

ADVERTORIAL

Bringing Banks back to Business

Ein Artikel von red | 11.04.2023 - 10:00

„FinTechs machen den traditionellen Banken zunehmend im Kerngeschäft Konkurrenz“, titelte das Handelsblatt 2021. Seitdem hat sich die Situation weiter verschärft: Klarna zum Beispiel, das seit 2017 über eine eigene Banklizenz verfügt, bietet seinen Kunden neben verschiedenen Ratenzahlungsoptionen im E-Commerce seit Februar 2021 auch ein kostenloses Girokonto an.

Auch andere Neo-Banken und Wallet-Anbieter entwickeln sich zunehmend zu einer echten Konkurrenz für die Old-Economy. Was also können Banken tun, um dieser vielschichtigen Bedrohungslage zu begegnen? Das FinTech axytos versteht sich als symbiotischer Partner der Banken und bringt mit seiner Weiterentwicklung von Embedded Finance die Finanzpower der Bank zielgenau zurück in den digitalen Customer Financial Lifecycle.

Auf einen Blick: Warum Klarna & Co. bei Banken für schlaflose Nächte sorgen

- Der schleichende Prozess: Banken verlieren den Kontakt im B2B zu Herstellern, Onlinehändlern und dem PoS.
- Banken verlieren den Kontakt zum Endkunden, da viele Transaktionen nicht mehr über das Bankkonto abgewickelt werden.
- Damit auch eine wichtige Informationsquelle, um Kunden zu beurteilen und Risiken abzuschätzen.
- Wallet-Anbieter drängen massiv in den Markt, die Zahlungsprozesse über diese Anbieter sind einfach und convenient.
- Banken verlieren dadurch wesentliche Anteile im Kreditgeschäft, da auch hier die Anbieter in den Markt drängen.

Gefahr erkannt, Gefahr gebannt

Embedded Finance, also eingebettete Finanzdienstleistungen, bezeichnet Finanzprodukte und Dienstleistungen, die von Unternehmen außerhalb der traditionellen Bankenwelt direkt in Angebote und Prozesse integriert werden. Mit axytos embedded finance betrachten wir auf der einen Seite das B2B-Umfeld einer Bank, das aus KMU, Mittelständlern oder großen Unternehmen besteht. Eröffnet nun der Geschäftskunde zum Beispiel einen Onlineshop, kann ihm seine Bank in der Regel keine passenden Zahlungslösungen anbieten. Auch Hersteller stellen mittlerweile verstärkt fest, dass sich der Direktvertrieb hervorragend als Vertriebskanal eignet, um den Zwischenhandel auszuschalten und ihre Wertschöpfung zu steigern. Aber auch sie finden bei ihrer Bank aktuell keine entsprechende Zahlungslösung. Das führt dazu, dass sich diese Noch-Kunden nach Alternativen umschaun und bei einem der großen Wallet-Anbieter landen.

Bedrohung auch im B2C

Auch der B2C-Bereich weist ähnliche Strukturen auf: Im Checkout des Onlineshops bekommt der Käufer eine spätere Zahlung angeboten, also zum Beispiel per Rechnung, Lastschrift oder als Teilzahlung. Das Finanzierungsangebot ist somit direkt im Kaufprozess integriert. Damit verändert sich der klassische, jahrzehntelang gelernte Prozess ‚Bank>Geld>Einkauf‘ zu Lasten der Banken oder geht sogar ganz verloren. Diese nachhaltigen Veränderungen sind bisher nur zum Teil im Bankenumfeld erkannt worden. Zur technologischen Fortentwicklung im Risikomanagement kommt hier unter anderem die Notwendigkeit hinzu, auch Transaktionen mit geringen Nominalbeträgen (Small Tickets, Big Volume) betriebswirtschaftlich sinnvoll abwickeln oder sogar als Teil- oder -Ratenzahlung kundenorientiert bereitstellen zu können. Wir nähern uns einem Zustand, den schon Bill Gates mit den Worten „Banking is necessary, Banks are not.“ beschrieben haben soll.

