

2015

6

2

13

5. Financing & Funding

2016

3

10

**12** 

2017

1

1

6

1

10. RegTech

2018

0

1

4

2

5

4

g

2019

0

0

1

0

8 8 1 0 0 5 3 2 1 1 **11 ○** 8 4 2 2

- 2 0 1 0 **10** ≎ 8 6 3 2 3 1 1 0 5 10 4
  - 1. Payments 6. InsurTech 2. Banking & Lending 7. Fin. eMarketplaces & Aggregators 3. InvesTech 8. Enabling Processes & Technology 9. Financial Data Analytics 4. PropTech
    - GRÜNDUNGEN NACH GESCHÄFTSMODELL

#### 6 7 8 8

ANZAHL FINTECH-

Quelle: EY Analyse

3. B2B/B2C

1. B2B 2. B2C

> GOLDILOCKS SONDERAUSGABE WIRD PRÄSENTIERT VON

SPARKASSEN INNOVATION HUB



#### FINTECH MEILENSTEINE

#### 2019

#### Januar

Raisin auf Temenos Marketplace

N26 sammelt ca. 268 Mio. EUR ein

#### Start von Finhome

**Februar** 

Raisin sammelt ca. 102 Mio. EUR ein

#### Alipay kooperiert mit SolarisBank

März

Raisin kauft MHB Bank

Wefox sammelt ca. 112 Mio. EUR ein

Finleap übernimmt figo (nun finleap

connect)
FinTec Systems erhält

April

ZAG BaFin Lizenz

#### PayPal weitet Kreditvergabe aus

Auxmoney bietet Firmenkredite an

Finleap kauft Penta

Weltsparen\* & Commerzbank kooperieren

Juni

Klarna gibt eigene Kreditkarten

#### Wirecard startet "erste komplette Payment App Europas"

Deutschland

Facebook kündigt neue Kryptowährung an

**Juli** Allianz startet Iconic Finance

Paypal startet Geldtransfer Xoom in

Deutsche Bank startet digitale Firmenkundenbank Fyrst

#### deutscher Kreditplattformen Check24 Konkurrent Joonko (Finleap)

**August** 

September
Scalable Capital kooperiert mit Raisin

Auxmoney, Creditshelf, Funding Circle

und Kapilendo gründen Verband

Openbank in Deutschland Raisin übernimmt fairr

Santander startet mit Digitalbank

**Oktober**Exporo übernimmt Zinsland

**Vollbank-Lizenz** 

Finleap investiert in Crosslend

Check24 stellt Antrag auf

Deutsche Börse kooperiert mit Cashlink

Ottonova erhält 60 Mio. EUR

Dezember

November

Penta und iwoca starten Kreditangebot für kleine Unternehmen

\*Weltsparen ist eine Marke der Raisin GmbH





## THERE IS NOTHING SO STABLE AS CHANGE

Bob Dylan, Musiker

## FINTECH-TRENDS 2019

## TOP-5-TRENDS IN DEUTSCHLAND

1

HERE COME THE UNICORNS – FINTECHS ERHALTEN GRÖSSERE INVESTMENTSUMMEN

2

BIGTECHS AUF DEM VORMARSCH

3

OPEN-BANKING-FINTECHS GEWINNEN AN BEDEUTUNG

4

REBÜNDELUNG VON FINANZDIENSTLEISTUNGEN UND PLATTFORM-BANKING

5

MEHR FINTECHS DRÄNGEN IN DEN KMU-MARKT

> GOLDILOCKS SONDERAUSGABE

> > WIRD PRÄSENTIERT VON







## 01

# HERE COME THE UNICORNS Deutsche FinTechs erhalten

immer höhere Investitionssummen – bei entsprechend höheren Bewertungen

Kommentar von Dmytro Shevchenko, EY

"Gestützt durch jährlich steigende

Finanzierungen werden immer mehr

FinTechs zu prominenten Akteuren der

Finanzszene, mit denen zu rechnen ist – also zu 'forces to be reckoned with'.

Diesen Marktteilnehmern stehen immer größere Budgets für die Kundenakquise, die Skalierung ihrer Geschäftsmodelle und für die Entwicklung neuer Produkte und Services zur Verfügung. Daher steht die Frage im Raum: Was wäre, wenn diese Etats sogar die Innovationsbudgets etablierter Finanz-institute übersteigen würden?"

REKORDJAHR FÜR

#### die steigende Reife lokaler FinTechs, die wachsende durchschnittliche Größe der Deals und das steigende Interesse

ausländischer Investoren. So investierte

beispielsweise das chinesische BigTech

Mubadala Ventures in Wefox.

Im letzten Jahr erhielten deutsche

FinTechs 1,202 Milliarden Euro an

Tencent in N26 und die US-amerikanische

**INVESTITIONEN IN FINTECHS** 

Deutsche FinTechs haben ein weiteres

Rekordjahr in Bezug auf Investitionen

hinter sich. Dabei war 2019 geprägt durch

Wachstumskapital – zweimal so viel wie 2018. Zudem erlebte der deutsche FinTech-Markt die größte aggregierte Finanzierungsrunde bis dato: N26 konnte dabei eine Rekordsumme von etwa 420 Millionen Euro einsammeln. Zur selben Zeit wuchs die durchschnittliche Deal-Größe stetig weiter, wie unsere Top-10-Grafik im unteren Teil veranschaulicht. Diese Entwicklung hat die Bewertungen von FinTechs in neue Höhen katapultiert. Dabei entstanden neue Unicorns, also Startups mit einer Marktbewertung von über einer Milliarde US-Dollar.

Durch die wachsenden Finanzierungs-

summen einiger FinTechs stehen ihnen

signifikant hohe Innovationsmittel zur

Verfügung, die den Vergleich mit den

Marktteilnehmer nicht mehr zu scheuen

brauchen. Dabei fällt auf: Der größte Teil

der Investitionen in FinTechs floss auch

2019 den etablierteren und bekannteren

Budgets so mancher etablierter

Unternehmen zu. **TOP 10 DER FINTECH-**FINANZIERUNGEN IN 2019 **FINTECH STANDORT &** MIO **SEGEMENT EUR** 01 **N26** B 1 420 02 Wefox Group 2 В 210

В

M

HH

В

В

3

2

4

6

4

**STANDORTE:** 

M = München

HH = Hamburg

B = Berlin

102

60

50

43

36

35

30

30

420

136

110

~ 40

**150** 

2019

2018

2017

2016

2015

 06
 Exporo
 HH
 5

 07
 IDnow
 M
 3

 08
 Crossland
 B
 1

**Deposit Solutions** 

Raisin

04 Ottonova

Billie

10 Mambu

1 = Banking & Lending

3 = eMarketplaces & Aggregators

4 = Enabling Processes & Tech.

6 = Fundraising & Financing

**SEGMENTE:** 

2=InsurTech

5 = PropTech

'19 N26

'18 N26

'16 N26

'17 Kreditech

'15 Auxmoney

1.202 Mrd EUR •

606 Mio EUR

381 Mio EUR

**382 Mio EUR** 

323 Mio EUR

47 Deals\*

58 Deals

60 Deals

65 Deals

51 Deals

03

05

09

RÜCKBLICK AUF DIE LETZTEN 5 JAHRE GROSSER FINANZIERUNGEN IN MIO EUR

-0

Quelle: crunchbase, Firmendaten, EY Analyse

ENTWICKLUNG
DER FINTECHINVESTITIONEN
2015 bis 2019

FAKT
Die Investitionssummen sind
gestiegen. Die Anzahl der Deals
hat seit 2017 immer weiter
abgenommen. Diese Entwicklung

ist ein Indikator für den höheren Reifegrad des FinTech-Markts. \* Begriffserklärung auf Seite 55

> G O L D I L O C K S S O N D E R A U S G A B E

> > WIRD PRÄSENTIERT VON

SPARKASSEN INNOVATION HUB

## 02

### BIGTECHS AUF DEM VORMARSCH

Amazon, Apple, Tencent und Co. spielen eine immer größere Rolle im Finanzdienstleistungsbereich

#### "Auf den anfänglichen Schock über den

Kommentar von Bastian Hengstler, EY

Markteintritt der BigTechs folgte in Deutschland zwar schon vor Längerem eine geschäftige Umtriebigkeit der hiesigen Finanzbranche. Dennoch scheitern fast alle neuen Plattformideen an mangelnder Flexibilität und Kundenzentrierung sowie an ihrer ungenügenden Reichweite und Nutzungsfrequenz außerhalb der BigTech-Ökosysteme. Hinzu kommt: Nun positionieren sich auch asiatische Tech-Riesen für die Expansion nach Europa. Ist dies der Auslöser für ein verändertes regulatorisches Umfeld?"

### IMMER MEHR LEBENS-BEREICHE DER KUNDEN Expertise

Durch ihre IT-Expertise und ihr

TECHS BEDIENEN

#### tiefgehendes Kundenverständnis haben

BigTechs neue Kundenanforderungen geschaffen und bedienen diese erfolgreich in immer neuen Geschäftsbereichen.

Relevanz

#### mehr und mehr Lebensbereiche der

Kunden vor und steigern so ihre
Relevanz immer weiter. **E-Money**Vor diesem Hintergrund bieten sie vermehrt Finanzdienstleistungen an. So

besitzen Google, Facebook und Amazon

bereits eine e-Money-Lizenz und

Um ihre Vormachtstellung weiter

auszubauen, dringen die BigTechs in

## dürfen damit Zahlunsgvorgänge mit elektronischen Ersatzwerten ausführen

BIGTECH UMSÄTZE

weltweit

46,2 %

nach Sektor

Payment
Der erste Schritt der vier GAFAUnternehmen Google, Apple, Facebook,
Amazon ist denn auch der Zahlungsverkehr, wobei Tendenzen erkennbar
sind, in Zukunft auch weitere Bereiche im

Retail-Banking zu besetzen.



KONSEQUENZ
Banken und Sparkassen müssen hierauf mit Flexibilität und Innovationen reagieren, um ihren Kunden ein Level an Komfort zu gewährleisten, welches diese von den GAFA-Unternehmen bereits

gewohnt sind.

Grafik basiert u.a. auf Daten von Alibaba, Alphabet, Amazon, Apple,
Baidu, Facebook, Grab, Kakao, Mercado Libre, Rakuten, Samsung

GOLDILOCKS SONDERAUSGABE

und Tencent.



#### SCHLÜSSELEREIGNISSE BEI BIGTECHS SEIT 2018

#### 2018

#### **Januar**

Umsetzung PSD2-Richtlinie in Deutschland

#### Juni

Google Pay wird in Deutschland veröffentlicht

#### Oktober

Amazon Kreditkarte startet in Deutschland

#### Dezember

Apple Pay auch in Deutschland verfügbar

#### 2019

#### Januar

Einführung von Amazon Pay in Deutschland

#### Juni

Facebook kündigt eigene Kryptowährung Libra an

### August

launcht in den USA

Apples Kreditkarte "Apple Card"

#### Facebook launcht Facebook Pay

November

#### Ausblick

2020

#### Google will in den USA

Girokonten in Kooperation mit Citigroup und Stanford Federal Credit Union anbieten

Mögliche Kooperation von Amazon mit JP Morgan, um Girokonten anbieten zu können

GOLDILOCKS

SONDERAUSGABE







#### **ASIATISCHE BIGTECHS WERDEN IN EUROPA AKTIV**

### **ANT FINANCIAL & ALIPAY**

Ant Financial, ein Finanzunternehmen

von Alibaba und mit einer zuletzt geschätzten Bewertung von 143 Milliarden US-Dollar\* das wertvollste FinTech der Welt, betreibt eine breite Palette von Finanzdienstleistungen. Dazu gehören Zahlungsverkehr (Alipay), Vermögensverwaltung (Ant Fortune, Yu'E Bao), Finanzierung (Huabei, Jiebei), Versicherung (Ant Insurance), Dienstleistungen und Kredit (Zhima Credit).

Müller und Rossmann, um seine Reichweite stetig zu erhöhen. ALIPAY FUNKTIONEN

Alipay kooperiert unter anderem mit

Credorax und Worldline sowie mit dm,

#### Geldtransfer zwischen e-Wallets und Girokonten | Komplette e-Commerce

#### Transaktionen | Offline PoS-Bezahlung

**GELDTRANSFER** 

Chat, QR-Code oder "Hong Bao" **ALLTAG** Handyguthaben aufstocken | Kreditkarten abbezahlen | Bezahlung von Verträgen für TV, Telekommunikation und weiteres | Tankguthaben aufstocken

mittels QR-Code oder Barcode | P2P

Payments über soziale Funktionen wie

#### Bezahlung von Bus, Metro, Zug, Flügen und Hotels | Automatischer

WECHAT

REISEN

Währungsumtausch bei Käufen im Ausland | Rabatte und Steuerrückerstattungen UNTERHALTUNG UND BILDUNG Kauf von Kinokarten und Lotterietickets Gaming Accounts aufstocken |

Studiengebühren und -kredite bezahlen

Taxi-Services bezahlen | Buchung und

Universitätskarten beladen |

WeChat ist eine chinesische multifunktionale App mit Messenger-, Mobile-Payment- und Social-Media-Funktionen. Sie wurde von Tencent entwickelt und 2011 gelauncht.

Stand 2018 hatte das Wallet WeChat Pay

über 900 Millionen aktive monatliche

Lösungen und positioniert sich so als

Ökosystembetreiber – getrieben durch

die große Beliebtheit und Nutzerzahl wie

Nutzer. WeChat bietet eine Omni-Kanal

Payment-Lösung sowie Beyond-Payment-

auch durch den Zugang zu Drittanbietern. WeChat kooperiert mit Credorax, um seine Bezahllösung nach Europa zu bringen. **WECHAT PAY FUNKTIONEN QUICKPAY** 

Bezahlen mittels QR-Code oder Barcode

Der Händler generiert einen QR-Code, der

vom Kunden eingescannt wird, um den

auf der Quick Pay Website von WeChat.

**QR CODE PAYMENT** 

**INAPP PAYMENT** 

### Der Händler ruft das Payment-Modul mit

Bezahlvorgang abzuschließen.

#### offenem Software Development Kit in der mobilen App auf.

**WAS DAS BEDEUTET** Sowohl Alibaba als auch Tencent zeigen

**WEB BASED PAYMENT** Der Kunde öffnet die Website des Händlers und ruft das Payment-Modul auf. Aktivitäten für eine internationale Expansion in europäische Märkte. Dies geschieht zunächst durch die Ausweitung der Möglichkeit für chinesische Touristen, mit den beiden Payment-Lösungen im Ausland zahlen zu können. Sollten Alipay und WeChat Pay auch für ausländische Märkte gelauncht werden, könnten die chinesischen BigTechs zu einer ernsthaften Konkurrenz für europäische



SPARKASSEN INNOVATION HUB

Banken werden.

