



Herausforderung Digitalisierung: So gewinnen Filialbanken den Wettbewerb um den Kunden

(Mynewsdesk) * Digitale Player, FinTechs und veränderte Kundenerwartungen setzen die Branche unter Druck

* GFT hat Trendumfrage im Finanzsektor gestartet

Branchen wie die Musikindustrie oder der Einzelhandel haben den Wandel schon hinter sich: Die Digitalisierung erfasst sämtliche Lebens- und Wirtschaftsbereiche. Eine Expertenrunde auf der CeBIT in Hannover diskutierte den wachsenden Innovationsdruck im Bankensektor. Die große Frage lautet: Wie reagieren die Banken auf das veränderte Marktumfeld und wo lässt sich mit digitaler Technik das Serviceerlebnis für den Kunden verbessern? Eine gerade gestartete internationale GFT Studie soll Antworten liefern.

Stuttgart, 25. März 2015 ? In weniger als drei Jahren avancierte PayPal zu einer mächtigen Bezahloption im Netz. Allein in Deutschland hat das Unternehmen mehr als 12 Millionen aktive Nutzer. Und mit Apple Pay, Alipay oder der Google Wallet stehen die nächsten branchenfremden Player mit ihren digitalen Bezahlösungen schon in den Startlöchern. Die Digitalisierung bringt aber nicht nur neue Wettbewerber, sondern bietet Filialbanken auch die Chance, sich auf neue Trends einzustellen, ein besseres Verständnis für den Kunden zu entwickeln und mit sogenannten FinTechs zu kooperieren. Das sind die zentralen Erkenntnisse eines GFT Expertengesprächs während der CeBIT.

Ob Social Banking (Fidor Bank, vertreten durch Frank Schwab, CEO der Fidor TecS AG), Anwendungen, die den Finanzalltag erleichtern (Gini, Startup aus München, Michael Maier, Head of Sales and Marketing) oder die Analyse von Kundendaten zur Optimierung der Serviceangebote (GPredictive, CODE_n Finalist 2014, Björn Goerke, Geschäftsführer) ? die Bandbreite der neuen digitalen Serviceangebote ist groß. Sie zeigen den Wandel in der Branche: statt Produkten steht mehr und mehr der Kunde im Fokus. Die Experten waren sich einig: Im europäischen Vergleich werde deutlich, dass Länder wie Spanien, Italien, Schweden oder Norwegen Deutschland in Sachen Digitalisierung des Finanzsektors um Jahre voraus seien. ?Banken und Sparkassen stehen im ?Land der Lastschrift? erst am Anfang?, sagte Marina Walser, Director Portfolio Strategy, GFT. ?Die Organisationsstrukturen in den Kreditinstituten sind komplex und auf Produktentwicklung ausgerichtet. Dass ein Umdenken in Richtung Kundenzentrierung wichtige Punkte im harten Wettbewerb bringt, kann man nicht oft genug betonen. Gerade junge Leute haben längst einen digitalen Tagesablauf, aber die meisten Banken denken immer noch analog.? Das bestätigten auch die drei FinTechs: Das Interesse an Kooperationen sei von Bankenseite recht verhalten.

Die zentralen Erkenntnisse der Diskussionsrunde:

* Banken kommen nicht drum herum, sich in den Alltag des Kunden zu integrieren ? und dieser ist mehr und mehr digital. Das bedeutet, ohne komplette Integration der analogen und digitalen Kanäle und die Präsenz im Lebensalltag der Kunden geht es nicht.

* Der Kunde steht im Mittelpunkt, nicht das Produkt.

* Datenanalyse und -interpretation sind die Zukunft: Um passende Angebote machen zu können, müssen die Kreditinstitute ihre Kunden kennen.

* FinTechs haben die Ideen, Banken das Geld ? Kooperationen mit jungen Ideenschmiedern ohne Denkverbote können in den Instituten als Katalysator für Innovationen wirken.

* Die Automobilindustrie hat?s vorgemacht: Eine reduzierte Fertigungstiefe durch Auslagerung von Teilen der Wertschöpfungskette an

Kooperationspartner, z.B. FinTechs, macht den Blick für das Wesentliche frei: starke und vertrauenswürdige Marken zu schaffen.

* Der Druck im Kessel kommt nicht nur von neuen Playern à la Google & Co. sowie innovativen FinTechs ? auch die Kunden sehen, dass es anders geht und erwarten eine neue Dienstleistungsqualität.

Sind das nun bloße Schlaglichter oder eine treffende Beschreibung der Gesamtsituation? Um diese Frage zu klären, hat GFT eine internationale Studie unter Top-Entscheidern und Banking-Experten in Deutschland, der Schweiz, Italien, Spanien, Großbritannien und Brasilien gestartet. Titel: ?Erfolgsgeheimnisse des Digital-Banking?. Die Expertenbefragung läuft noch bis zum 6. April. Teilnehmer erhalten ab Mai natürlich exklusiven Zugang zu den Ergebnissen. Hier geht es zur Befragung: www.gft.com/digitalbanking

Diese Pressemitteilung wurde via Mynewsdesk versendet. Weitere Informationen finden Sie im [GFT Technologies](#) .

Shortlink zu dieser Pressemitteilung:

<http://shortpr.com/r3x860>

Permanentlink zu dieser Pressemitteilung:

<http://www.themenportal.de/wissenschaft/herausforderung-digitalisierung-so-gewinnen-filialbanken-den-wettbewerb-um-den-kunden-35624>

Pressekontakt

-

Elke Möbius
Schelmenwasenstraße 34
70567 Stuttgart

Elke.Moebius@gft.com

Firmenkontakt

-

Elke Möbius
Schelmenwasenstraße 34
70567 Stuttgart

shortpr.com/r3x860

Elke.Moebius@gft.com

Über die GFT Group:

Die GFT Group ist ein globaler Technologiepartner für digitale Zukunftsthemen von der Ideenfindung und Entwicklung neuer Geschäftsmodelle bis hin zu deren Umsetzung.

GFT steht innerhalb der GFT Group für kompetente Beratung sowie die zuverlässige Entwicklung, Implementierung und Wartung maßgeschneiderter IT-Lösungen. Im Finanzsektor zählt GFT zu den weltweit führenden IT-Lösungsanbietern.

emagine bietet Unternehmen die Möglichkeit, strategische Technologieprojekte flexibel und on-demand mit geeigneten Experten zu besetzen. Dabei verfügt emagine über ein internationales Netzwerk hochqualifizierter Spezialisten.

CODE_n, die Innovationsplattform der GFT Group, bietet internationalen Start-ups, Technologiepionieren und etablierten Unternehmen ein weltweites Netzwerk. Aus Ideen entstehen Geschäfte.

Die GFT Group mit Sitz in Deutschland steht seit mehr als 25 Jahren für Technologiekompetenz, Innovationskraft und Qualität. 1987 gegründet, ist die GFT Group mit mehr als 3.200 Mitarbeitern in elf Ländern aktiv. Die GFT Aktie ist an der Frankfurter Wertpapierbörse (TecDAX mit Wirkung vom 23. März 2015) gelistet.

Anlage: Bild

