



Ergebnisprotokoll zum Roundtable:

PSD2:

**Chancen von Open Banking
nutzen, Kunden binden und
Wachstum beschleunigen**



PSD2: Chancen von Open Banking nutzen, Kunden binden und Wachstum beschleunigen

Die meisten Finanzinstitute planen derzeit, nur die Mindestanforderungen der PSD2 zu erfüllen. Sie wollen sich weiter auf ihr bisheriges Geschäft fokussieren. Damit lassen sie die Chancen von Open Banking – offensiv neue Services anzubieten – ungenutzt.

Die zweite EU-Zahlungsdienste-Richtlinie PSD2 ist kein reines IT-Thema. Vielmehr öffnet sie strategische Möglichkeiten für Banken, die mit Innovationen und starkem Kundenfokus neue Mehrwert-Dienste in Bezahlvorgängen und Kontodaten schaffen können.

Der Einsatz innovativer Cloud-Technologien sowie die nahtlose Integration von Lösungen und Leistungen eröffnen dabei eine Vielzahl an neuen Potenzialen und Geschäftsmöglichkeiten.

Wie können die Banken Mehrwerte erarbeiten und wie müssen diese gestaltet sein, dass sie von den Kunden tatsächlich auch als solche wahrgenommen werden? Sicherheit, Verfügbarkeit und Skalierbarkeit sind wichtige Kriterien, die traditionelle Finanzinstitute seit langem unter Beweis stellen. Noch deutlich mehr als bisher verlangen die Herausforderungen der Digitalisierung aber darüber hinaus auch Flexibilität und Agilität.

Open Banking mit der PSD2 als Basis bereitet den Weg – es geht darum, die Chancen aktiv zu nutzen und sich vom Wettbewerb abzusetzen.

Ergebnisse des Roundtable

Am 19.02.2018 kamen in Frankfurt Mitarbeiter von Banken, Finanzdienstleistern und Lösungsanbietern zusammen, um über die oben genannten Fragestellungen in den konstruktiven Austausch zu gehen. In drei Workshop-Runden diskutierten sie über unterschiedliche Aspekte der PSD2 und entwickelten Ideen für den Umgang mit der neuen Zahlungsdiensterichtlinie. Diese Workshops wurden jeweils mit einem Impulsvortrag eingeleitet. Mit Hagen Uckelmann von ::projective, Christian Albrecht von Diebold Nixdorf und Andreas Sonnleitner von FinTecSystems traten drei Digitalisierungsexperten als Referenten auf.

Im Folgenden stellen wir Ihnen die Ergebnisse und Erkenntnisse aus den Vorträgen und Workshops vor.



Vortrag + Workshop 1: Hagen Uckelmann – ::projective PSD2: Voraussetzungen und Potenziale

Wie ist der Markt auf die PSD2 und Open Banking vorbereitet?

- Großbanken, Onlinebanken und Fintechs haben bereits einige Projekte in Angriff genommen.
- Viele mittlere und kleinere Banken planen eher, die Minimalvoraussetzungen zu erfüllen, anstatt aktiv Potenziale auszuschöpfen.
- Es gibt noch keine Bank, die auf ganzer Linie vorbereitet ist.
- Die PSD2 schafft klare Rahmenbedingungen, doch der eng getaktete Zeitplan erfordert strategische Entscheidungen.
- Es besteht ein hoher Grad an Unsicherheit zu wesentlichen Eckpunkten:
 - Geltungsbereich (Privatkunden / B2B)
 - Regulatory Technical Standards (RTS)
 - Zertifizierung
 - Zwei-Faktor-Authentifizierung
 - Kommunikation zwischen Banken und Drittanbietern
- Häufig dominiert ein eher risikobehafteter Blick auf die Folgen der PSD2.
- Es entsteht ein neues Wettbewerbsumfeld. Der Ausgang für die Banken ist derzeit noch ungewiss.
- Auf Kundenseite herrscht noch enormer Erklärungsbedarf.