## 03

## OPEN-BANKING-FINTECHS GEWINNEN AN BEDEUTUNG

und Geschäftsmodelle

Open Banking bringt neue Produkte

#### Richtlinie der Europäischen Kommission

"Durch die zweite Zahlungsdienste-

Kommentar von Alexander Christoph, EY

(Payment Services Directive 2 / PSD2) müssen Banken auf Wunsch der Kunden seit 2019 Konto- und Umsatzdaten an Drittanbieter herausgeben. Damit wurde auch regulatorisch untermauert, was unter dem Begriff Open Banking schon seit Längerem zum Pulsgeber der Finanzbranche, insbesondere aber des FinTech-Markts avancierte: Die Verwendung offener Schnittstellen (APIs), mit denen Entwickler von Drittanbietern Anwendungen und Services rund um die Daten von Banken und Sparkassen erstellen können.

der digitalen Bank-Ökosysteme der

Zukunft. Im besten Fall mit Gewinnern auf allen Seiten – denn der Besitz der notwendigen Infrastruktur kann mindestens genauso entscheidend sein wie die Produkte, die darauf angeboten werden. Modernisierte Prozesse und APIs werden ein Schlüsselfaktor zum Erfolg. Mit ihrer grundlegend digitalen und agilen Denkweise versuchen einige FinTechs schon seit Längerem, sich in diesem Umfeld zu positionieren. Üben diese neuen Marktteilnehmer bereits einen entscheidenden Einfluss auf die gesamte Branche aus?" **SO AGIEREN OPEN-BANKING-FINTECHS** 

#### APIs auf Bankdaten von Kunden zugreifen. Die Richtlinie sieht hierfür zwei

neue Lizenzen vor:

• Zahlungsauslösedienste (ZAD) nutzen ihre Lizenz, um Kunden neue Zahlungsprodukte anzubieten oder um den Zahlungsprozess zu disintermediieren.

• Kontoinformationsdienste (KID) stellen

aggregierte Online-Informationen zu

bereit und greifen über Online-

Schnittstellen zu Banken auf

Informationen zu.

einem oder mehreren Zahlungskonten

Seit September 2019 können lizensierte

letzten Phase der PSD2-Richtlinie über

Unternehmen durch das Inkrafttreten der

FinTechs haben die Chancen, die durch die Umsetzung von PSD2 entstanden sind, genutzt, um entweder neue Produkte, zum Beispiel Aggregatoren für die persönlichen Finanzen, oder neue Geschäftsmodelle, beispielsweise als API-Enabler oder White-Label-Anbieter für Open-Banking-Lösungen, zu erdenken. In

diesem Umfeld versuchen einige

FinTechs, sich als Infrastruktur-Anbieter für innovative digitale Banking-Services zu positionieren.

Die Anzahl der erteilten PSD2-Lizenzen ist dadurch seit Anfang des letzten Jahres rasant gestiegen – von zunächst drei auf 25. Die meisten Lizenzen werden verwendet, um Finanzmanagement,

angebotene Dienst ist dabei das Finanzmanagement, welches darauf abzielt, den Benutzern durch Daten-Aggregation einen besseren

Buchhaltung oder APIs als Service

anzubieten. Der am häufigsten

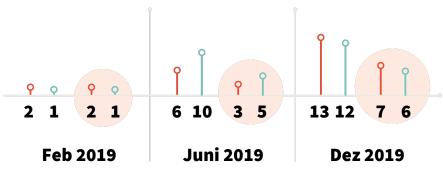
Einblick in ihre Finanzsituation zu ermöglichen.

Quelle: BaFin



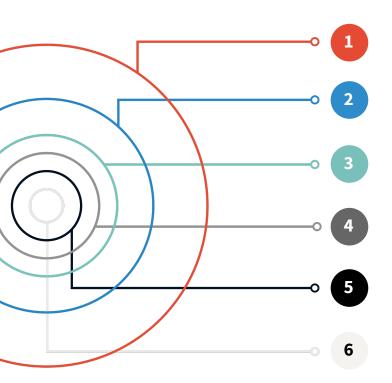
SPARKASSEN INNOVATION HUB

## UNTERNEHMEN MIT PSD2- LIZENZEN IN DEUTSCHLAND





#### LIZENZEN NACH ART DER GESCHÄFTSTÄTIGKEIT IN DEUTSCHLAND



- **Geldmanagement**6 Fintechs von 9 Lizenzen
- Buchhaltung & Administration
  2 Fintechs von 6 Lizenzen
- 3 APIs as a Service 4 Fintechs von 4 Lizenzen
- **Bezahlservices**0 Fintechs von 3 Lizenzen
- **Personalisierter E-Commerce**0 Fintechs von 2 Lizenzen
- 6 Kreditscore & Leihgeschäft 1 Fintech von 1 Lizenz

Quellen: BaFin, EY Analyse

#### G O L D I L O C K S S O N D E R A U S G A B E

SPARKASSEN INNOVATION HUB





#### **PSD2-LIZENZEN**

#### Übersicht der Unternehmen in Deutschland

UNTERNEHMEN	ZAD / KID	KLASSIFIKATION
finleap connect GmbH	ZAD / KID	APIs as a Service
finAPI GmbH	ZAD / KID	APIs as a Service
Billie GmbH	KID	Accounting & Administration
FinTecSystems GmbH	ZAD / KID	APIs as a Service
W&Z FinTech GmbH	KID	Money Management
dwins GmbH	KID	Money Management
treefin GmbH	ZAD / KID	Money Management
fino run GmbH	ZAD / KID	Money Management
Forteil GmbH	KID	Credit Scoring & Lending
BANKSapi Technology GmbH	ZAD / KID	APIs as a Service
Rentablo GmbH	KID	Money Management
OptioPay GmbH	KID	Money Management
wealthpilot GmbH	KID	Accounting & Administration
Heidelpay GmbH	ZAD / KID	Payment Services
MRH Applications GmbH	KID	Money Management
Ambidexter Gmbh	KID	Personalized e-commerce
BUHL-DATA-SERVICE GmbH	ZAD / KID	Accounting & Administration
SOFORT GmbH	ZAD / KID	Payment Services
KWS Kontowechsel Service GmbH	KID	Accounting & Administration
VÖB-ZVD Processing GmbH	ZAD / KID	Accounting & Administration
CHECK24 Kontomanager GmbH	ZAD / KID	Money Management
FFG Finanzcheck Finanzportale GmbH	KID	Personalized e-commerce
CodeCamp:N GmbH	KID	Money Management
VR Smart Guide GmbH	KID	Payment Services
Haufe Service Center GmbH	ZAD / KID	Accounting & Administration

FinTechs

Quellen: BaFin, EY Analyse

#### GOLDILOCKS SONDERAUSGABE

WIRD PRÄSENTIERT VON





## 04

## REBÜNDELUNG VON FINANZ-DIENSTLEIST-UNGEN UND PLATTFORM-BANKING

Case Study: Check 24 baut eigene

Finanzdienstleistungen aus

## Produzenten und Konsumenten, ohne selbst die Produktionsmittel zu besitzen.

Hier treffen also beide Seiten aufeinander,

wirtschaftswissenschaftlichen Sinne

Kommentar von Jan-Erik Behrens, EY

"Eine Plattform verbindet im

um meist im

digitalen Raum Werte auszutauschen.
Erfolgreiche Plattformen monetarisieren dieses "Matching" durch Gebühren, Provisionen, Werbeinnahmen oder kostenpflichtige Services. Längst dienen die großen Marktführer der Plattform-Ökonomie als Vorbilder für die Finanzbranche. Die Frage lautet: Wer wird das Uber Airbaß. Facebook oder Google

das Uber, AirbnB, Facebook oder Google in der Welt der Banken und Finanzdienstleistungen?

Unsere Case Study zeigt nicht nur, wie es leichter werden könnte, ergänzende Angebote zum eigenen Portfolio

bedürfnisse im Kern abgedeckt und eine

hinzuzufügen, wenn die Kunden-

kritische Masse von Konsumenten

erreicht wurde. Sie führt auch vor, wie attraktiv es für etablierte Plattformen ist, selbst Bankprodukte anzubieten. Dabei stellt sich die Frage: Wird es Finanzinstituten noch gelingen, in der Plattform-Ökonomie der Zukunft eine Rolle zu spielen?"

CHECK24 ALS ANKERPORTAL

Check24 bietet seinen nach eigener

Aussage 15 Millionen Endkunden die

von Produkten in unterschiedlichen

Reisen, Autos, Konsumgüter und

Kreditangebot von mehreren

traditionellen Instituten und einigen

etablierten FinTechs. Zudem bietet

Check24 bereits eigene Ratenkredite an.

Diese können jedoch aufgrund einer noch

Bereichen zu vergleichen. Zur Auswahl

Möglichkeit, das Preis-Leistungsverhältnis

#### stehen unter anderem die Kategorien Versicherung-en, Konten und Kredite, Energie, Telekommunikation,

Verträge können teilweise direkt auf dem Portal, teilweise durch Weiterleitung zu den Websites der Produktpartner abgeschlossen werden. Dabei erhält das Unternehmen in der Regel eine Vermittlungsprovision.

Im Bankenbereich schafft das Unternehmen einen Überblick über das

fehlenden Banklizenz nur in Kooperation mit einem externen Partner angeboten werden.

Die breite Kundenanzahl und die große Menge an Transaktionen auf der Plattform könnten Check24 dazu motivieren, sich als Zahlungsabwickler für das Portal zu positionieren.

Die Banklizenz würde es Check24 auch

ermöglichen, weitere Banksegmente zu

adressieren und wäre die Grundlage für

den Aufbau der geplanten eigenen Open-

Plattform "C24".

1999

Check24 (damals einsurance
Agency AG) wird als
Vergleichsportal für KfzVersicherungen gegründet

Check24 geht aus dem Zusammen-

schluss der Portale einsurance.de,

moneyworld.de und tarifvergleich.de

### hervor

2008

2016
Gründung der Kredite24
Service GmbH die in Kooperation
mit der SWK Bank, Kredite an
Privatkunden vergibt

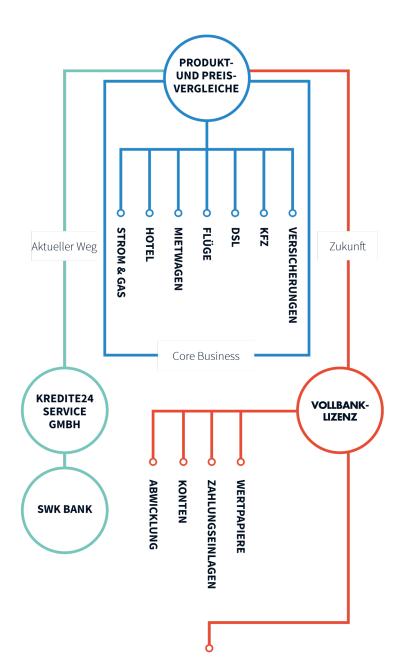
**2019**Check24 Kontomanager erhält PSD2
Lizenz. Check24 beantragt Banklizenz



PARKASSEN INNOVATION HUB



#### ENTWICKLUNG DES GESCHÄFTSMODELLS



#### EIGENES KREDITANGEBOT

#### **WAS DAS BEDEUTET**

Durch den Erwerb einer eigenen VollbankLizenz könnte Check24 das bisherige
Dienstleistungsangebot rund um
Plattformvermittlungen sowohl vertikal als
auch horizontal erweitern, um
Bankprodukte zu entwickeln. Ein Beispiel:
Check24 wäre in der Lage, eigene Kreditoder Wertpapierprodukte im Wettbewerb
zu bestehenden Provisionspartnern
anzubieten. Dies würde den bestehenden
Kanal- und Zielkonflikt auf der
Vergleichsplattform weiter anheizen.
Etablierte Marktteilnehmer müssten sich
neu orientieren und positionieren.

Quellen: Check24, EY Analyse

#### G O L D I L O C K S S O N D E R A U S G A B E









## 05

## DER KMU-KREDITMARKT

Der Kreditmarkt für kleine und

mittlere Unternehmen (KMU) gilt als überfüllt – doch neue Anbieter sehen Potenzial

## "Noch sind Banken und Sparkassen im KMU-Segment dank langiähriger

Kommentar von Francesco Pisani, EY

KMU-Segment dank langjähriger Beziehungen stark positioniert. Dennoch versuchen FinTechs, sich durch Mehrwert-Angebote in unterversorgten Nischen des dichten Marktes zu positionieren oder etablierte Beziehungen aufzubrechen. In Zukunft stehen auch in diesem Markt die Kundenbedürfnisse im Vordergrund. Und in einer zunehmend digitalen Welt werden bessere Risiko-Einschätzungen, optimierte Prozesse und Mehrwertdienstleistungen die entscheidenden Faktoren bei der Kundenbindung sein. Werden Banken und Sparkassen in der Lage sein, sich in einem der wichtigsten Segmente der Finanzbranche zu behaupten?"

#### Der KMU-Markt zeichnet sich durch eine hohe Konzentration von Wettbewerbern und Kunden mit ausgeprägter Treue

gegenüber ihren Hausbanken aus.

Notenrating verlangt für KMU-

Finanzierungen in der Regel ein

vergleichsweise hohes regulatorisches

NEUE KUNDENBEDÜRFNISSE

**UND MARKTBEDINGTE** 

HINDERNISSE

Dennoch bietet der Markt gemeinhin ein hohes Potenzial.

Denn trotz des großen Wettbewerbs, haben kleine und mittlere Unternehmen nach wie vor Schwierigkeiten, ihren Finanzbedarf zu decken. Ein Grund: Das

Kapital (RWA). Die kleineren Kreditgrößen und damit geringeren Umsatzströme verringern zusätzlich die Attraktivität. Die Kombination dieser Faktoren ergibt eine Unterversorgung des KMU-Kreditmarktes.

Hohe Prozesskosten und lange Genehmigungszeiten durch eine geringe Standardisierung in der Kreditabwicklung verschieben die Kundenpräferenzen und -

bedürfnisse hin zu Digitalprodukten. So

wünschen sich KMUs eine

Bankbeziehung, die nahtlose,

transparente und konsistente

Kundeninteraktionen über mehrere
Kanäle bietet. Zudem sollte die
Beziehung über die Abwicklung von
Bankdienstleistungen hinausgehen.

Da sich die Bedürfnisse der KMUs
typischerweise im Verhältnis ihrer Größe
ändern, engagieren sich alternative

in Verhältnis ihrer Größe ändern, engagieren sich alternative Anbieter mit entsprechenden Produkten.

Etablierte Ur-FinTechs wie beispielsweise Creditshelf und die ausländische Funding Circle sind schon seit Jahren am Markt aktiv und werden häufig nicht als direkte Konkurrenten der Banken angesehen, da sie sich auf eine unterversorgte Nische fokussiert haben. Weitere FinTechs wie Revolut oder N26, die zuletzt

durch hohe Finanzierungen ihre Relevanz

stark erhöhten, bieten bereits Konten für

Unternehmen an und versuchen nun, ihr

Angebot im KMU-Bereich auszubauen.

GOLDILOCKS SONDERAUSGABE





## FINTECHS ENTDECKEN DEN KMU-MARKT

Attraktiver Markt für inhaltliche Geschäftsentwicklung

#### **KMU ALS ZIELGRUPPE**

#### **DEUTSCHE FINTECHS**

#### Penta

Fungiert als Bindeglied zwischen
Finanzdienstleistungen und
Geschäftskonto, um alle finanziellen
Aspekte von einer einzigen Plattform aus
zu kontrollieren. Vom einfachen Banking
bis hin zur Buchhaltung, Kostenverwaltung oder Kreditanfrage läuft
dabei alles auf einem Geschäftskonto.

