



Neue Studie von G+D belegt: Phygital Banking ist die Zukunft im Bankenwesen

28-04-22

München

Giesecke+Devrient

Die neue Studie „Opportunities in the phygital landscape“, durchgeführt von Global Data im Auftrag von Giesecke+Devrient (G+D), zeigt die wichtigsten Trends, die das Kundengeschäft von Banken, Finanzinstituten und Finanzdienstleistern in naher Zukunft prägen werden. Dabei steht die Integration von physischen und digitalen Services klar im Vordergrund.

Der Begriff „phygital“ steht für die Konvergenz von physischer und digitaler Welt: Dabei werden analoge und virtuelle Geschäftsaktivitäten zu einem neuen, kundenorientierten Mix kombiniert. Wie das in der Praxis aussehen kann, hat G+D für das Segment der Banken und Finanzdienstleister untersucht. Im Rahmen der Studie „[Opportunities in the phygital landscape](#)“ wurden Ende 2021 insgesamt 45 Bankmanager aus den Führungsebenen von 15 traditionellen Banken sowie 11 (rein digitalen) Neobanken in 15 Ländern interviewt. Sie zeigt ein differenziertes Bild über die Einstellungen der Experten zu physischen und digitalen Serviceangeboten.

Kein Bankkunde wickelt demnach seine Bankgeschäfte mehr ausschließlich physisch über Bankfilialen ab. Wer aber glaubt, daraus ein Ende des Filialgeschäfts ableiten zu können, irrt. Tatsächlich wollen die meisten Bankmanager ihr physisches Angebot sogar erweitern. Die Bankenwelt von morgen muss also physische und digitale Dienstleistungen zu phygitalen Services kombinieren. Die große Mehrheit der Banken, sowohl der traditionellen (92 %) als auch der Neobanken (80 %), glaubt an die Bedeutung der physischen Zahlungskarte in den kommenden Jahren. Karten fungieren als einzigartiges Markenelement und sind das Verbindungssymbol zwischen der Bank und ihrem Kunden. In einem phygitalen Ansatz wird das etablierte Ökosystem von Banken, Neobanken und Finanzinstituten mit neuen Anknüpfungspunkten für Online-Dienste kombiniert. Die Zunahme digitaler Angebote führt auch zu einem Datenwachstum, das dem Datenhandling, der Datenanalyse und der Datenintegration eine überragende Rolle zuweist: 98% aller befragten Banken sehen darin eine Chance für neue Cross- und Upselling-Optionen, individuelle Kundenangebote sowie eine höhere Wertschöpfung bei Transaktionen.

Wege zum phygitalen Geschäftsmodell

Die aktuelle Bankenlandschaft ist geprägt durch den Aufstieg der Neobanken, ihrem Fokus auf die Stärkung physischer Kontaktmöglichkeiten und die wachsende Bedeutung von Unternehmen mit vielen direkten Kundenkontakten, wie beispielsweise Retailern, bei der Generierung bankenrelevanter Daten. Auf verschiedenen Technologien basierende Zahlungssysteme und der Einsatz von Cloud-Services ermöglichen eine durchgängige, kanalunabhängige Service-Erfahrung für Kunden. Neobanken profitierten bislang von den vergleichsweise niedrigen Kosten durch den Verzicht auf eine Filial-Infrastruktur. Dieser potenzielle Wettbewerbsvorteil führt oft aber auch zu mangelnder Sichtbarkeit bei den Kunden und in der Folge zu Unzufriedenheit und hohen Fluktuationsraten. 27% der Neobank-Manager sehen mangelndes Vertrauen ihrer Kunden als Problem, bei Filialbanken dagegen sind es nur 3%. Neobanken müssen daher versuchen, die Zahl der physischen Kontaktmöglichkeiten zu erhöhen, um ihre Online-Services stärker an den Wünschen und Bedürfnissen ihrer Kunden ausrichten zu können. Diese Kundenzentrierung ist für 47% der Neobanken schwierig, noch höher ist

mit 57% der Anteil bei traditionellen Instituten. Eine phygitale Welt, bei der die Erfahrungen der Kunden im Vordergrund stehen, gehört für 47% der Neobanken zu ihrer Top-Strategie, bei traditionellen Banken sind es dagegen nur 17%.

Automatisierung schafft Raum für mehr physische Präsenz

Diese Kundenerfahrungen müssen über alle Kontaktkanäle gleich sein. Eine entsprechende Multichannel-Strategie sehen allerdings 43% der traditionellen Banken als große Herausforderung, und sogar 60% der befragten Neobanken. Ohne eine stärkere Automatisierung, die Nutzung von flexibel skalierbaren Cloud-Plattformen und agile Geschäftsprozesse wird das nicht möglich sein. Nur wenn virtuelle Ressourcen, etwa Chatbots oder automatisierte Prozesse, den Großteil der Transaktionen automatisch erledigen, können sowohl traditionelle Banken als auch Neobanken sicherstellen, dass Kunden bei Bedarf Zugang zu einem persönlichen Kontakt haben, ohne dass das Kundenerlebnis dabei beeinträchtigt wird. Während in der Studie jedoch 20% der traditionellen Banken dies als wichtigsten Teil ihrer Phygital-Strategie betrachten, sehen nur 7% der Neobanken hier Handlungsbedarf. Einig sind sie sich jedoch darin, dass letztlich die Qualität der Produkte und Services, aber auch die Fähigkeit, individualisierte Angebote für die Kunden bereit zu stellen, über den Erfolg entscheidet. Der Maßstab dafür ist die Zufriedenheit der Kunden. Sie ist die Basis für profitable Geschäftsmodelle.

„Banken stehen vor der Herausforderung, sich stärker an den Wünschen und Bedürfnissen ihrer Kunden zu orientieren, und dafür die passende Mischung aus physischen und virtuellen Services zu entwickeln“, erklärt Gabrielle Bugat, Mitglied der Geschäftsführung bei G+D und verantwortlich für den Bereich Card & Digital Payment. „Phygital Strategien können das Erlebnis ermöglichen, das der Kunde sich wünscht. Sowohl Neobanken als auch traditionelle Institute benötigen dafür die richtigen Werkzeuge, die es ihnen ermöglichen, mehr Raum für physische Präsenz und direkte Interaktion mit ihren Kunden zu schaffen. Die Transformation im Bankenwesen geht weiter und bringt Banken und Kunden sehr viel enger zusammen.“

Weitere Informationen

- Whitepaper: [Opportunities in the phygital landscape](#)
- Artikel auf G+D Spotlight: [Are banks ready for the phygital future?](#)

Über Giesecke+Devrient

Giesecke+Devrient (G+D) ist ein weltweit tätiger Konzern für Sicherheitstechnologie mit Hauptsitz in München. Als verlässlicher Partner für internationale Kunden mit höchsten Ansprüchen sichert G+D mit seinen Lösungen die essenziellen Werte dieser Welt. Dabei entwickelt das Unternehmen maßgeschneiderte Technologie mit Leidenschaft und Präzision in vier Kernfeldern: Bezahlen, Konnektivität, Identitäten und Digitale Infrastrukturen.

G+D wurde 1852 gegründet. Im Geschäftsjahr 2021 erwirtschaftete das Unternehmen mit rund 11.800 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern einen Umsatz von 2,38 Milliarden Euro. G+D ist mit 81 Tochtergesellschaften und Gemeinschaftsunternehmen in 33 Ländern vertreten. Weitere Informationen: www.gi-de.com.