„Bei der Pflicht sind wir sicher, bei der Kür noch am Anfang.“

Risiko oder Chance – wie können die Geschäftspotenziale richtig identifiziert werden?

- Einbindung der Kunden:
 - Sorgfältig konzipierte Kundenbefragungen
 - Kunden gruppieren
 - Use Cases ableiten
- Verantwortlichkeiten im Haus müssen klar definiert sein.
- Die IT-Abteilung fungiert nicht als Treiber, sondern als „Dienstleister“, der die Anforderungen der Fachbereiche umsetzen muss.
- Markt sondieren:
 - Was tun Fintechs, Banken und Finanzdienstleister im europäischen und internationalen Ausland?
 - Wo lassen sich erfolgreiche Use Cases finden?

Wie sollte Open Banking strategisch angegangen werden?

- Die Banken müssen sich für eine Herangehensweise entscheiden:
 - TPPaaS = Zukauf von Lösungen „as a Service“ von einem Dienstleister
 - Verbandsweite Lösungen
 - Aktive, individuelle Lösung einzelner Institute
 - Minimale Erfüllung ohne strategische Vertriebslösung
- Mindset schaffen:
 - Die Frage darf nicht lauten „Wie verhindere ich Gefahren?“, sondern „Wie nutze ich die Chancen?“
- Plattformstrategie schaffen, um agil und flexibel zu sein
- Richtige Partner suchen
- „Erziehung“ der Kunden bzw. Bereitstellung von Informationen



Vortrag + Workshop 2: Christian Albrecht – Diebold Nixdorf

Technische Implementierung: Was erwarten Banken von SaaS-Anbietern – und umgekehrt?

Connected Commerce

- Das Ziel ist die Verbindung von Endkunden, Banken und Händlern.
- Eine Brücke schlagen von der physischen in die digitale Welt des Zahlungsverkehrs.
- Für Finanzdienstleister eröffnen sich neue Möglichkeiten der Kundenansprache mit Mobile-Apps.
- Erweiterung der Banking-App in eine Lifestyle-App mit Einsichten in das Konsumverhalten.

„Bin ich der digitale Löwe oder das Schaf?“

Wie komplex ist die technische Implementierung? An welchen Stellen hakt es?

- In den Banken fehlen Kapazitäten für die umfassende Bearbeitung. Daher neigen sie dazu, lediglich die Minimalanforderungen der PSD2 umzusetzen.
- Die Identifizierungsprozesse werden schwieriger.
- Es wird eine europaweite Steuerung erforderlich.
- Es besteht Unsicherheit in Bezug auf die RTS.
- Es besteht eine hohe Komplexität der technischen Implementierung, z.B. aufgrund der Legacy-Systeme und Ressourcen.

Wie können SaaS-Modelle helfen?

- Die Komplexität liegt nicht im eigenen Haus.
- Kosteneffizienz durch einmalige Anbindung an PSD2-Service-Plattform.
- Es besteht Flexibilität bei der Zuschaltung von neuen Services, Anbindung von Partnern, Ergänzungen an den RTS und sonstigen Richtlinien.

Was erwarten Banken vom SaaS-Anbieter?

- Beim Anbieter werden Ansprechpartner mit hoher Kreativität und technischer Expertise erwartet.
- Der Blick von außen soll neue Möglichkeiten eröffnen und gegen „Betriebsblindheit“ helfen.
- Im Vergleich zur Bank wird ein anderes Mindset vorausgesetzt.
- Der SaaS-Anbieter muss sich permanent weiterentwickeln und flexibel bleiben.

Was erwarten SaaS-Anbieter von den Banken?