#### Kontist

Bietet Mobile-Banking-Lösungen speziell für Selbstständige und Freiberufler sowie Echtzeit-Steuerschätzungen an. Kontist berechnet automatisch die Ertrags- und Umsatzsteuer auf Eingänge und Ausgaben und bildet Rücklagen auf virtuellen Teilkonten.

#### AUSLÄNDISCHE FINTECHS

#### Qonto

Das französische FinTech bietet nicht nur ein Konto für Selbstständige und kleinere mittelständische Unternehmen, sondern auch zusätzliche Beratung in der Gründungsphase eines Unternehmens.

#### Holvi

Das FinTech aus Finnland bietet effiziente und unkomplizierte Prozesse und versucht so, Selbständige als Kunden zu gewinnen. Mit der Holvi-App ist es möglich, in Echtzeit über Kontobewegungen informiert zu werden und die Daten zu exportieren, um zum Beispiel die Verwaltung von Spesen zu erleichtern.

Quelle: Firmendaten









### 2019 HABEN SICH DIE DEUTSCHEN FINTECHS ETABLIERT

#### NEUE MACHTVERHÄLTNISSE

Nach einigen Jahren mit verhältnismäßig vielen Neugründungen kam es 2019 zu einer Verlangsamung und Konsolidierung auf dem FinTech-Markt. Der rückläufige Trend bei den Neugründungen wurde durch die Regulierungen im Zuge der PSD2-Umsetzung verstärkt. Neben neuen Open-Banking-Geschäftsmodellen sahen wir vor allem die Konzentration der Finanzierungen auf einige wenige FinTechs. In der Folge konnten die "Auserwählten" immer stärker wachsen und in einigen Fällen sogar zu Unicorns, also zu Startups mit einer Unternehmensbewertung von mehr als einer Milliarde US-Dollar, werden. Im Ergebnis wurden die Machtverhältnisse im Markt neu geordnet.

Beispiel Google und Apple, setzten auf neue Payment-Lösungen, um sich im Finanzdienstleistungsmarkt zu etablieren. Umso wichtiger wird es für Banken und Sparkassen, treffende Antworten auf die aktuellen Entwicklungen zu finden. Kooperationen mit FinTechs und die Entwicklung eigener Lösungen werden daher in Zukunft immer wichtiger.

Ein weiterer Trend: BigTechs, zum

## EXTRACT

Aus Startups sind Unicorns geworden, die mehr und mehr Kunden gewinnen – beste Beispiele: N26, Klarna, Check24.

GOLDILOCKS



SONDERAUSGABE





## **2**BANKEN & FINTECHS

Wie reagieren die deutschen Finanzinstitute auf den FinTech-Markt und welchen strategischen Fokus setzen sie?

#### DIE PHASE DES **GEGENEINANDERS IST VORBEI!**

Digitale Innovationen, damit einhergehende Geschäftsmodelle und die dadurch neu entstehenden Kundenbedürfnisse sind die Treiber für die digitale Transformation von Banken. Diese Entwicklungen werden aktuell vor allem von FinTechs vorangebracht. Banken und Sparkassen geraten zunehmend unter Druck und befürchten den Verlust von Marktanteilen. Vor allem. weil die Produkte und Services der Finanz-Startups meist kosteneffiziente und nutzerzentrierte Lösungen bieten.

Aus dieser Lage heraus, findet bei den

Banken ein Umdenken statt: FinTechs

werden nicht mehr ausschließlich als bedrohliche Konkurrenz gesehen, vielmehr wollen die etablierten Kräfte der Finanzbranche Synergiepotenziale nutzen und FinTechs in ihre strategische Ausrichtung integrieren. Im Ergebnis entscheiden sich immer mehr Banken für die Zusammenarbeit mit FinTechs. Sie locken die neuen Marktteilnehmer mit massenhaftem Kundenzugang und erhoffen sich im Gegenzug einen schnellen Zugang zu neuen Technologien und nutzerzentrierten Services. Kooperationen dieser Art bieten reichlich Potenzial für beide Seiten. Aber welche

welche Vorteile bieten sie im Einzelnen?

Seit Beginn der aktuellen FinTech Welle

weisen deutsche Finanzinstitute

reichen von Kooperationen,

Formen der Zusammenarbeit gibt es und

#### verschiedene Reaktionen auf die FinTech-Herausforderung auf. Die Maßnahmen

RÜCKBLICK

Förderprogrammen, Investitionen und M&A bis hin zu In-house Innovationen. **STRATEGISCHE** 

#### **01 KOOPERATIONEN** Partnerschaften, Kooperationen oder Joint Ventures mit FinTechs, um neue

MODELLE DER

ZUSAMMENARBEIT

unterschiedlich auf FinTechs

Deutsche Finanzinstitute reagieren

**BEISPIELE** CrowdDesk, Scalable Capital, Yomo, Traxpay, Raisin, Billie, Friendsurance, Clark, Zinsland, Bergfürst

Technologien und Produkte/Services zu

FinTechs, um deren Produkte zu nutzen.

entwickeln. Sowie Kooperationen mit

### **02 FÖRDERPROGRAMME**

Unterstützung durch

Entwicklung von Accelerator-

Programmen, Tech-Hackathons,

finanzieller Unterstützung. BEISPIELE Startup Garage, Blue Water, Fintech Europe, Next Commerce Accelerator, SNIC, GENOHackathon, Unicredit

Hackathon, TechQuartier, InsurLab,

Stuttgart Hackathon, Symbioticon,

überwiegend Minderheitsbeteiligungen.

unabhängigen Fonds oder der Teilnahme

an Finanzierungsrunden annehmen.

Mentorenprogramme. Der Fokus dieser

Förderungen liegt hauptsächlich auf nicht

Investment von Eigenkapital in FinTechs –

Investment kann die Form von

dedizierten Investmentvehikeln,

**03 INVESTITIONEN** 

FinTech Days

BEISPIELE

#### Deposit Solutions, Yes, Optiopay, Zeitgold, FinCompare, entrafin, Getsafe,

Vermietet.de, LIQID

Remind.me, Finleap, HAUSGOLD,

04 M&A Komplette Akquisition eines FinTechs. Post-Merger-Integration in die Käuferentität, inklusive Integration des

Produktangebots in das Produktportfolio

BEISPIELE

Lendico

der Käuferbank.

Anmerkung: Klassifikation der Response Models der Banken basiert auf der EY Veröffentlichung "Unleashing the potential of FinTech in banking"



#### ÜBERBLICK ZU FINTECH-AKTIVITÄTEN AUSGEWÄHLTER BANKEN

Stand 2019

BANKEN	KOOPERATIONEN		
Aktivitätslevel	kein niedrig mittel hoch		
GESAMTAKTIVTÄT	•		
Commerzbank	9		
Deutsche Bank			
HypoVereinsbank			
ING			
N26			
Santander			
Volks- und Raiffeisenbanken			
Targobank			
SPARKASSEN			
BANKEN	02 FÖRDERUNGEN		

01

Aktivitätslevel	kein	niedrig	mittel	hoch	
GESAMTAKTIVTÄT					
Commerzbank		9			
Deutsche Bank					
HypoVereinsbank	<				
ING					
N26					
Santander					
Volks- und Raiffeisenbanken					
Targobank					
SPARKASSEN					
	03				
BANKEN	INV	ESTI	TIO	NEN	
Aktivitätslevel	kein	niedrig	mittel	hoch	

Aktivitätslevel	kein niedrig mittel hoch
GESAMTAKTIVTÄT	
Commerzbank	
Deutsche Bank	
HypoVereinsbank	र् ।
ING	
N26	
Santander	0
Volks- und Raiffeisenbanken	
Targobank	
SPARKASSEN	
BANKEN BANKEN	04 M&A
Aktivitätslevel	kein niedrig mittel hoch
GESAMTAKTIVTÄT	

HypoVereinsbank						
ING						
N26						
Santander						
Volks- und Raiffeisenbanken						
Targobank						
SPARKASSEN						
keine Aktivität O Aktivitäslevel						
ERKENNTNIS						
Eine Überprüfung der strategischen Reaktionen ausgewählter Banken zeigt, dass meist ein Multi- Response-Ansatz verfolgt wird, obwohl in						

Commerzbank

**Deutsche Bank** 

Response-Ansatz verfolgt wird, obwohl in der Regel ein bestimmtes Modell bevorzugt wird. Kooperationen und Investitionen sind nach wie vor die bevorzugten Methoden, gemessen an der Anzahl der Fälle in den jeweiligen Bereichen. Im Vergleich zu früheren Jahren haben diese Banken jedoch auch ihre eigenen FinTech-Aktivitäten erheblich ausgeweitet und insbesondere In-house Innovationen intensiviert. Dies wurde nicht zuletzt durch branchenweite Neuerungen wie der Öffnung von Bankkontodaten für Dritte ("Open Banking") befeuert.

\*N26 ist als wachsender Konkurrent zu Vergleichszwecken in die Analyse aufgenommen worden.





#### AKTIVITÄT 01 **KOOPERATIONEN**

Kooperationen zwischen Finanzinstituten und FinTechs sind seit geraumer Zeit ein akzeptiertes Mittel zur Geschäftserweiterung. Dabei kann bei begrenztem Ressourceneinsatz und Risiko experimentiert und skaliert werden. Kooperationen bestehen zwischen allen möglichen Marktteilnehmern – zunehmend auch über Sektorengrenzen hinweg, als Bausteine neuer Ökosysteme.

Prominente Beispiele sind die

Kooperation der ING mit dem Robo-Advisor Scalable Capital oder die Zusammenarbeit der Sparkassen mit dem FinTech-Versicherungsmanager Clark. N26 unterhält ebenfalls diverse Partnerschaften mit Finanz-Startups und auch Player der Mobilitäts- oder Gesundheitsbranche beginnen zunehmend, Zahlungs- oder Mehrwertlösungen in ihre Dienstleistungsportfolios zu integrieren.

#### Partnerschaft zwischen einer Bank und

**ERKENNTNIS** 

allem der Zugriff auf den Kundenstamm des jeweiligen Partners. Banken profitieren von der Agilität der FinTechs.

einem FinTech. Ziele der FinTechs sind vor

Eine Kooperation ist eine strategische

#### zugreifen. Scalable Capital bietet dabei einen Robo Advisor, der das investierte Kapital der Kunden, dem persönlichen

Risikoprofil entsprechend, voll-

auf das Angebot von Scalable Capital

MIT SCALABLE CAPITAL

Seit Dezember 2017 können ING Kunden

ING KOOPERATION

automatisiert anlegt. Das Angebot ist komplett in die Systeme der ING integriert: In der ING Internetbanking-App kann ein Depotkonto eröffnet und ein "Scalable Konto" angelegt werden. Dabei zahlen die Anleger 0,75 Prozent p.a. auf das verwaltete Vermögen, aber mindestens 75 Euro. Die Partner haben ein Fee Sharing vereinbart, wodurch die Gebühren aufgeteilt werden. Im Mai 2019 wurde angegeben, dass 20.000 ING

AuM, also des verwaltetem Gesamtvermögens. Stand September 2019 stieg diese Summe auf über eine Milliarde Euro. 1 3

Kunden über Scalable mehr als 500

Millionen Euro investiert haben. Das

entsprach circa der Hälfte von Scalables

01

02 Im ING Internetbanking-Depot

und Scalable-Konto eröffnen.

Risikobereitschaft zu ermitteln.

Fragebogen ausfüllen, um

#### 03

Geld von Scalable automatisch verwalten lassen.







#### AKTIVITÄT 02 **FÖRDERPROGRAMME**

Eine weitere Möglichkeit, um FinTechs

kennenzulernen, zu bewerten und möglicherweise Kooperationen anzubahnen, sind Förderprogramme. Dazu zählen so unterschiedliche Formate wie Acceleratoren oder Inkubatoren, Hackathons, interne Innovationsgruppen, Venture-Capital-Fonds und weitere. Die meisten größeren Banken haben bereits in der Vergangenheit eigene Programme etabliert. Beispiele sind die Digital Factory der Deutschen Bank, der Main Incubator der Commerzbank oder der Sparkassen Innovation Hub. Im Versicherungsbereich ist hier das Programm Allianz X zu nennen. Zumeist kleinere Marktteilnehmer wählen zudem verstärkt öffentliche Netzwerke, beispielsweise die Initiative de:hub, beispielsweise die de: hub Initiative InsurLab Germany e.V. in Köln oder das TechQuartier in Frankfurt, um ähnliche Funktionen zu erfüllen. Wichtig erscheint dabei, klare Prioritäten

Hackathons gearbeitet, die unter anderem durch gemischte Teams und die Chance auf den Gewinn von Entwicklungsbudgets Teilnehmer aus der FinTech-Landschaft anziehen. **ERKENNTNIS** 

Die meisten deutschen Finanzinstitute

haben bereits in der Vergangenheit ihre

eigenen Programme etabliert. Daher

wurden in den letzten drei Jahren nur

reicht also längst nicht mehr, auf diesem

Feld nur dabei zu sein. In Zukunft werden

zu setzen und sich proaktiv zu beteiligen.

In diesem Sinne wird zunehmend mit

#### wenige neue Initiativen gestartet. Es

Förderprogramme noch stärker an ihren Erfolgen in Bezug auf den Output an innovativen Ideen für Produkte und Services gemessen werden. **BEST-PRACTICE-**BEISPIELE

Die Innovationsplattform Plug and Play

gründete 2018 in Kooperation mit der

Deutschen Bank und TechQuartier das

Programm FintechEurope. Hier können

erwerben und verpflichten sich damit zur

Die Symbioticon findet einmal im Jahr

etablierte Player eine Mitgliedschaft

Zusammenarbeit mit gescouteten

#### Startups. Ein weiterer Partner ist die DZ Bank.

**SYMBIOTICON** 

**FINTECHEUROPE** 

statt und kombiniert den Hackathon der Sparkassen-Finanzgruppe mit Elementen einer Tech-Konferenz. Die Veranstaltung geht im November 2020 in die fünfte Runde. Startups, FinTechs, Entwickler und Kreative bilden hier Teams und entwickeln innerhalb von drei Tagen Prototypen oder Konzepte für die Sparkassen von morgen. Die Siegerideen werden in Zusammenarbeit mit dem Sparkassen Innovation Hub weiterentwickelt.

**TECHQUARTIER** 

Das TechQuartier ist ein zentraler FinTech-Hub in Frankfurt. Es bietet Coworking-Fläche für Startups, aber auch für große Unternehmen. Hier finden eine Vielzahl von Events rund um das Thema FinTech statt. Partner sind die DZ Bank, ING, Deutsche Bank, Commerzbank und Helaba. Teil der Community sind mehr als 260 Startups. Aus der Kooperation mit weiteren Unternehmen sind zudem

oder, gemeinsam mit Plug & Play, die Innovationsplattform FinTech Europe entstanden.