„Als schärfste Konkurrenten der Banken werden mittlerweile große Zahlungsdienstleister, internationale IT-Konzerne und Vergleichsportale gesehen. Der Gegner lauert also außerhalb der Branche. Diese hat aber bisher noch keine passende Antwort gefunden: 84 Prozent sprechen den Banken sogar eine langfristige Überlebenschance ab, weil die Institute nicht aktiv genug gegen die Bedrohung vorgehen.“ (aus der Bankenstudie ti&m, März 2021)

Wir können also festhalten, dass Banken in immer größerem Ausmaß wichtige Schnittstellen zu ihrem Kundenstamm im B2C- und B2B-Geschäftsbereich verlieren. Der Grund: Wenn ein Händler dem Käufer bereits eingebettet im Kaufprozess ein späteres Zahlungsziel oder eine Finanzierung anbietet, dann benötigen Käufer keine Kredite mehr von ihrer Bank.

Warum eine Kooperation mit axytos Sinn macht

Genau dieses Problem löst axytos und stellt Banken die gesamte notwendige, plattformbasierte Infrastruktur als White Label Angebot zur Verfügung. Die Kooperation mit axytos ist also der optimale Weg für Banken, um die beschriebene Gefährdung nachhaltig abzuwenden und wieder in die Kundenschnittstellen zu gelangen.

Mit axytos embedded finance können Banken verlorene Marktanteile zurückerobern, einen weiteren Rückgang im Kreditgeschäft verhindern und damit schnell wieder auf ihre angestammte Bühne zurückkehren: Durch innovative Zahlungs- und Finanzierungsangebote, die als eingebettete Dienstleistungen über die offene axytos API-Plattform als White Label bereitgestellt werden. Damit bekommen Banken zudem die einzigartige Chance, neue Kundensegmente zu erreichen und neue Anwendungsfälle zu entwickeln.

Mit axytos embedded finance repositioniert die Bank ihr Finanzierungsangebot genau an den digitalen Schnittstellen, wo sie der anspruchsvolle Käufer von heute erwartet. Das Ergebnis: Firmenkunden der Bank profitieren von Abverkauf- und Umsatzsteigerung durch endkundenorientierte Finanzierungslösungen für sie und ihre Kunden. Die Konsumenten profitieren von einem smarten und kundenzentrierten Einkaufserlebnis mit maximaler Convenience.

Integrierte Daten- und Analyseplattform für KYC

Mit dem Verlust der Kundenbeziehung verliert die Bank auch eine wichtige Datenquelle, um Kunden beurteilen und Risiken abschätzen zu können. Im wichtigen Bereich KYC (Know your Customer) unterstützt ebenfalls axytos embedded finance: Intelligente Algorithmen und Zugang zu allen relevanten Auskunftssystemen sorgen dafür, dass die Risikostrategien der Bank im jeweiligen Geschäftsbereich individuell umgesetzt werden können. Die Strategie kommt also unverändert von der Bank, den Zugang zum Kunden und die gesamte erforderliche technologische Umgebung liefert axytos. Damit gleicht axytos embedded finance den strategischen Nachteil der Bank aus, wenn deren Legacy-Systeme nicht in der Lage sind, die Nachfrage nach besseren Payment-Funktionen zu erfüllen.

Wir führen gerade extrem spannende Gespräche mit namhaften Instituten, die axytos embedded finance einsetzen werden, da sie die erheblichen Vorteile und Chancen einerseits und die dringende Handlungsnotwendigkeit andererseits erkannt haben.

Zitat: Christoph Ruoff

„Mit axytos embedded finance repositioniert die Bank ihr Finanzierungsangebot an den digitalen Kundenschnittstellen und erobert damit verlorene Marktanteile im B2C und B2B zurück.“

Christoph Ruoff, CEO bei axytos