- Es fehlen häufig dezidierte Ansprechpartner für PSD2 in den Banken.
- Wünschenswert wäre beispielsweise ein Innovation Board, welches mit Entscheidungskompetenz ausgestattet ist.
- Es sollte eine proaktive Dynamik an die Stelle einer häufig vorherrschenden Blockadehaltung gesetzt werden. Diese ist einerseits verständlich: Banken haben mit einer Fülle von Regularien zu kämpfen und die Ertragslage wird immer schwieriger. Daher fallen die Ressourcen für PSD2 eher gering aus. ABER: Eigentlich sollte gerade dies ein Grund dafür sein, die Chancen von PSD2 zur Ertragssteigerung und Kundenbindung zu nutzen.



Vortrag + Workshop 3: Andreas Sonnleitner – FinTecSystems Was bedeutet PSD2 für das Verhältnis Banken und Fintechs – Kooperation oder Wettbewerb?

Welche neuen Use Cases sind jetzt möglich?

- Der Fokus liegt auf datenbasierten Services.
- Prinzipiell haben alle denkbaren Use Cases das Potenzial, den Markt und das Kundenverhalten zu verändern.
- Ausgewählte Use Cases:
 - Einführung akzeptierter Zahlungsmittel aus dem Ausland
 - Kreditantrag
 - Flexi-Dispo
 - Personal Finance Management und Optimierung von Verträgen
 - Multibanking und Account-Aggregation
 - Zahlungsabsicherung
 - Kontowechsel
 - Rechnungswesen
 - Upsell- und Kampagnenmanagement
 - Mietnachweis und Selbstauskunft
 - Konsumentenschutz
 - KYC und Customer Centric Analytics
 - Mobile Payment
 - P2P-Zahlungen
 - Delegated Cash
 - Bonitätsprüfung
 - Social Benchmarking
 - DVP Instant
 - Loyalty-Programme

„PSD2
schützt Daten
und bringt diese
nicht in höchste
Gefahr.“

Welche Chancen der Kundenbindung bietet der Zugang zu anderen Bank-Daten?

- Regelmäßige Nutzung durch die Anbindung von Mehrwertdiensten
- Schaffung einer ganzheitlichen Erfahrung / User Experience
- Hohe Zufriedenheit durch einen tatsächlichen Nutzen für den Kunden, der aus seinen eigenen Daten generiert wird.
- Wenn dieser Nutzen besteht, steigt gleichzeitig auch das Vertrauen.

Kooperation mit Fintechs, Technologie-Provider oder besser den Big 5 US-Tech-Unternehmen?

- Die PSD2 verstärkt die Tendenz, dass Fintechs von Konkurrenten zu Partnern werden. Sie ergänzen und stärken Bankservices und damit die Beziehung zwischen Bank und Kunde.
- Es kann auf Kompetenz zurückgegriffen werden, die zurzeit im eigenen Haus nicht vorhanden ist.
- Auch Kooperationen mit den Big Five (Facebook, Amazon, Apple, Microsoft und Google) sind denkbar. Banken dürfen aber nicht zum Steigbügelhalter für deren Datensammlung werden und die Gefahr eingehen, diese damit zu befähigen, die Banken selbst obsolet zu machen.



Sie haben Fragen zum Roundtable?

Ansprechpartner:

Christian Albrecht

Director Business Development und Marketing

Diebold Nixdorf AG

Mail: christian.albrecht@dieboldnixdorf.com

Tel.: 02103 - 90 11 30

Mobil: 0170 - 92 68 725



Thorsten Hahn

Gründer und Geschäftsführer

BANKINGCLUB GmbH

Mail: th@bankingclub.de

Tel.: 0221 - 99 50 91 0



Copyright:

Die vorliegende Publikation wurde herausgegeben von der BANKINGCLUB GmbH in Kooperation mit der Diebold Nixdorf AG. Sämtliche Inhalte unterliegen dem Urheberrecht und Leistungsschutzrecht. Die Vervielfältigung, Bearbeitung oder Weitergabe der Texte oder Bilder an Dritte bedarf der vorherigen schriftlichen Zustimmung.