Programme wie die EY Start-up Academy



GOLDILOCKS

#### AKTIVITÄT 03 INVESTITIONEN

Häufig beteiligen sich etablierte Unternehmen an FinTechs. Im Gegensatz zu M&A Aktivitäten handelt es sich bei dieser strategischen Reaktion um das Halten einer Minderheitsbeteiligung. Die Gründe hierfür können vielfältig und beispielsweise finanzieller oder strategischer Natur sein.

Investoren in der Frühphase bereits Einfluss auf die weitere Entwicklung und Roadmap von Startups – auf Kosten der etablierten Konkurrenz. Daher werden manche Startups implizit regelrecht zu erweiterten Talent- und Produktschmieden ausgebaut.

Häufig sichern sich strategische

#### Frühzeitig auf die richtigen strategischen

Investments zu setzen kann

**ERKENNTNIS** 

Wettbewerbsvorteile schaffen – und ist ein klarer Erfolgsmesser für die Investment-Teams der etablierten Finanzdienstleister.

## FINTECHS 01 SEED-PHASE COMDIRECT STARTUP GARAGE

**COMMERZBANK-**

INVESTMENT IN

an Experten, technische Ressourcen,
Arbeitsplätze und Startkapital.

Startups:
Fino, FinGym, Aaron AI, Anyfolio, Cocktail
Trade

Der Fokus liegt auf Gründern und ihren

Ideen. Ziel ist eine Prototyp-Entwickelung

in der "Garage". Die Startup Garage bietet

Gründern Zugang zu Kunden, einen Pool

#### Hier werden FinTechs von der Gründung

**02 FRÜHPHASE** 

MAIN INCUBATOR

in das Commerzbank-Portfolio zu integrieren. Das Programm bietet Startups strategische Finanzierung, Expertise und Zugang zum Netzwerk der Commerzbank.

Optiopay, Zenhome, E bot7, Authada

03 WACHSTUMSPHASE

bis zum Go-to-Market unterstützt. Das

Ziel ist es, Produkte und Dienstleistungen

#### COMMERZVENTURES

Startups:

Dieser Venture-Capital-Fonds beteiligt sich mit einem jeweiligen Finanzierungsvolumen von zwei bis zehn Millionen Euro. Ein Erfolgsbeispiel ist das

Startup Payworks, das von Visa gekauft

#### Startups:

wurde.

Mambu, Iwoca, Etoro, Marqueta, Getsafe, Paykey, Bankin, Mnyway







## AKTIVITÄT 04 MERGERS & ACQUISITIONS

Im Gegensatz zu einem Investment wird bei einer M&A-Transaktion die Kontrolle über das gesamte Unternehmen erlangt. In den vergangenen Jahren war die M&A-Aktivität rund um FinTechs relativ niedrig, sodass sich hier kein klarer Trend ablesen lässt. Interessanterweise gehen nun jedoch verstärkt etablierte FinTechs auf Einkaufstour. So sorgten der Kauf der MHB Bank durch raisin sowie die Aufkäufe diverser Makler durch wefox und Clark für Aufmerksamkeit. Welche Kriterien, zum Beispiel Kundenanzahl, für zukünftige Konsolidierungen entscheidend werden, wer diese anführen und ob sie überhaupt stattfinden werden, bleibt jedoch abzuwarten.

#### M&As bieten noch immer einen schnellen Zugang zu innovativen Lösungen und

**ERKENNTNIS** 

Produkten. Gleichzeitig werden teure Inhouse-Entwicklungen umgangen und die Produkteinführungszeiten minimiert. Etablierte Unternehmen kaufen sich zudem ein Stück agile und innovative Startup-Kultur ein.
Insbesondere durch die zuletzt vollzogenen M&As durch FinTechs und BigTechs dürften auch etablierte Finanzinstitute in diesem Bereich wieder aktiver werden.

#### Kredite. Der Antragsprozess erfolgt hier vollständig digital. Das FinTech konnte bisher jedoch nur mäßige Erfolge

verzeichnen. Die vermittelten

Lendico ist eine Kreditplattform für KMU-

ING AKQUIRIERT

**LENDICO** 

Kreditvolumina sind bislang begrenzt und belaufen sich auf fünf Millionen Euro im Monat. Aus den Märkten Polen, Spanien und Südafrika musste sich das Unternehmen bereits wieder zurückziehen.

WARUM ING AKQUIRIERTE

Durch gezielte Kooperationen, zum Beispiel mit Scalable Capital sowie Clark,

#### für ING ist also vermutlich die Übernahme des Marktzugangs von Lendico, um keine

und Akquisitionen sollen Teile des

outgesourced oder deren Entwicklung

beschleunigt werden. Ziel der Akquisition

Geschäftsmodells an FinTechs

eigene Entität aufbauen zu müssen.
Voraussichtlich will ING ein Portfolio für KMU-Kredite aufbauen und hat mit Lendico den ersten Schritt getan.

KMU-INVESTITIONEN

Fincompare bietet eine Vergleichsplattform für KMU-Finanzierung an. Das FinTech greift auf über 250 Finanzierungspartner zurück, um seine Unabhängigkeit zu sichern. ING hat

strategische Akquisitionen, um diesen Prozess zu beschleunigen. TRANSAKTIONSHISTORIE\*

Die Bank hat das Ziel, sich im KMU-

Markt zu etablieren und setzt auf

durch den ING Ventures Fond in

Fincompare investiert.

#### ING Deutschland kauft Fintonic Finanzplaner

## **Februar 2018**ING Global kauft Makelaarsland

**JUNI 2017** 

(Immobilienmakler) & Lendico

## **März 2018**ING Global kauft Payvision

(Bezahldienstleistungen)

Juni 2018

ING Global verkauft Payconiq

(Bezahldienstleistungen)

\* Quelle: ING, Lendico





### INNOVATE IN-HOUSE!

Vier Faktoren für erfolgreiche In-house Innovation

Erfolgreiche Unternehmen im Markt

leben von Innovationen, da diese die frühzeitige Einführung von neuen Produkten und Services ermöglichen. In-house Innovationen stärken die Fähigkeiten des eigenen Unternehmens und machen es interessanter für aktuelle und zukünftige Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.



#### Kundenbedürfnisse und einen steigenden Wettbewerb einzustellen. Zum anderen setzen Faktoren wie Änderungen in der

Regulatorik, anhaltende Niedrigzinsen sowie neue Technologien und Marktteilnehmer die Institute unter Druck.

Um in diesem Umfeld zu bestehen, gilt es, den Kunden attraktive Lösungen zu bieten und ihnen in der digitalen Welt eine finanzielle Heimat zu schaffen. Dabei setzen immer mehr Banken und Sparkassen auf In-house Innovation, also Innovationen, die aus dem Unternehmen

heraus entstehen. Für die Sparkassen-

Finanzgruppe treibt die Finanz Informatik

(FI) als zentraler IT-Dienstleister gemeinsam mit ihren Töchtern wie der Star Finanz diese Entwicklung im Verbund mit den anderen Partnern der Sparkassen-Finanzgruppe voran. Der Fokus des In-house Innovation-Prozesses: Auf den aktuellen technologischen Möglichkeiten aufsetzen und digitale Lösungen für das Banking von morgen bereitstellen. Dazu hat die FI frühzeitig Innovationsprojekte rund um Künstliche Intelligenz (KI), Voice-Banking oder Data Analytics initiiert, da diese eine Schlüsselrolle für kundenzentrierte Innovationen einnehmen. Mit dem Sparkassen Innovation Hub hat die FI darüber hinaus – gemeinsam mit den Beiratsmitgliedern aus elf Sparkassen, der DSV Gruppe und dem DSGV – einen weiteren Impuls gesetzt, um neue Produktideen zu entwickeln und die Veränderungen durch die Digitalisierung für die Sparkassen zu nutzen. Damit dieser Weg zum Ziel führt, spielen vier Erfolgsfaktoren bei In-house Innovation eine wichtige Rolle. 01 | Erfolgreich starten: Mit einer ausführlichen Marktanalyse Trends und Märkte verstehen Um Innovationen zu schaffen, braucht es umfassendes Wissen. Dieses entsteht durch intensive Marktrecherchen, den engen Austausch mit FinTechs und Tech-

## und neue Marktbegleiter verändern. 02 | Mit Technologie-Know-how

Wer Neues schaffen will, muss die Welt

von morgen verstehen. Dazu gilt es, neue

Technologien stets im Blick zu behalten,

etwa Blockchain, KI, Conversational

Konsumenten durch die Digitalisierung

Partnern sowie regelmäßige

Tiefeninterviews im Rahmen von

Produktentwicklungen. Dabei ist

zunächst abzuleiten, welche aktuellen

Einflüsse und Trends für Banken und

auch, wie sich die Bedürfnisse der

punkten: Wissen als Basis für

Innovationen

Sparkassen bei der Entwicklung neuer

Produkte relevant sind. Zu analysieren ist

Interfaces oder Augmented und Virtual Reality. Auch wenn es für eine Technologie heute noch keine konkreten Anwendungsfälle gibt – dies kann sich sehr schnell ändern. Besonders vielversprechend ist es, gemeinsam mit Kunden und Partnern neue Geschäftsmodelle zu entwickeln und dabei langfristig Know-how über neue Technologien aufzubauen. So werden Zukunftsszenarien auf Basis aktueller Entwicklungen extrapoliert, einschließlich zukünftiger Gesetzgebungen und gesellschaftlicher Veränderungen. Im Ergebnis entsteht ein Bild der Welt von morgen, in dem sich die veränderte Rolle von Banken und vor allem Sparkassen antizipieren lässt. 03 | Der Kunde im Fokus: Nutzerbedürfnisse als zentraler Bestandteil

der Produktentwicklung

Neue Produktideen entstehen ausgehend

diesem Grund werden spätere Anwender

von den Bedürfnissen der Kunden. Aus

sehr früh in den Entwicklungsprozess

und User Interfaces sind elementarer

berücksichtigen Trends und gelernte

Muster, vermitteln zwischen technischen

und regulatorischen Restriktionen und

Bestandteil in diesem Prozess: Sie

integriert. Experten für User Experience

# kreieren so Lösungen, die ideal auf die tatsächlichen Kundenbedürfnisse einzahlen. Diese Arbeitsweise ist eine Fortschreibung der klassischen Produktentwicklung von Banken und Sparkassen, wobei von digitalen Playern wie Fin- & InsureTechs, aber auch von den

BigTechs gelernt werden kann.

04 | Auf Herz und Nieren:

und Services auf Relevanz und

**Umfeld testen** 

Innovationen in einem objektiven

Im letzten Schritt werden neue Produkte

Nutzerfreundlichkeit geprüft. So lassen

erwartende Erfolge frühzeitig erkennen.

sich mögliche Fehler, aber auch zu

Denn am Ende werden aus den eigenen Ideen definitionsgemäß erst dann Innovationen, wenn sie in neuen Produkten, Dienstleistungen oder Verfahren aufgehen, die erfolgreich am Markt bestehen. Hierfür gilt es, geeignete Mechanismen und Messgrößen zu entwickeln, die die Kundenakzeptanz nachweisbar machen. **Unser Fazit** Innovationen, die im eigenen Unternehmen oder der eigenen Unternehmensgruppe entstehen und gegebenenfalls gemeinsam mit agilen Partnern vorangebracht werden, tragen zum langfristigen Unternehmenserfolg bei. Sie bieten dabei nicht nur die Chance, eigene Kompetenzen aufzubauen oder zu

#### Ein weiterer Vorteil: Mit erfolgreichen Innovationen nimmt ein Unternehmen

eine Vorreiterrolle ein, da es die Produkte

oder Services frühzeitig anbieten kann.

Zudem ist es im Markt für neue

erweitern, sondern verschaffen

gleichzeitig Kon-trolle über die

Sparkassen können dabei gezielt

entwickelt werden.

Schwerpunkte der Produktenwicklung

entscheiden und lenken, auf welchen

Feldern Ideen für Produkte und Service

und den Ressourceneinsatz. Banken und

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sichtbarer und deutlich interessanter.

Daher lautet unsere Empfehlung: Innovate in-house!



#### DIE ERSCHAFFUNG ODER BETEILIGUNG AN EINEM FINANZ-ÖKOSYSTEM WIRD FÜR ETABLIERTE BANKEN ZUR NORMALITÄT WERDEN

Rollen beispielhafter Ökosysteme

Besitzen und pflegen die

ÖKOSYSTEMBETREIBER

Kundenbeziehung und betreiben damit eine Plattform nach dem Prinzip "the winner takes it all". Entscheiden über den Zugang zum Ökosystem und verbinden die Teilnehmer miteinander, um den Kundenwert zu optimieren. Sowohl White-Label als auch Ökosysteme mit eigener Marke bekannt.

## Ermöglichen Ökosysteme durch technologische Infrastruktur, notwendige

**ÖKOSYSTEM "FACILITATORS"** 

Lizenzen, Daten oder andere Assets für die Funktionsfähigkeit. Stellen Dienstleistungen außerhalb der Kernkompetenz der Ökosystembetreiber zur Verfügung, beispielsweise im Falle zu hoher Kosten in der Eigenentwicklung oder bei zu hoher Komplexität.

#### Dienstleistungen und/oder Daten zur

Verfügung. Definieren die Value

ÖKOSYSTEMTEILNEHMER

Proposition für den Endkonsumenten.
Können in diversen Ökosystemen als
Anbieter agieren, welche auch
miteinander konkurrieren können.

ÖKOSYSTEMKUNDEN

Konsumieren Services und Produkte der

Ökosysteme, häufig mit Unterstützung

Stellen Kundenmehrwerte in Form von

#### des Ökosystemanbieters. Nutzen in der Regel wenige Ökosysteme (Singlesign-on).

\*\_1

2



SolarisBank, Fidor, Star Finanz /

Sparkassen)

Sparkassen Innovation Hub (für die

Deutsche Bank, ING, Allianz
Zahlreiche Dienstleister und
Partner

Ökosystemkunden
Endkunde, KMU und Corporates

Teilnehmer versuchen

Allianz, Deutsche Bank, ING

Betreiber zu werden

Ökosystemteilnehmer

## ERKENNTNIS

Während die meisten Finanzinstitute im Umgang mit FinTechs einen Multi-Response-Ansatz verfolgen, bieten die derzeit von Finanzinstituten verwendeten individuellen Reaktionsmodelle eher ad-hoc-Silolösungen als eine umfassende kombinierte Reaktion. Ein Response-Modell, das in der Lage ist, die Gesamtheit an Services rund um die

finanziellen Entscheidungen des Kunden in einer digitalen Plattform zu bündeln, wird sich wahrscheinlich als überlegen herausstellen.





# CASE STUDY BEYOND-BANKINGÖKOSYSTEM VON ALLIANZ

der Allianz Gruppe und tritt mit dem Ziel an, ein Ökosystem mit Unternehmen zu schaffen, die für die Allianz Gruppe strategisch relevant sind. Allianz X kombiniert die Bereiche

Mobilität, vernetzte Immobilien, vernetzte

Allianz X ist die digitale Investmenteinheit

Gesundheit, Vermögensverwaltung und Altersvorsorge sowie Datenintelligenz und Cybersicherheit in einem digitalen Ökosystem. Es umfasst daher nicht nur finanzielle, sondern insbesondere auch technologische Dienstleistungen, zum Beispiel den Einsatz von Drohnen, Künstlicher Intelligenz (KI) und Telemedizin.

