

17.07. 2023

## Privatkundenbanken in Europa setzen Aufschwung fort

Von PPS

| Rang 2022 (2021) | Land            | Gewinn pro Kunde in CHF (Durchschnitt) |
|------------------|-----------------|----------------------------------------|
| 1 (1)            | Schweiz         | 634                                    |
| 2 (2)            | Belgien         | 297                                    |
| 3 (4)            | Niederlande     | 287                                    |
| 4 (3)            | Australien      | 301                                    |
| 5 (5)            | Österreich      | 228                                    |
| 6 (6)            | Spanien         | 258                                    |
| 7 (7)            | Nordamerika     | 250                                    |
| 8 (8)            | Frankreich      | 209                                    |
| 9 (10)           | Deutschland     | 204                                    |
| 10 (11)          | Grossbritannien | 199                                    |
| 11 (9)           | Italien         | 188                                    |
| 12 (12)          | USA             | 179                                    |

© Bloomberg, PricewaterhouseCoopers

### Bild Rechte

PricewaterhouseCoopers AG

- Die europäischen Privatkundenbanken erholen sich weiter und steigern ihr Umsatzwachstum um durchschnittlich 8%
- Vor allem die steigenden Zinsen sowie erste Effekte von Transformationsprozessen und Digitalisierungsprojekten verleihen den Banken Rückenwind
- Schweizer Institute sind weiterhin führend bei Gewinnen pro Kunde im europäischen Vergleich
- Um im Wettbewerb mit FinTechs und grossen Tech-Firmen zu bestehen, müssen die Banken diesen Rückenwind nutzen und ihren Vertrieb sowie ihre Produkte grundlegend erneuern

(Zürich)(PPS) Europas Privatkundenbanken setzen ihren bereits 2021 eingeschlagenen Erholungskurs fort. Auch im vergangenen Jahr konnten sie ihren Umsatz deutlich steigern. Das zeigt der «**Retail Banking Monitor 2023**» von Strategy&, der Strategieberatung von PwC. Sowohl das Einlagen- als auch das Kreditvolumen der europäischen Privatkundenbanken wuchsen demnach um durchschnittlich 4%, der Umsatz legte sogar um 8% zu. Begünstigt durch moderate Betriebskosten, die lediglich um 2% stiegen, verzeichneten die europäischen

Privatkundenbanken so im Betriebsgewinn ein Plus von 18%. Wesentliche Treiber der positiven Zahlen sind insbesondere die steigenden Zinsen und dadurch steigende Margen sowie Effizienzgewinne durch Einsparprogramme und Digitalisierungsprojekte. Auch im internationalen Vergleich schneiden die europäischen Geldhäuser gut ab und setzen sich von ihren Wettbewerbern am US-amerikanischen (6% Ertragswachstum) und australischen Markt (7% Ertragsrückgang) ab.

## **Zweiteilung der Bankenlandschaft**

Bei genauerer Betrachtung des europäischen Marktes zeigt sich: Vier von fünf Privatkundenbanken konnten ihre Gewinne in den vergangenen sechs Jahren durch die Umgestaltung ihrer Geschäfts- und Betriebsmodelle steigern. Höhere Gebühren und Provisionen sowie die Zinserhöhungen erwiesen sich dabei als massgebliche Ertragstreiber. Zugleich befindet sich ein Fünftel der Privatkundenbanken in einer schlechteren Position als noch vor sechs Jahren. Gründe dafür sind vor allem spät gestartete (IT-)Transformationen sowie gestiegene Personalkosten.

«Die Rahmenbedingungen für die europäischen Privatkundenbanken sind so günstig wie lange nicht mehr. Die Institute sollten das aktuelle Zeitfenster der Zinserholung für die erforderliche Transformation im Vertrieb und im Angebotsportfolio nutzen», sagt Andreas Pratz, Studienautor und Country Head von Strategy& Schweiz. «Die Pandemie hat den Wandel des Nutzerverhaltens dabei noch einmal deutlich beschleunigt, sodass Kund:innen heute von ihren Banken eine reibungslose User Experience über alle Kanäle hinweg erwarten, so wie sie es etwa von Online-Shops gewohnt sind. Für Privatkundenbanken gilt es daher, viel aktiver mit ihrer Kundenbasis zu interagieren – über alle Kanäle hinweg und passend für alle Kund:innen. Das bedeutet auch, dass Produkte verständlicher, einfacher und zugänglicher gestaltet werden müssen, weil der Kundenkontakt heute oft schon rein digital erfolgt.»

## **Der Kostendruck bleibt hoch**

Während die Zinserhöhungen zunächst ein Margenwachstum ermöglichten, spüren Banken die Inflationseffekte mittlerweile in ihren eigenen Kosten wie auch im Wettbewerb um Einlagen und im rückläufigen Baufinanzierungsgeschäft. Bei einigen

Instituten stagnieren erste Einsparprogramme. Andere Häuser setzen ihre Sparkurse erfolgreich fort, etwa indem sie ihr Filialnetz weiter reduzieren. Im europäischen Durchschnitt haben die Banken seit 2021 etwa 15% ihrer Filialen geschlossen, wobei die Einschnitte in den Niederlanden mit ~40% am drastischsten sind. Die Schweiz liegt mit einer Abnahme von knapp über 5% im hinteren Feld. Getrieben wird dieser Trend auch vom Verhalten der Kund:innen, die immer öfter Online-Banking nutzen.

Durch die verschiedenen Einsparmassnahmen konnten im vergangenen Jahr vier von zehn Privatkundenbanken ihre durchschnittlichen Kosten pro Kunde senken. Auf Ländersicht wirkt sich das unter anderem auf den durchschnittlichen Gewinn pro Kunde aus. Schweizer Institute liegen hier weiterhin mit 433 Schweizer Franken Gewinn pro Kunde an der Spitze. Deutsche Privatkundenbanken können sich im Rang leicht verbessern und erzielen einen Gewinn von 204 Schweizer Franken pro Kunde.

«Für einen Grossteil der Privatkundenbanken geht es aktuell beständig nach oben. Das sollte aber nicht darüber hinwegtäuschen, dass sich zugleich viele neue Anbieter in Stellung bringen, etwa aus dem Big-Tech-Bereich oder der FinTech-Szene. Kurzfristig mögen deren Angebote und Services zu spitz erscheinen, um den traditionellen Banken gefährlich zu werden. Mittelfristig werden viele jedoch ihre Chance nutzen wollen, um ihren Marktanteil durch neue Services, Innovationen und Preiswettbewerb zu steigern», ergänzt Andreas Pratz. «Um sich dafür zu wappnen, kann sich für Banken derzeit auch der Blick über den eigenen Tellerrand in Richtung FinTech-Kooperationen und strategischen M&A-Optionen lohnen. Wer die Chancen des aktuellen Umfelds klug und strategisch nutzt, kann sich einen zukünftigen Wettbewerbsvorteil schaffen.»

### **Pressekontakt:**

PricewaterhouseCoopers AG  
Birchstrasse 160  
CH-8050 Zürich

Bianca Helbling  
PwC | External Relations Consultant  
Mobile: +41 58 792 41 02  
Email: bianca.helbling @ pwc.ch

### **Kategorie**

Handel & Finanzen & Wirtschaft

---

**Source URL:** <https://www.presseportal-schweiz.ch/pressemeldungen/privatkundenbanken-europa-setzen-aufschwung-fort>