

Pressemitteilung | TME AG | 30.11.2017

Bessere Beratung dank digitaler Tools

Hub Conference in Berlin zeigte Handlungsdruck für Banken

FRANKFURT AM MAIN. Daten und Algorithmen werden wie überall sonst auch in der Bankenbranche immer wichtiger. Das bedeute jedoch nicht, dass die persönliche Beratung ausgedient habe, sagt Stefan Roßbach vom Management Board der TME AG, einer Frankfurter Unternehmensberatung für Financial Services. Auf der Hub Conference in Berlin sei erneut deutlich geworden, dass die Zukunft den Unternehmen gehöre, „die sowohl ihre Kunden als auch die stets wachsenden Datenmengen besser verstehen“. Rund 3.000 „digital leaders“ trafen sich Ende November auf dem interaktiven Business Festival, um über den digitalen Zeitenwandel zu diskutieren.

Die Frage, ob Banken ihre Angebote an den digitalen Wandel anpassen sollten oder nicht, sei völlig überflüssig, so Roßbach. „Sie müssen es so schnell wie möglich tun, wollen sie nicht abgehängt werden.“ Bei der Geldanlage und anderen Dienstleistungen sowie Produkten der Finanzbranche würden digitale Tools die Berater perfekt unterstützen – sofern man die Tools richtig anwendet. Es werde mehr Individualität und ein umfassendes Kundenerlebnis geben, wie die Hub Conference klar gezeigt habe.

Die Zukunft gehört also einer Co-Existenz von Mensch und Maschine. Ja, trotz aller Digitalisierung werde die zwischenmenschliche Interaktion weiterhin erfolgskritisch bleiben, glaubt Roßbach. „Natürlich erwarten die Kunden heute einen top-informierten Berater, was nur mit Hilfe neuer Technologie möglich ist. So muss die Vielzahl der Daten, die der Kunde angibt oder durch seine Handlungen hinterlässt, intelligent ausgewertet werden. Wie auch in anderen Bereichen der Wirtschaft ist die Verwandlung von Big Data in Smart Data angesagt, also die Extraktion von leicht anwendbaren sowie genau passenden Daten aus riesigen unstrukturierten Datenmengen. Eine fundierte Kenntnis ihrer individuellen Situation und der Märkte ist indes für die Kunden nicht genug. Gleichzeitig suchen sie gerade wegen der zunehmenden Automatisierung Dinge, bei denen der Computer dem Menschen zumindest noch lange unterlegen sein wird: Empathie, Humor, Improvisation und die Fähigkeit zum echten Zuhören.“

Um diesen Kundenwünschen Genüge zu tun, müssen sich Banken radikal verändern. Statt mehr oder weniger abgeschottet zu arbeiten, sollten sie sich laut Roßbach in digitale Ökosysteme einbringen – und das mit der für ein natürliches Ökosystem typischen Offenheit nach vielen Seiten. Damit sind unter anderem Kooperationen mit FinTechs gemeint. Aktuell würde in Deutschland im Vergleich zu anderen Ländern noch viel zu wenig in die FinTech-Szene investiert, bedauert Roßbach: „In den USA sind die Venture-Capital-Investments zwölfmal so hoch wie hierzulande.“ So sei es zu begrüßen, dass die KfW künftig gezielt Startups fördern wolle, um Deutschland zukunftsfit zu machen. Das sei unabdingbar, um auch in der digitalen Welt eine wirtschaftlich führende Rolle behaupten zu können.

Agilität sichert Überleben

Auf dem Weg dorthin haben Banken einige Herausforderungen zu bewältigen, die ebenfalls Thema auf der Hub Conference waren. Da ist zum Beispiel die immer schärfere Regulierung, der sich mit Unterstützung digitaler Lösungen leichter begegnen lässt. Weniger konkret, doch wohl noch wichtiger sei der kulturelle Wandel, den Kreditinstitute angehen müssten, betont Jan Franz, Consulting Manager der TME. Neben alten Tugenden, die etablierte Banken groß gemacht haben, brauche es heute Agilität in der Zusammenarbeit mit anderen. „Nur so kann das eigene oder auch das neue, etwa in Kooperation mit einem FinTech entstandene Geschäftsmodell immer wieder verändert werden“, so Franz. Und das sei in der sich schnell entwickelnden digitalen Welt überlebenswichtig.

Ändert man die Einstellung und betrachtet man statt der Probleme oder Herausforderungen vor allem die Chancen, sieht die Lage für Banken eher gut aus. Roßbach: „Sie haben Kontakt zu vielen verschiedenen Industrien einerseits und digitalen Marktführern andererseits. Ideal, um von disruptiven Trends zu profitieren.“ Beispiele dafür seien die Nutzung von Virtual Reality, Künstlicher Intelligenz und dem Internet of Things. Funktionieren werde das jedoch nur, wenn die Banken handeln. „Do Change Management“ sei auch ein Impuls, den er aus Berlin mitgenommen habe, sagt Roßbach. Ein anderer stamme von einem Startup und lautet: „Vision vor Mission!“ In diesem Aufruf stecke genau das, was jetzt entscheidend ist: „Die Digitalisierung erfordert vor allem ein neues Denken und eine höhere Geschwindigkeit. Und die Vision sollte klar sein, bevor die Mission startet, diese zu realisieren.“

Über die TME AG

Die TME AG – mit Sitz in Frankfurt Main – ist eine Unternehmensberatung für Financial Services, die auf Digital Banking, Risk & Regulatory sowie Transformation Management spezialisiert ist. Das Team ist entlang der gesamten Wertschöpfungskette aktiv – von der Konzeption über die Transformation bis zur Umsetzung, insbesondere für digitale Geschäftsmodelle und deren regulatorische Anforderungen. Zu den Kunden zählen Banken und Versicherungen, aber auch FinTechs sowie Unternehmen aus der Digitalbranche.

Pressekontakt:
TME AG
Hamburger Allee 26-28
60486 Frankfurt am Main

Herr Stephan A. Paxmann/Herr Stefan Roßbach
Tel.: 069 7191309-0
E-Mail: kontakt@tme.de

Versand:
Fröhlich PR GmbH i. A. der TME AG
Alexanderstraße 14
95444 Bayreuth

Frau Siynet Spangenberg
Tel.: 0921 75935-53
E-Mail: s.spangenberg@froehlich-pr.de

Eingetragen beim Amtsgericht Bayreuth, HRB 1994
Geschäftsführer: Hans-Jochen Fröhlich