Seit der Gründung im Jahr 2013 wurde

Kontinenten investiert. Ein digitaler
Accelerator und ein Innovationszentrum
im asiatisch-pazifischen Raum sind
ebenfalls Teil der Digitalisierungsstrategie
der Allianz Gruppe.

Mit großer Aufmerksamkeit wurde seit der
Ankündigung im Sommer 2019 die
Entwicklung der Allfinanz-Plattform Iconic

Finance verfolgt. Seit Anfang 2020 ist die

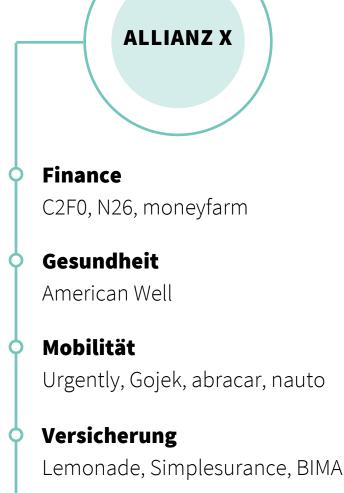
dabei in 14 Unternehmen auf fünf

Ausgründung nun als 'HeyMoney' im Markt. Damit mischt die Allianz aktiv im wiederbelebten Bancassurance-Wettstreit mit. Interessant ist zudem, dass sich die Allianz zutraut, auch Produkte von Drittanbietern auf der Plattform zu vertreiben und damit das Ambitionsniveau als zentrale, nicht bankenbesetzte Kundenschnittstelle im Finanzleben der Kunden unterstreicht.

ÖKOSYSTEM DER ALLIANZ AM BEISPIEL DER INVESTMENT-

## Allianz

**GESELLSCHAFT ALLIANZ X** 



QuanTemplate, 1QBit

IT

DRL

Luftfahrt

ALLIANZ GLOBAL

Neben dem Ökosystemansatz setzt

die Allianz Gruppe einen weiteren

**DIGITAL FACTORY** 

Fokus auf ihre Digital Factory in
München. Sie wurde 2016 gegründet
und ist die digitale
Transformationseinheit, die mit
Allianz-Unternehmen auf der ganzen
Welt zusammenarbeitet, um Lösungen
zu entwickeln – zum Beispiel in den
Bereichen Geschäftstransformation,
Steigerung der Kundenzufriedenheit,

Geschäftseffektivität und Effizienz.

Quelle: Allianz

#### GOLDILOCKS SONDERAUSGABE

## GEMEINSAM DAS DIGITALE ÖKOSYSTEM AUSBAUEN

Dank erfolgreicher Kooperationen mit FinTechs sind die Sparkassen dabei, ihren Platz in der Plattformökonomie zu

Plattformökonomie zu behaupten.



## Deutscher Sparkassen- und Giroverband, Berlin

Mit Blick auf den FinTech-Markt steht für uns fest: Die Phase des Gegeneinanders ist längst vorbei. FinTechs vs. Banken und

Sparkassen war gestern – heute und in Zukunft können beide Parteien nur voneinander profitieren. Mit FinTechs Ideen und Geschäftsmodelle ausprobieren und dabei gemeinsam Mehrwerte für unsere Kunden schaffen – so kann es gehen. Dabei überzeugen FinTechs mit ihrer digitalen Expertise, kurzen Entwicklungszyklen und ihrem Know-how bei der User Experience (UX). Die Sparkassen bringen als Pfunde ihre Kundenbasis, die große Kundennähe und regulatorische Kompetenz mit ein. Die Entwicklungen rund um PSD 2 haben wir daher von Beginn an als Chance betrachtet, um unsere digitalen

Dienstleistungen über das Online-

Angebot kundenfokussiert auszuweiten.

Multibanking in der Finanzplattform der Institute ist hier ein erster Schritt. Und in den Bereichen Video-Legitimation sowie Kontowechselservice haben wir bereits sehr gute Erfahrungen bei der Integration von FinTech-Lösungen gemacht. Auch in den digitalen Ökosystemen anderer Anbieter werden die Sparkassen immer mehr erlebbar sein. Beispiele sind hier die Einbindung der Filial- und Geldautomatenadressen der Sparkassen in Google Maps sowie die Platzierung von Immobilienangeboten in den großen Internetportalen. Im Jahr 2020 und darüberhinaus werden wir die Partnerschaften noch weiter ausbauen. Der Sparkassen Innovation Hub ist dabei die zentrale Anlaufstelle für Kooperationen mit FinTechs und Startups. Hier entstehen Ideen für die Services und Produkte von morgen, die

Unsere Ausgangslage ist dabei besser als von mancher Seite behauptet: Die Internet-Filiale und die Sparkassen-App sind heute Touchpoints für die Finanzaktivitäten von 17 Millionen Kunden. Daraus leiten wir für die Sparkassen den Anspruch ab, in der Plattformökonomie die direkte Kundenschnittstelle zu behalten und diese noch auszubauen. Es kann nicht unsere Perspektive sein, zum reinen Infrastrukturprovider für FinTechs und weitere Tech-Startups zurückzufallen.

gemeinsam mit FinTechs und Kunden

entwickelt werden.

Weitere Tech-Startups zurückzufallen.

Vielmehr ist es unser Ziel, das Girokonto der Sparkassen zur digitalen Plattform und zu einem eigenen Ökosystem auszubauen. Dabei wird diese Plattform nicht allein Kunden der Sparkassen-Finanzgruppe offen stehen. Zudem werden wir hierüber ein regionales und überregionales Serviceangebot außerhalb des Kerngeschäfts bieten.

### LESETIPP

Bereits in Ausgabe #5 unseres
Magazins zeigte Dr. Schmalzl in
seinem Gastbeitrag ,5 Thesen zur
API-Strategie der SparkassenFinanzgruppe' auf, welche Chancen
die Digitalisierung für die
Sparkassen bietet.



SPARKASSEN INNOVATION HUB



## **3** CONSUMER FINANCE

Welche Faktoren bestimmen den Bereich Consumer Finance und was versprechen die neuen Geschäftsmodelle?

## CONSUMER **FINANCE IN DEUTSCHLAND**

Eines der attraktivsten Retail-Banking-Segmente

## IN DEUTSCHLAND

Laut einer Statistik der Bundesbank

**CONSUMER FINANCE**\*

wächst das Neugeschäft mit Konsumkrediten in Deutschland seit Jahren stabil. Dank positiver Faktoren wie einem

hoher Kreditzinssätze, ist der Consumer-Finance-Markt auch im derzeitigen Niedrigzinsumfeld eine profitable Einkommensquelle. Diese Marktattraktivität macht Consumer Finance für immer mehr Wettbewerber –

insbesondere auch für FinTechs -

**WICHTIGE FAKTOREN** 

interessant. Dies drückt sich in einer

zuverlässigen Rückzahlungsverhalten und

steigenden Wettbewerbsintensität aus, die durch digitale und neuartige Produktangebote getrieben wird.

#### 01 **KANALWANDEL** Der Vertrieb findet immer häufiger über digitale und mobile Kanäle

**IM CONSUMER-FINANCE-MARKT** 

**NEUE PRODUKTE** Revolvierende Kreditkarten und

Finanzierungen direkt am Point of

Sale (PoS) kommen in Deutschland

statt.

02

03

#### vermehrt auf.

STEIGENDER WETTBEWERB Der Consumer-Finance-Markt wird zunehmend von nichttraditionellen

Wettbewerbern besetzt. \* In dieser Studie wird Consumer Finance als jegliche Art

privater Konsumfinanzierung definiert – beispielsweise

uber Ratenkredite, aber exklusive Hypotheken.

GOLDILOCKS

SONDERAUSGABE







#### **MARKTCHARAKTERISTIKA**

Wichtigste Kundenattribute

#### HOHE CONSUMER CONFIDENCE

Konsum steigt tendenziell auch in den nächsten Jahren

## **ZENTRALE SCORINGINSTITUTE**SCHUFA und Co. erleichtern Banken das

Kreditscoring

#### **RÜCKZAHLUNGSVERHALTEN** 97,9 Prozent der Deutschen zahlen

ihre Schulden zurück

#### Hohe Bereitschaft, Konsum in der Zukunft

**BEREITSCHAFT** 

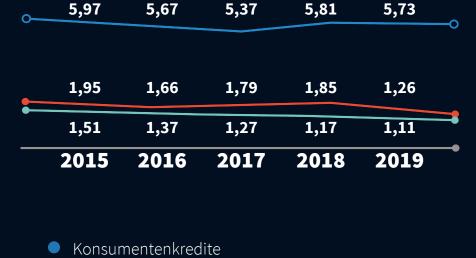
**ZUVERLÄSSIGES** 

zu finanzieren

## KONSUMENTENKREDITEN\* (%) Konsumentenkrediten bleiben seit Jahren

HOHE ZINSSTABILITÄT BEI

eine der profitabelsten Bereichen im Bankengeschäft in Detuschland



Unternehmenskredite

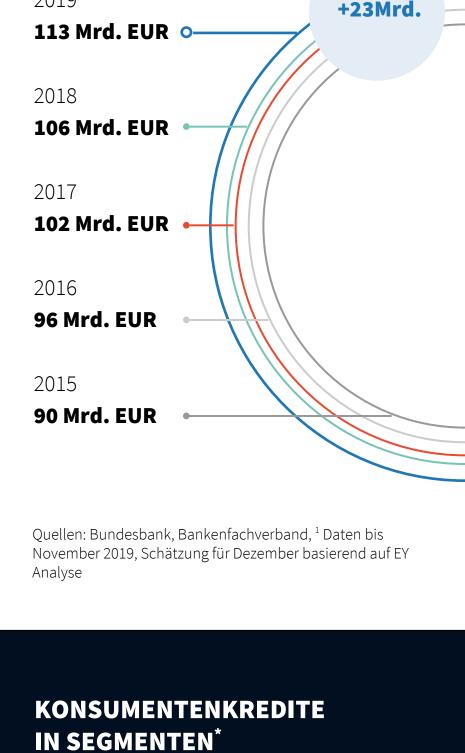
Wohnungsbaukredite

- \* Jahresendwerte, Quelle: Bundesbank, Bankenfachverband

KONSUMENTENKREDITE<sup>1</sup>

**NEUGESCHÄFT** 

2019



## Freie Verfügung 41% PKW

4% Sonstiges

Wohnwagen &

Krafträder

Möbel & EDV

**48**% -

**5**%

\* Beinhaltet nur Groß-, Regional- und sonstige Kreditbanken inkl. Zweigstellen ausländischer Banken. Quelle: Bundesbankstatistiken



### 01

## VERLAGERUNG HIN ZU ONLINE-KANÄLEN

#### STÄRKERE BEANSPRUCHUNG VON ONLINE-KANÄLEN

Der Kreditmarkt weist nach wie vor eine

hohe Komplexität auf, beispielsweise durch eine Vielzahl an Finanzierungsoptionen. Dagegen steigt die Anzahl an Online-Abwicklungen von Konsumentenfinanzierungen stetig. So wächst der Anteil an online abgeschlossenen Krediten sowohl im bestehenden als auch im Neugeschäft gegenüber dem traditionellen offline Point-of-Sale- und Filialgeschäft.

#### ENTSPRECHENDE DIGITALE LÖSUNG

**KUNDENBEDÜRFNIS UND DIE** 

• LÖSUNG:
Plattformen und Omnikanal-Prozesse

Leicht zugänglich

**BEDÜRFNIS:** 

• LÖSUNG:

Big Data / Al

• BEDÜRFNIS:

Schnell

BEDÜRFNIS:

LÖSUNG:

Digitale Identität für Online-Vertragsabschlüsse

**BEDÜRFNIS:** 

Intuitiv

• LÖSUNG:

vertragsabseritusse

Mobile Lösungen

**NEUGESCHÄFT** 

Nutzerfreundlich

2018 vs 2016

ca. 48% o

ca. 50%



5,8

# FILIALE ca. 33% ca. 37% INTERNET ca. 19% ca. 13% 2016 2018

#### ENTWICKLUNG DES ONLINE-KREDITGESCHÄFTS\* (in Mrd EUR)

7,1

2015 2016 2017 2018

\*Beinhaltet Groß-, Regional- und sonstige Kreditbanken

8,5

Bankenfachverband, Bundesbank

inkl. Zweigstellen ausländischer Banken, Quellen:



GOLDILOCKS



10,9

### 02

# STEIGENDE NUTZUNG RE-VOLVIERENDER KREDITKARTEN

# KREDITKARTEN IN DEUTSCHLAND

**AUFKOMMEN REVOLVIERENDER** 

Neben den weithin bekannten Charge-Kreditkarten etablieren sich nun auch revolvierende Kreditkarten im deutschen Markt. Bei revolvierenden Kreditkarten wird der monatliche Umsatz des Kunden nicht automatisch vom Konto abgebucht, sondern muss mittels manueller Überweisung beglichen werden. Wenn der Betrag nicht komplett bezahlt wird, wird er automatisch in einen Kredit umgewandelt.

# KEVOLVIERENDER KREDITKARTEN ANZAHL AUSGEGEBENER

MARKTENTWICKLUNG

UND WERT DER TRANSAKTIONEN

5,816 Mrd.

6,797 Mrd.

7,783 Mrd.

6,797 Mrd.

KREDITKARTEN MIT KREDITFUNKTION



8,01 **~**5,98**~**○ JANUAR

DURCHSCHNITTLICHE ZINSSÄTZE IN 2019 IN %\*





Bundesbank

#### 03

# FAKTOR FAKTOR STEIGENDER WETTBEWERBSDRUCK DURCH NEUE MARKTTEILNEHMER

#### TRADITIONELLE BANKEN

bedienen Konsumentenkredite als wesentlichen Bestandteil ihres Portfolios

#### **AGGREGATOREN**

erweitern ihr Produktangebot um Finanzdienstleistungen

#### **PEER-TO-PEER LENDING**

tritt als neue Kreditoption in den Markt ein

#### **CHALLENGER-BANKEN**

beginnen ihr Portfolio zu erweitern, indem sie auch Konsumkredite anbieten

#### **ZAHLUNGSANBIETER**

setzen mit Ratenkaufoptionen direkt im Kaufprozess an

#### **BIGTECHS**

haben das Potenzial, in den Consumer-Finance-Markt zu drängen

#### GOLDILOCKS SONDERAUSGABE

WIRD PRÄSENTIERT VON







#### ÜBERSICHT DER NEUEN WETTBEWERBER

#### **AGGREGATOREN** verändern das Nutzerverhalten in Bezug

auf die Kreditsuche und Nachfrage durch einen weitreichenden Vergleich verschiedener Kreditangebote. Dadurch ergibt sich ein erhöhter Kostenbeziehungsweise Margendruck für die Banken.

