

PRESSEMITTEILUNG

Fintechs im Bankengeschäft: Disruption oder Evolution?

Erste Studie zum B2B-Fintech-Markt in Deutschland – „Gegner, Helfer, Partner. Fintechs und das Firmenkundengeschäft der Banken“

Frankfurt am Main, 7. Juni 2017 – Aktuell haben in Deutschland 103 von insgesamt 544 Fintechs das Firmenkundengeschäft der Banken als Zielgruppe. Knapp zwei Drittel der B2B-Fintechs konzentrieren sich auf Finanzierungen, etwa ein Drittel auf den Zahlungsverkehr. Zu diesem Ergebnis kommt die B2B-Fintech-Studie „Gegner, Helfer, Partner. Fintechs und das Firmenkundengeschäft der Banken“, die CMS, Deloitte und ING Wholesale Banking gemeinsam mit FINANCE-Research aufgelegt haben. In der Studie wird zum ersten Mal das deutsche B2B-Fintech-Segment analysiert; damit nimmt die Studie einen Benchmark-Charakter ein.

B2B-Fintechs nach Standorten und Geschäftsfeldern

Berlin ist nicht nur die Hauptstadt der Startups, sondern auch der Fintechs. Die Anzahl der ansässigen B2B-Fintechs ist in Berlin deutlich höher als in den beiden nächstplatzierten Städten – München und Frankfurt. Der Anteil der B2B-Fintechs mit jeweils knapp zwei Dritteln ist an den beiden größten deutschen Finanzplätzen Frankfurt und München jedoch noch deutlich höher als in Berlin (knapp die Hälfte). Fintechs mit Fokus auf B2B und B2C sind in Deutschland etwa gleich verteilt. Mit 52 Prozent ist das B2B-Segment sogar etwas stärker vertreten – hier werden allerdings auch die Fintechs berücksichtigt, die Banken in ihrem Privatkundengeschäft unterstützen (B2B2C). „Egal in welchem Segment sich ein Fintech befindet: Zentraler Faktor für den Erfolg ist, die zunehmende Regulierung im Blick zu behalten. Der Trend im Finanzdienstleistungssektor ist nicht weniger, sondern mehr Regulierung“, sagt Andrea München, Rechtsanwältin bei CMS in Deutschland.

Die interessantesten Themenfelder im Firmenkundengeschäft von Banken sind Payments und Alternative Finance. Hier liegt der B2B-Anteil deutlich über 50 Prozent. Über ein Viertel der 284 deutschen B2B-Fintechs bietet Finanzierungslösungen an. Darunter fallen Kreditvermittler ebenso wie etwa Anbieter von Forderungsfinanzierungen. Fast ein Fünftel der B2B-Fintechs konzentriert sich auf die Immobilienwirtschaft. Weitere Schwerpunkte sind Accounting-Lösungen und Zahlungsverkehr.

„Der Fokus im B2B-Fintech-Geschäft liegt auf Effizienzsteigerung und Automatisierung bestehender Prozesse. Dies setzt einen höheren Reifegrad des Geschäftsmodells gegenüber der B2C-Modellen voraus, der zwar zu höheren Anlaufkosten, jedoch auch zu langfristigen und profitablen Geschäftsbeziehungen führt“, erläutert Hans-Jürgen Walter, Partner und Leiter Financial Services Industry bei Deloitte.

Herausforderer oder Freunde der Banken?

Aus Sicht der Banken lassen sich die B2B-Fintechs in drei Kategorien unterteilen: Herausforderer, Freunde und Neutrale. Fast drei Viertel aller B2B-Fintechs mit Relevanz für das Firmenkundengeschäft fordern mit ihrem Geschäftsmodell die Banken heraus. „Banken müssen ihre internen Strukturen in Richtung einer agilen Organisation verändern“, sagt Swen Möllmann, Head of Digital Strategy & Innovation bei der ING-DiBa AG. „Wir müssen dennoch nicht alles selbst machen. Mithilfe von Kooperationen mit Fintechs können wir unseren Kunden innovative Services anbieten, gemeinsam ein hohes Innovationstempo vorlegen und künftig die Chancen von Standardisierung und

Effizienzsteigerung nutzen.“ Nur 13 Firmenkunden-Fintechs (von 103) sind aufgrund der Ausrichtung ihres Geschäftsmodells als Freunde der Banken einzustufen. Nur vier davon sind Helfer, die Banken in ihren Prozessen unterstützen oder White-Label-Lösungen anbieten.

Die Studie gewährt außerdem in sieben Tiefeninterviews mit Gründern vielversprechender Fintechs einen Einblick in ihre Geschäftsmodelle und ihre bisherigen Erfahrungen, wie sie das Firmenkundengeschäft der Banken in Deutschland beeinflussen.

Pressekontakte der Studienpartner:

Friederike Sophie Foitzik

Public & Media Relations

CMS Hasche Sigle Partnerschaft
von Rechtsanwälten und Steuer-
beratern mbB
Lennéstraße 7, 10785 Berlin

T: +49 (0) 30 20360 2258

E: [friederike-sophie.foitzik@cms-
hs.com](mailto:friederike-sophie.foitzik@cms-hs.com)

Isabel Milojevic

Leiterin Presse & Sponsoring |
Head of Media & Sponsoring

Deloitte
Rosenheimer Platz 4, 81669 München

T: +49 (0) 89 29036 8825

E: imilojevic@deloitte.de

Alexandra Jordans

Corporate Communications
Media Relations

ING Wholesale Banking
ING Bank, a branch of ING-DiBa AG
Hamburger Allee 1, 60486 Frankfurt

T: +49 (0) 69 / 27 222 66710

E: Alexandra.Jordans@ing-diba.de