**P2P LENDING PLATTFORMEN** 

#### Kunden, die von anderen Anbietern als

fokussieren sich insbesondere auf

nicht kreditwürdig eingestuft werden. Zu beobachten ist eine steigende Kooperationsbereitschaft mit anderen FinTechs – zum Beispiel zwischen auxmoney und N26. **CHALLENGER-BANKEN** erfreuen sich zunehmender Beliebtheit

bei einer wachsenden Kundenbasis und

punkten durch innovative und intuitive

Ansätze. Während sie sich zunächst meist auf Kontoführung spezialisiert hatten, scheinen sie nun den Bereich Consumer Finance als Möglichkeit der Profitabilitätssteigerung zu sehen. ZAHLUNGSANBIETER sind die neuesten Marktteilnehmer im Bereich Consumer Finance. Da sie direkt

am Kaufprozess des Kunden beteiligt

wie Google, Apple, Facebook, Amazon

sowie Tencent und Alibaba zeigen klare

sind, erweitern sie ihr Portfolio

#### häufig, um im Rahmen der Zahlung auch Ratenkredite anzubieten.

**BIGTECHS** 

Anzeichen, neben Zahlungslösungen auch weitere Finanzdienstleistungen anbieten zu wollen. (siehe hierzu auch S. 26) Der Einstieg im Bereich Consumer Finance scheint hierfür ein möglicher nächster Schritt zu sein. **WETTBEWERBS-**

ENTWICKLUNG IM

**MARKT** 

2015

CONSUMER-FINANCE-

Die Marktanteile traditioneller Banken

und Sparkassen sinken bereits seit 2014.

#### Vor allem Großbanken und ausländische Wettbewerber scheinen davon zu profitieren. Da Aggregatoren die Kreditangebote meist nach den niedrigsten möglichen Zinsen sortieren,

Kreditinstitute ohne Lockangebote hier

Zahlungsanbieter bauen ihre Marktanteile

schneiden viele traditionelle

meist schlecht ab. Internationale

wiederum aus, indem sie die direkte Kundenschnittstelle im Geschäft am Point-of-Sale besetzen. Marktanteile (%) 45,3 44,8 43,9 41,8 25,0 23,4 22,6 21,2 23,7 22,9 21,6 19,1 <u> 11,3</u> 7,8 6,3 6,5 3,2 3,3 3,2 3,1

Regionale Kreditbanken & internationale Banken

2016

Sparkassen & Landesbanken

Genossenschaftsbanken

Sonstige Kreditinstitute

Großbanken

2017

2018

**ERKENNTNIS** 

den Consumer-Finance-Markt

eingetreten. Auch in Zukunft sind

In den vergangenen zehn Jahren sind

zahlreiche alternative Wettbewerber in

- Eintritte neuer Wettbewerber denkbar, zum Beispiel durch BigTechs. Während Kunden bis heute immer noch relativ großes Vertrauen in Banken haben, wodurch langfristige Beziehungen erhalten bleiben, werden im Bereich Konsumentenkredite auch andere Faktoren eine wesentliche Rolle spielen. Der Mehrwert, ein Kreditangebot in einem reibungslosen Prozess zu bekommen, das bessere
  - Konditionen auf Basis von präzisen Scoring-Modellen bietet, könnte in der digitalen Welt entscheidend werden. Mit wenigen Ausnahmen sind traditionelle Banken in diesem Bereich nicht stark vertreten. Solange die Konjunktur positiv bleibt, werden also immer mehr Anbieter versuchen, sich

in dieses Segment zu drängen.

Quellen: DSGV, EY Analyse

#### GOLDILOCKS SONDERAUSGABE

WIRD PRÄSENTIERT VON

Partner-Banken<sup>1</sup>

Wertangebot

Übliches Pricing

Partner-Banken<sup>1</sup>

Wertangebot

**Übliches Pricing** 

Partner-Banken<sup>1</sup>

Wertangebot

**Übliches Pricing** 

Partner-Banken<sup>1</sup>

Wertangebot

Übliches Pricing

Partner-Banken<sup>1</sup>

Wertangebot

Übliches Pricing

Partner-Banken<sup>1</sup>

Wertangebot

**Übliches Pricing** 

und Zinssatz

und Zinssatz

und Zinssatz

und Zinssatz

und Zinssatz

und Zinssatz

[UNITE

Eigengeschäft (Targobank,

Personalisierte Beratung

vertrauenswürdige Kredit-

durch eine stabile und

Ca. 1.000 - 80.000 EUR

Ca. 1,75 – 11,99%

Ca. 12 – 84 Monate

**EINZELHANDEL** 

Santander, BNP Paribas

Produkt und Finanzie-

rungsoption aus einer

Hand ermöglicht einen

reibungslosen Konsum-

Ca. 100 - 10.000 EUR

Kredit wird i.d.R. bei Part-

Eigengeschäft: SWK Bank

Komfortable Möglichkeit ei Überblick über Kreditangel

zu bekommen und bestmö lichen Kredit zu beantragen

Basiert auf Konditionen

der Partnerbank. Fokus

Lockangebot

**LENDING** 

zu erhalten

möglich

N26

Anbieters

**PEER-TO-PEER** 

SWK Bank, auxmoney

Ermöglicht Konsumenten,

nicht kreditwürdig genug

sind, Kredite durch Verbin-

Ca. 1.000 - 50.000 EUR

Zusätzliche Gebühren

**CHALLENGER-BANKEN** 

Bequemer und komplett

digitaler oder mobiler Kredit

eines innovativen Banking-

Ca. 1.000 - 25.000 EUR

ZAHLUNGSANBIETER

Verändert die Denkweise

des Kunden über Kredite,

des Bezahlprozesses wird

Bis zu ca. 5.000 EUR

Ca. 0,00 - 15,00% Ca. 2 – 24 Monate

<sup>1</sup> Auswahl der relevantesten Partnerbanken, 2 Inkl. Direktbanken, Quelle: Firmendaten, EY Analyse

> GOLDILOCKS SONDERAUSGABE

> > WIRD PRÄSENTIERT VON

SPARKASSEN INNOVATION HUB

indem Kreditantrag zum Teil

Klarna, PayPal

Ca. 2,01 – 20,75% Ca. 6 - 60 Monate

Ca. 3,20 - 19,50%

Ca. 12 – 84 Monate

dung mit privaten Investoren

die anderen Wettbewerbern

auf niedrigste Zinssätze al

nerbank abgewickelt

Ca. 0.00 – 15,20%

Ca. 6 - 60 Monate

prozess

anstalt

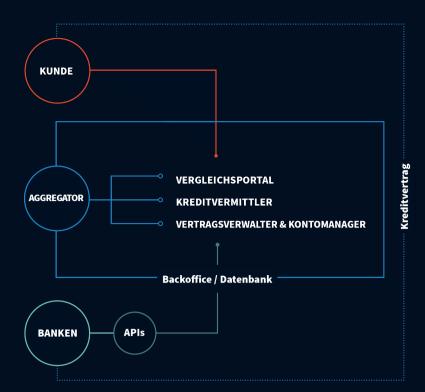
Postbank, ING DiBa)

TRADITIONSBANKEN<sup>2</sup>

**CONSUMER FINANCE** Wettbewerbsübersicht in Deutschland

### CASE STUDY AGGREGATOREN

Generisches Geschäftsmodell



#### **Pricing:** ca. 2 bis 5% Provision auf Kreditbetrag von

Banken für Kreditvermittlung und ca. 5% für Vermittlung von Restkreditversicherungen

#### STETIG STEIGENDE RELEVANZ

von Kreditprodukten können Aggregatoren dazu beitragen, die Suchkosten der Verbraucher zu reduzieren. Während Anfang der 2000er noch das

Kreditangebot einzelner Banken verglichen

Durch den Vergleich und die Vermittlung

wurde, werden heute Vergleichsportale bzw. Aggregatoren miteinander verglichen. Dieses sich wandelnde Kundenverhalten spiegelt sich auch in Googles Suchergebnissen wieder, wo bei Suchanfragen zu Bankprodukten vermehrt Aggregatoren noch vor den Banken erscheinen.

Aggregatoren gewinnen somit an

TOP 3 AGGREGATOREN NACH

wirtschaftlicher Bedeutung und bauen

Serviceangebot kontinuierlich aus.

gleichzeitig ihr Produkt- und

**KREDITVOLUMEN**\*



#### 02 SMAVA

ca. 2,0 Mrd. EUR

#### 03 FINANZCHECK

ca. 1,3 Mrd. EUR

\*Geschätzte Werte 2018, Quellen: Bundeskartellamt,

YouGov, Comdirect, finanz-szene, wik consult, EY Analyse







#### CONSUMER FINANCE: KENNZAHLEN ZU AGGREGATOREN



WICHTIGE FAKTOREN

szene, wik consult, EY Analyse

#### Aggregatoren gewinnen weiterhin an

**HOHE WACHSTUMSRATEN** 

derartigen Plattformen aufbauen.

AGGRESSIVE

MARKETINGMASSNAHMEN

Kreditvergleichsplattformen haben in der

Relevanz, da immer mehr Banken APIs zu

#### nahen Vergangenheit durch kostspielige Negativzinsaktionen auf sich aufmerksam gemacht. Unter anderem, indem sie den

Vergleichsportale als reine

höher.

MÄSSIGE MARKTABDECKUNG
Trotz breiter Bekanntheit und Akzeptanz werden nur etwa fünf Prozent aller Konsumentenkredite über Aggregatoren abgewickelt. Der Anteil an Kunden, die

Differenzzinsbetrag an die jeweiligen

Wastenintensiver Api-Aufbau
Um individualisierte Angebote anbieten
zu können, müssen Schnittstellen zu
Banken aufgebaut werden, wobei Kosten

Informationsquelle nutzen, ist damit

# in Höhe von sechsstelligen Beträgen pro Bank entstehen können. WHITE-LABEL-LÖSUNGEN VERBREITET Aufgrund des hohen Aufwands bieten nur

Check24, Smava, Finanzcheck und Verivox

eigenständige individualisierte Vergleiche

an. Andere Plattformen nutzen White-

tiefere Kundendurchdringung im Bankenwesen zu erreichen. So will etwa Check24 eine eigene Open-Banking-Plattform aufbauen und hat dafür eine Banklizenz beantragt.

# **GESCHÄFTSMODELLERWEITERUNG**Aggregatoren zeigen Ambitionen, eine

Label-Lösungen dieser Anbieter.

Banklizenz beantragt.

ERKENNTNIS

Aggregatoren sind seit jeher ein

Dilemma für etablierte Finanz-

dienstleister. Einerseits sind sie ein

wichtiger Lead- und Absatzkanal,

#### andererseits führen sie zu opportunistischerem Kaufverhalten der Kunden. Trotz zahlreicher nötiger

Abwägungen ist es für etablierte
Anbieter kaum mehr eine Option, auf
eine Listung bei den wesentlichen
Vergleichsportalen zu verzichten.
Zusätzliche Aktualität erhält dieser
Konflikt dadurch, dass Aggregatoren
mit ihren überlegenen Datensätzen,
ihren bekannten Marken und ihrer
Finanzstärke weitere Teile der
Wertschöpfungskette übernehmen
möchten. Dennoch bleiben die
Aggregatoren für den Moment ein
wichtiger Absatzpartner, gerade für
solche Marktteilnehmer, die über

keine eigenen digitalen Absatzkanäle

verfügen.

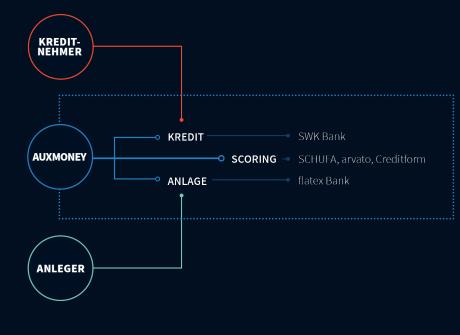






#### CASE STUDY P<sub>2</sub>P

Geschäftsmodell



#### Kredithöhe: 1.000 - 50.000 EUR

**Konditionen:** 

Pricing: Kreditnehmer: 3,5% des Kreditbetrags,

Effektivzins: 3,2 - 19,5%, Laufzeit: 12 - 84 Monate,

Anleger: 1% der Anlagesumme, Weitere versteckte Gebühren

Nur Werte für auxmoney verfügbar. Quellen: auxmoney,

Cambridge Centre for Alternative Finance, EY Analys

**ENORMES WACHSTUM BEIM P2P-LENDING WIRD** GETRIEBEN DURCH **AUXMONEY** 

Der deutsche Alternative-Finance-Markt

wächst seit Jahren rasant, insbesondere

getrieben durch den Bereich P2P

Consumer Lending. Hier weist Deutschland in Kontinentaleuropa mit über 550 Millionen Euro (2018) das größte Marktvolumen auf. Dominiert wird der Markt von einem einzelnen Player: auxmoney behauptet über 95 Prozent des Gesamtvolumens. Nach eigenen Angaben ist das vermittelte Kreditvolumen Ende 2019 sogar auf über eine Milliarde Euro gestiegen. Seit dem zweiten Halbjahr 2017 erwirtschaftet auxmoney dabei trotz der

P2P-Lending-Plattformen sind aus regulatorischen Gründen häufig an Partner gebunden. So schreiben sie die Kredite nicht selbst aus, sondern greifen hierbei auf Partnerbanken zurück. Auch

beim Scoring werden bekannte Anbieter

Unternehmens Gewinne und ist damit als

eines der ersten FinTechs profitabel.

enormen Wachstumsraten des

herangezogen.

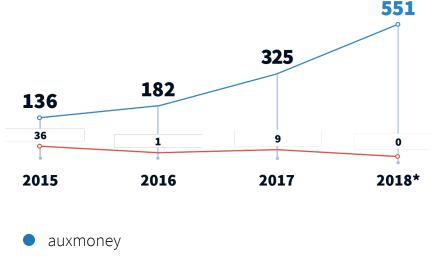
Die Schwarmfinanzierung von Unternehmen, das sogenannte P2B-Modell, stellt für FinTechs ein weiteres attraktives Geschäftsfeld dar. Hier würden FinTech-Plattformen Investoren mit relativ hohen Renditeerwartungen und Unternehmen mit Kapitalbedarf zusammenbringen. Dies muss jedoch jeweils unter den beträchtlichen damit verbundenen Investitionen bewertet werden. Ein besonderes Modell ist zwar im Immobilienmarkt bereits im Einsatz,

Exporo, es muss sich in anderen Geschäftsbereichen aber erst beweisen. **KREDITVOLUMEN P2P CONSUMER** 

**LENDING (Mio. EUR)** 

Andere

zum Beispiel über Plattformen wie



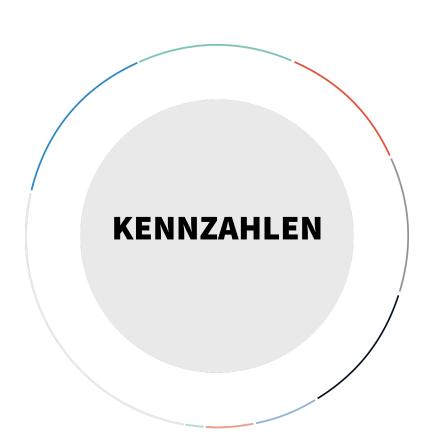
\*Der Anteil anderer Plattformen am deutschen P2P Consumer Lending Markt ist begrenzt. Quellen: auxmoney, Cambridge Centre for Alternative Finance, EY Analys







#### **AUXMONEY**



- **14,65%** Möbel / Umzug
- **13,25%** Autokredit
- 11,82% Existenzgründung
- 11,55% Ausgleich Girokonto / Dispo
- 11,35% Kreditablösung5,56% Ausbildungsfinanzierung
- **4,23%** Urlaub
- 1,54% Elektronik26,05% Sonstiges

2007 — Gründung

303 — Mitarbeiter

184 Mio Euro - Funding\*

260.292 — Ausgezahlte Kredite

9,65% — Ø Normalzins

5,0% — Ø Rendite

#### es auxmoney geschafft, sich als einer

**ERKENNTNIS** 

der führenden Anbieter von
Konsumentenkrediten zu platzieren.
Bei mittlerweile über 300 Mitarbeitern
ist es beinahe vermessen,
noch von einem FinTech zu sprechen.
Auxmoney ist vielmehr zu einem
ernstzunehmenden Wettbewerber und
Aushängeschild am deutschen
FinTech-Markt geworden. Es bleibt
abzuwarten, welche
Expansionsschritte das Startup als
nächstes einleiten wird.

In etwas mehr als einem Jahrzehnt hat

nachstes einleiten wird.

Quelle: auxmoney (2020), \* basierend auf offen gelegten

SONDERAUSGABE
WIRD PRÄSENTIERT VON



Deals (Equity)



GOLDILOCKS



### CASE STUDY CHALLENGER-BANKEN

Geschäftsmodell und Customer Journey N26 Credit



#### Schnell

Der gesamte Kreditprozess kann in wenigen Minuten abgeschlossen werden

#### Übersichtliches Design und klare

Komfortabel

Strukturen sorgen für einen angenehmen Prozess

#### Entweder komplett online oder mobil am

Medienbruchfrei

Smartphone abschließbar

#### Bearbeitung kann jederzeit fortgesetzt

**Flexibel** 

werden, da Angebot 90 Tage besteht

Sollzins: 1,99 - 19,99%, Laufzeit: 12 - 84 Monate,

#### Kredithöhe: 1.000 - 25.000 EUR, Dispokredit: 8,9%

IN DEN

**Konditionen:** 

Sollzinsen

**BANKEN STEIGEN** 

**CHALLENGER-**

Quellen: Business Insider, N26, fidor, EY Analyse

# CONSUMERFINANCEMARKT EIN Während die meisten Challenger-Banken bis heute vor allem Produkte rund um Kontoführung und Zahlungen anbieten,

rückt für sie nun auch der Consumer-

Finance-Markt in den Fokus. Die neuen

Marktteilnehmer erhoffen sich hier vor

allem Fortschritte in Richtung
Profitabilität.

Viele Challenger-Banken in Deutschland
bieten bereits Finanzierungen im Bereich
der kleinen und mittleren Unternehmen
(KMU) an. Bei Konsumentenkrediten sind
bisher lediglich N26 und fidor präsent.
Dabei setzen sie auf ihre bewährten
Value Propositions und versprechen
Kunden einen vollkommen digitalen,

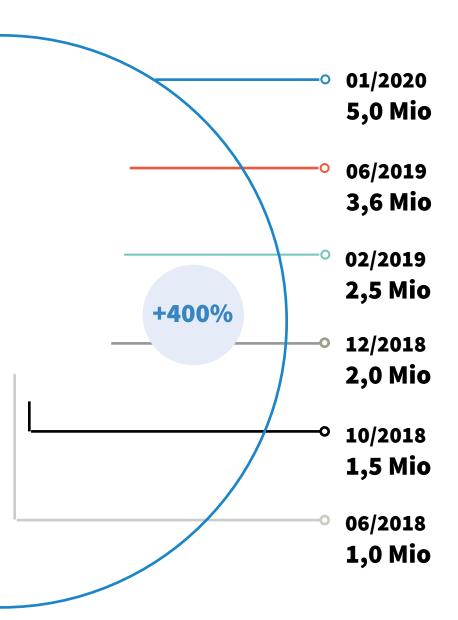
schnellen und möglichst reibungslosen Kreditprozess, wobei die Zinsen häufig höher sind als bei den Angeboten der eta-blierten Wettbewerber.







#### KUNDENWACHSTUM N26



Quelle: N26

#### BANKEN IN DEUTSCHLAND UND EUROPA N26 UND AUXMONEY

AKTUELLES ZU CHALLENGER-

#### Deutschland und Younited Credit in

Frankreich, um Konsumentenkredite anzubieten.

STARLING

Die britische Challenger-Bank Starling

plant im Rahmen einer Europäisierung als

N26 kooperiert mit auxmoney in

BUNQ

#### gegen den Brexit in den deutschen Markt

einzutreten.

Absicherung

Bunq entwickelt ein Kreditkonzept, bei dem der Kreditrahmen auf Basis des Ersparten erweitert wird.

sofortige Auszahlung, simple

#### Monzo, bietet bereits Features wie

**MONZO** 

hauseigene App an.

ERKENNTNIS

Am Anfang stand bei den meisten

Challenger-Banken das Konzept

Zahlungszieländerungen oder vorzeitige

gebührenfreie Rückzahlung über die

"Konto/Karte" gepaart mit einer herausragenden User Experience im Mittelpunkt. Mit zunehmenden Ambitionen kommen nun auch weitere Angebote wie Konsumentenkredite hinzu. Ob sie diese selbst, per White-Label-Lösung oder über eine Kooperation anbieten, ist die individuelle Geschäftsentscheidung jedes Players. In jedem Fall entstehen hier ernstzunehmende Wettbewerber im Markt.

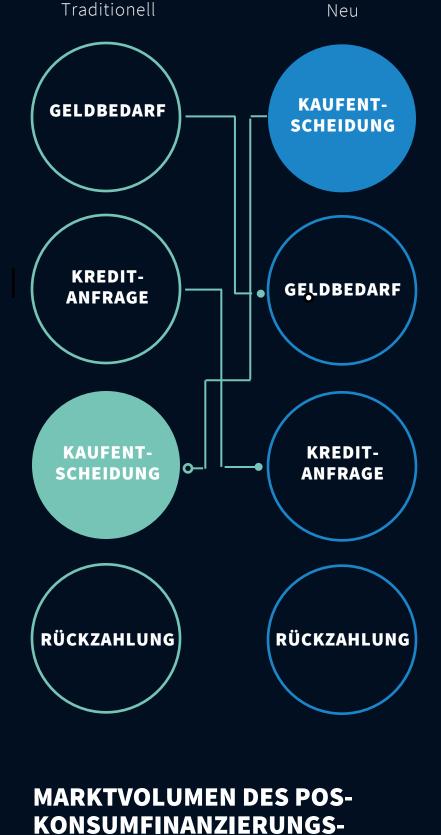






# CASE STUDY FINANZIERUNG AM POS UND ONLINE

Geschäftsmodell und Customer Journey N26 Credit



## 25,5 27,2 27,8 2015 2016 2017

+5,8% p.a.

30,2

2018

**MARKTES (Mrd. EUR)** 



ZAHLUNGSANBIETER

FINANZIERUNG IN DEN

Der PoS-Markt wächst in den letzten

in den Consumer-Finance-Markt am

Online-PoS ein, indem sie digitale und

Zahlungsanbieter wie Klarna und PayPal

oder auch der deutsche RatePay vermehrt

Jahren deutlich. Außerdem treten

**DRÄNGEN DURCH** 

Quellen: Bankenfachverband, EHI Retail Institute, ibi

research, EY Analyse

**MARKT** 

intuitive Finanzierungen anbieten. Da
Finanzierung stets eine direkte Alternative
zu anderen Bezahlmethoden darstellt,
stellt sie für Kunden eine Sonderform von
Rahmenkrediten dar.

So ändert sich die Customer Journey
grundlegend: Beim traditionellen
Kreditgeschäft findet der Kreditantrag
unabhängig von der Kaufhandlung des
Produktes statt, für das der Kredit
benötigt wird. Der Kredit wird also schon
im Voraus erworben, um Liquidität zu

erlangen. Payment-Anbieter haben den

# Vorteil, direkt im Kaufprozess involviert zu sein, was auch spontane Kreditaufnahmen nach der eigentlichen Kaufhandlung möglich macht. MARKTANTEILE VON ONLINE-RATENZAHLUNGS-ANBIETERN

- 1 33% Händlerlösungen (eigene)
- 3 15% Consors Finanz
- **9%**PayPal

32%

Klarna

Targobank

6 4%

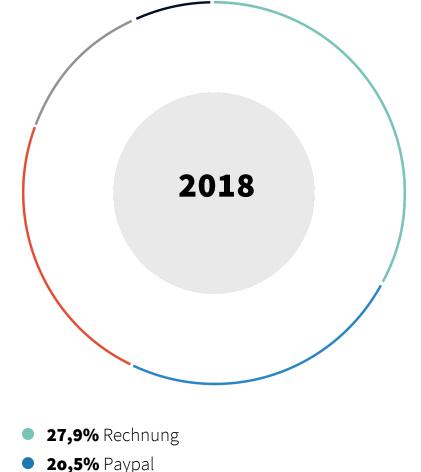
5%

**7 2%** Santander

RatePay

#### POS-FINANZIERUNG

im Vergleich zu anderen Online-Bezahlmethoden (%)



■ **10,7%** Kreditkarte

19,7% Lastschrift

- 5,4% Ratenkauf / Finanzierung

#### stechen vor allem Consors Finanz, Targobank und Santander mit ihrem

**ERKENNTNIS** 

Unter den traditionellen Banken

Finanzierungsangebot am Point-of-Sale hervor, während Zahlungsanbieter wie Klarna und Paypal den wachsenden Online-Markt erobern. Viele der etablierten Banken bieten noch keine festgegründete digitale Alternative. Ohne eine überzeugende Omnikanallösung wird es in Zukunft immer schwieriger, große Marktanteile zu behaupten. Quellen: Bankenfachverband, EHI Retail Institute, ibi research, EY Analyse

**UND PAYPAL** 

**GESCHÄFTSMODELL** 

VON KLARNA

**VON KLARNA** 

**GESCHÄFTS-MODELLE** 

#### **KONDITIONEN RATENKAUF** Laufzeit: flexible oder fixe Laufzeiten von 3, 6 oder 12 Monaten, Sollzins: 11,95 Prozent (bei flexibler Laufzeit), 9,99

Prozent (bei fixer Laufzeit), Fester

Prozent plus 0,35 Euro pro Transaktion, Pay now: 1,35Prozent plus 0,20 Euro pro

#### Monatsbetrag: 0,45 Euro (bei flexibler Kredithöhe: bonitätsabhängig). GEBÜHREN FÜR HÄNDLER

Klarna Checkout: 1,99 Prozent plus 0,33

Prozent pro Transaktion, Rechnung: 2,99

Euro pro Transaktion, Ratenkauf: 3,00

Transaktion. Weitere Gebühren möglich. **GESCHÄFTSMODELL VON PAYPAL** 

#### möglich.

GEBÜHREN FÜR KUNDEN

Gebühren auf die Kunden ab.

Keine Gebühren für Zahlungen bei

Händlern, es sei denn, diese wälzen ihre

Ratenzahlung: 9,99 Prozent effektiver

persönliche Zahlungen: 0,99 bis 3,99 Euro

pro Transaktion, Wechselkursgebühr: 3,00

Jahreszins, Grenzüberschreitende

bis 4,00 Prozent. Weitere Gebühren

GEBÜHREN FÜR HÄNDLER Monatliche Transaktionsgebühr: 2,49 bis 1,49 Prozent des Transaktionsvolumens (abhängig von Gebühr) pro Transaktion: 0,35 EUR, Businesskredit: feste Gebühr bei flexibler Rückzahlung in Form von Einbehalt des Händlerumsatzes mit PayPal. Weitere Gebühren möglich.

Quellen: Klarna, PayPal



#### KLARNA GESCHÄFTSMODELL-ENTWICKLUNG

#### 2005

Gründung und Angebot von Onlinekauf-Abwicklungen durch Factoring

#### 2010

Markteintritt Deutschland

#### 2013

Angebot von Sofortüberweisungen durch Akquisition

#### 2017

Übernahme von BillPay erhöht Kundenanzahl

#### 2017

Klarna startet App Wavy für kostenlose Euro Überweisungen

#### 2018

H&M steigt als Partner ein

#### 2019

Einführung Klarna Card

#### 2019

Ankündigung eigener Open-Banking-Plattform

#### 2019

Kooperation mit Alipay, Adyen und Apple Pay

#### 2019

Klarna wird durch neue Finanzierungsrunde Europas wertvollstes FinTech

Quellen: Klarna

#### GOLDILOCKS SONDERAUSGABE







#### PAYPAL GESCHÄFTSMODELL-ENTWICKLUNG

#### 2000

Gründung durch Zusammenschluss von Confinity und X.com

#### 2004

PayPal-Start in Deutschland durch eBay-Partnerschaft

#### 2007

Erhalt einer Banklizenz von der luxemburgischen Aufsichtsbehörde

#### 2008

Start von PayPal Credit durch Akquisition von Bill Me Later

#### 2015

P2P Bezahlplattform PayPal.Me launcht in Deutschland

#### 2016

PayPal-Ratenzahlung startet in Deutschland

#### 2018

PayPal übernimmt iZettle für 2,2 Mrd. USD

#### 2018

Launch von Businesskredit in DE

#### 2019

Partnerschaft mit Instagram

#### 2019

Akquisition von Honey Science Corp. für 4 Mrd. USD. Damit teuerste der 21 Akquisitionen PayPals

Quelle: PayPal

#### G O L D I L O C K S S O N D E R A U S G A B E





#### ,,EIGENTLICH **HABEN WIR ALLES, WAS WIR BRAUCHEN"** Interview mit Oliver Klink,

Vorstandsvorsitzender der Taunus Sparkasse, Bad Homburg



Konsumentenkreditgeschäft in

den letzten Jahren verändert?

#### Kundenschnittstelle verschärft. So können Finanzierungen direkt am Point-of-Sale (PoS) jederzeit vor oder nach dem Kauf durchgeführt werden – online, aber auch im stationären

Oliver Klink: Zunächst einmal hat sich

der Wettbewerb um und an der

Handel. Hinzu kommen die

Internet-Vergleichsportale, die massiv an Einfluss gewonnen haben. Zudem spielen auch FinTechs wie Klarna oder die Angebote von BigTechs wie Paypal, Amazon und Apple eine gewichtige Rolle. Wie sehen passende Konsumentenkredite von morgen aus - und wie werden sie abgeschlossen? Bei "stand-alone" Krediten gewinnen Vergleichsportale weiter an Bedeutung. So hat Check24 im Jahr 2019 einen Antrag

auf eine eigene Banklizenz gestellt, um in

vertreiben und die Kundenschnittstelle zu

sichern. Gleichzeitig baut FinLeap mit 100

Millionen Euro Investorengeldern ein

Zukunft eigene Kredite zu

neues Vergleichsportal für

Finanzdienstleistungen auf, welches Check24 Konkurrenz machen soll. Allein das zeigt die Intensität im Kampf um die Kundenschnittstelle. Wie ist es am PoS? Was ist dort wichtig für einen Markterfolg? Die zweite große Säule beim Vertrieb von Kreditprodukten ist die Integration in den

Point-of-Sale. Also beispielsweise der

Elektronikhändler – online wie offline. Bei

Ratenkauf einer Ware bei einem

beiden Wegen ist die Auszahl-

geschwindigkeit bei Krediten ent-

Minuten – das ist schon eine echte

Herausforderung.

scheidend. FinTechs schaffen die teils

automatisierte Bewilligung innerhalb von

#### **Warum nimmt der E-Commerce** hier eine so wichtige Rolle ein?

Nirgendwo verschmelzen Kredit und

Payment so sehr wie im E-Commerce. Am Ende wird der Kredit von den Konsumenten gar nicht mehr als Kredit wahrgenommen, sondern als ein Servicebestandteil der Bestellung. Ist dies auch der Grund, warum BigTechs so stark in den Wettbewerb einsteigen? Ja, vor allem über ihre Paymentlösungen. Dies hat nicht nur Apple erkannt. Dort haben die Nutzer der Apple Card

beispielsweise die Möglichkeit, ihre

zu finanzieren. Beim Kauf des neuen

iPhones im hauseigenen Apple Store

sogar komplett ohne Zinsen. Zudem

reduzierte monatliche Raten, wenn er ein

schlicht nicht mehr statt, denn Apple zahlt

altes Apple-Gerät eintauscht. Im Apple

Store finden andere Anbieter dann

erhält der Kunde Cashbacks und

Kreditkarten-Käufe direkt über 24 Monate

nicht nur mit seiner Karte, sondern komplett in seiner eigenen Währung. In der Kombination mit dem nativen Payment-Verfahren Apple Pay hat der Nutzer zudem jederzeit die Möglichkeit, einfach und unkompliziert auch andere Einkäufe zu finanzieren, ohne mit einer Bank auch nur in Kontakt zu kommen. Welche anderen Unternehmen spielen dabei noch eine Rolle? Amazon bietet an seinem PoS die Möglichkeit, Produkte via Monats-

abrechnung zu kaufen, was nichts

anderes als einen Mikrokredit darstellt.

Auch FinTech-Angebote, zum Beispiel die

Zahlung an der Ladenkasse durch Klarna,

Spontanfinanzierung bei oder nach der

bieten die Möglichkeit der kurzfristigen

Finanzierung.

Was bedeuten diese

#### Entwicklungen für die Sparkassen? Ein erfolgreiches Ratenkreditgeschäft ist und bleibt als Ertragsbringer einfach wichtig. Für uns bietet S-Kreditpartner (SKP) als zentraler Produktgeber die einzige Möglichkeit, um Kräfte zu bündeln und auf Plattformen wie Check24 und im POS-Markt präsent zu sein. Wir Sparkassen hingegen besetzen mit der Marktführerschaft bei Girokonten heute noch oft "die letzte Meile" in der Kundenbeziehung. Dies müssen wir nutzen und als Auftrag sehen, die modernen und einfachen Prozesse mit unserem stationären und digitalen Vertrieb zusammenzubauen. Hier wären

dann Bequemlichkeit und gewachsenes

Mit welchen drei Thesen gehen

1. Das Geschäft über Plattformen wird

zunehmend das Eigengeschäft. Dieser

Effekt wird durch den zu erwartenden

immer wichtiger und verdrängt

Markteintritt der BigTechs noch

2. Ein zentrales Angebot ist die einzige

Möglichkeit, auf Plattformen und

übrigens auch am POS erfolgreich zu

Vertrauen ein überlegenes

Sie in den Wettbewerb?

Leistungspaket.

verstärkt.

#### sein. 3. Einfache, schlanke und für den Kunden bequeme Prozesse sind genauso wichtig wie attraktive Konditionen. Als Sparkassen können wir das mit der Kundenbeziehung verbundene

Vertrauen nutzen, um aus Sicht der

die Konkurrenz zu bieten.

Kunden wirklich bessere Lösungen als

RGEN **VERSCHMELZEN KREDIT UND** 



PAYMENT SO

**SEHR WIE IM** 



# **4**FAZIT & SCHLÜSSE

Welche wichtigen Schlussfolgerungen lassen sich aus Sicht von Banken und Sparkassen ziehen?

#### **WICHTIGE SCHLUSSFOLGERUNGEN**



sinkt. Etablierte Player wie N26 oder Wefox werden durch höhere Investitionssummen immer stärker. 02

PSD2 treibt den Open-Banking-**Trend:** Mehr und mehr FinTechs bieten

05

der Kooperationen mit branchenfremden Unternehmen steigt. Dies geht einher mit vielen Innovationen rund um die Konnektivität von Ökosystemen und den dafür benötigten digitalen Infrastrukturen 03

White-Label-Lösungen an und die Zahl

BigTechs zeigen immer stärkere

Finanzmarkt. Den US-amerikanischen

Tech-Riesen werden chinesische Anbieter

Aktivitäten im deutschen

wie Alibaba und Tencent folgen.

04 Banken und Sparkassen reagieren auf das veränderte Marktumfeld unterschiedlich, zum Großteil jedoch mit Kooperationen, Investments in

FinTechs und mit In-house Innovationen.

**Der Bereich Consumer Finance ist ein** wachstumsstarker und profitabler Markt im Bankensektor. FinTechs und BigTechs zeigen hier großes Interesse und verstärken ihr Engagement.

**MARKTENTWICKLUNG** 

übersteigen bei weitem das

gesättigt, die Neugründungen gehen seit einigen Jahren zurück. Die Investitionssummen in große, etablierte FinTechs erreichen dafür jedes Jahr ein neues Rekordhoch. Besonders interessant dabei: Die Finanzierungssummen

Innovationsbudget vieler Banken und

traditionellen Marktteilnehmer also

die Entwicklung neuer innovativer

Sparkassen. Langfristig müssen sich die

fragen, wie sie mit diesen Budgets, die in

Der deutsche FinTech-Markt ist langsam

Lösungen fließen, mithalten wollen. Angemessene Reaktionen auf diese Entwicklung werden vor allem notwendig, da neben den FinTechs auch BigTechs aus den USA und China immer stärker in den deutschen Bankensektor eindringen. Innerhalb der Hierarchien-Landschaften der Banken und Sparkassen müssen neue und schnellere Wege gefunden werden, Innovationen umzusetzen.

HIERFÜR IST DER MUT GEFORDERT,

**PRODUZIEREN UND SEINEN KUNDEN** 

**AUCH INS RISIKO ZU GEHEN, UM** 

ZUR VERFÜGUNG ZU STELLEN.

**ECHTE INNOVATIONEN ZU** 

**KOOPERATIONEN** Banken und Sparkassen reagieren auf das veränderte Marktumfeld unterschiedlich. FinTechs werden meist nicht mehr als Konkurrenz, sondern als strategische Partner wahrgenommen. Ausgesuchte FinTechs werden dabei stärker in die Wertschöpfung der Banken

integriert. Dies geschieht über Kooperationen, Investments oder Inhouse Innovationen. Strategische Partnerschaften sind insbesondere im Zuge der Umsetzung von PSD2 wichtig. Daher beginnen viele Banken, Banking-Ökosysteme aufzubauen. Diese

Entwicklung wird die Bankenlandschaft

Ökonomie folgt dem Ansatz "The winner

stark verändern, denn die Plattform-

Kundenschnittstelle ginge dabei verloren. **CONSUMER FINANCE** Im Bereich Consumer Finance halten die Banken und Sparkassen zurzeit noch eine direkte Kundenschnittstelle in einem wachsenden und profitablen Markt. Doch der Wettbewerb wird immer digitaler und zusätzlich durch FinTechs und Vergleichsportale verschärft. Auch BigTechs versuchen durch Payment-Lösungen in den Consumer-Finance-

Markt zu gelangen.

#### takes it all". Banken und Dienstleister könnten ihren Rang verlieren und zum reinen Infrastrukturprovider für einige wenige Ökosysteme werden. Die direkte

**ABSCHLUSS** Banken und Sparkassen werden in Zukunft mehr denn je um die Kundenschnittstellen kämpfen müssen. Ihre Aktivitäten müssen dabei über schlichte Kooperationen hinausgehen. Ein eigenes Ökosystem muss das Ziel sein. Hier sollten nicht allein klassische

Finanzdienstleistungen, sondern auch

abgebildet werden. Ansonsten werden

einfordern. Und Challenger Banken wie

N26 oder bald auch Check24 werden

weiterhin digital-affine Kunden für sich

bankennahe Produkte und Services

insbesondere die BigTechs immer

stärker die Kundenschnittstelle

gewinnen und langfristig an sich

binden.

GOLDILOCKS



#### **GLOSSAR**

wichtige Begriffe erklärt

#### **BEYOND FINTECH**

Startups, die Services anbieten, welche an traditionelle Finanzdienstleistungen angrenzen, und diese Nicht-Finanzinstituten anbieten, also Privatkunden, Firmen und anderen. Sie decken außerdem Dienstleistungen mit Treasury-, Finanz- oder Payment-Funktionen von Unternehmen ab.

#### Ein BigTech ist ein Technologie-

**BIG TECH** 

Unternehmen, welches die Gesellschaft durch seine innovativen Produkte nachhaltig verändert hat und eine Vormachtstellung im Markt genießt. Beispiele sind unter anderem: Google, Facebook, Apple, Amazon und Alibaba.

#### Unternehmen mit einer innovativen

FINANZ-START UP

Geschäftsidee und hohem Wachstumspotenzial im Bereich der Finanzdienstleistungen. **FINTECH** 

Ein Finanz-Startup ist ein Startup-

#### ist ein Sammelbegriff für technologisch

weiterentwickelte Finanzinnovationen. Im engeren Sinne wird FinTech häufig mit Unternehmen gleichgesetzt, die digitale beziehungsweise technologische Finanzinnovationen anbieten. **INSURTECH** 

Wortanfängen von Insurance (deutsch:

Der Begriff setzt sich aus den

FinTech steht für Finanztechnologie und

#### Versicherung) und Technologie

zusammen. Ein InsurTech (oder auch: InsureTech) kann ein Startup oder ein etabliertes Unternehmen sein, das Versicherungsdienstleistungen, die mit Technologie verändert wurden, anbietet. **INVESTECH** Als InvesTech bezeichnet man ein Unternehmen, häufig ein Startup, das

rund um Dienstleistungen zur Geldanlage

Investment und Technology zusammen.

technologisch veränderte Lösungen

#### anbietet. Entsprechend setzt sich der Begriff aus den Wortanfängen von

**PROPTECH** Ein Unternehmen, das den PropTechs zugeordnet wird, bietet Immobilien-Dienstleistungen mit einem technologischen Spin an. Der Begriff basiert auf den Worten Property (deutsch: Immobilie, Eigentum) und Technology. Auch in dieser Kategorie gibt es einen hohen Anteil von Startups.

#### REGTECH

Unter RegTech versteht man Unternehmen, häufig Startups, die neue Technologie nutzen, um effizientes regulatorisches Management innerhalb der Bankenarchitektur und hier insbesondere im IT-Bereich zu unterstützen. Der Begriff setzt sich aus Regulatory und Technology zusammen.

KID / ZAD Kontoinformationsdienste (KID) stellen aggregierte Online-Informationen zu einem oder mehreren Zahlungskonten bereit und greifen über Online-Schnittstellen zu Banken auf Informationen zu.

Zahlungsauslösedienste (ZAD) nutzen ihre Lizenz, um Kunden neue Zahlungsprodukte anzubieten oder um den Zahlungsprozess zu disintermediieren.







Der Sparkassen Innovation Hub ist das Innovation Lab der Sparkassen-Finanzgruppe und damit der Think Tank, der sich mit Konsumenten, technischen Innovationen und digitalem Banking beschäftigt. Er ist Anfang 2017 als gemeinsame Initiative der Sparkassen, des DSGV, des DSV, der Finanz Informatik und der Star Finanz ins Leben gerufen worden.

Der S-Hub ist ein Geschäftsbereich der Star Finanz, Deutschlands führendem Anbieter von Online- und Mobile-Banking-Lösungen. Interdisziplinäre Teams arbeiten in agilen Projektstrukturen zusammen. Dabei sind jeweils die folgenden Fachkompetenzen vertreten: Product Owner, Business Development, User Experience, Design sowie Frontendund Backend-Entwickler. Insgesamt arbeiten aktuell 30 Mitarbeiter vor Ort in Hamburg.



# sparkassen-hub.com JENS RIEKEN

+49 173 4362065

**INNOVATION HUB** 

**SPARKASSEN** 



+49 162 1007688 martin.schaffranski@starfinanz.de

jens.rieken@starfinanz.de

**MARTIN SCHAFFRANSKI** 



einer Hand und mit unserem BranchenKnow-how. Sämtliche Bereiche und
Funktionen, die sich mit Fragestellungen
in den Bereichen Banken und
Kapitalmärkte, Versicherungen sowie
Wealth & Asset Management
beschäftigen, haben wir in einer
speziellen, weltweiten Finanzdienstleistungsgruppe (FSO) zusammengefasst.

Unser Dienstleistungsspektrum geht von
der Wirtschaftsprüfung über die Steuerund Transaktions-beratung bis hin zur
Management- und der Immobilien-

beratung - immer mit dem Fokus auf die

Anforderungen des Finanzdienst-



#### ERNST & YOUNG GMBH WIRTSCHAFTSPRÜFUNGS-GESELLSCHAFT www.ey.com

**CHRISTOPHER SCHMITZ** 



+49 6196 996 13545 christopher.schmitz@de.ey.com **JAN-ERIK BEHRENS** +49 6196 996 29804

jan-erik.behrens@de.ey.com











WIR HABEN BEI AMAZON
DREI GROSSE IDEEN, AN
DENEN WIR SEIT 18 JAHREN
FESTHALTEN: DER KUNDE
STEHT AN ERSTER STELLE.
ERFINDEN UND GEDULDIG SEIN.

Jeff Bezos, CEO amazon

#### KOOPERATIONS-PARTNER DES SPARKASSEN INNOVATION HUB

Berliner Sparkasse

Kreissparkasse Biberach Braunschweigische Landessparkasse Ein Unternehmen der NORD/LB

Haspa
Hamburger Sparkasse

Sparkasse Hannover Kreissparkasse Köln

Sparkasse KölnBonn Sparkasse
Märkisches Sauerland

Hemer - Menden

Ostsächsische Sparkasse Dresden

Sparkasse
Paderborn-Detmold

**BW**BANK

Finanzgruppe
Deutscher Sparkassenund Giroverband

**DSV** *Gruppe*Deutscher Sparkassenverlag

finanz **informatik** 

star**finanz** 

# **HELLO 2020**

#### YOU MUST UNLEARN -WHAT YOU HAVE LEARNED

Meister Yoda, Star Wars