

# ALLES AUF ANFANG – DIGITALISIERUNG AUSPROBIEREN

FACHBEITRAG

FINTECHS UND DIE GROßEN US-AMERIKANISCHEN INTERNETKONZERNE (GAFA) SETZEN BANKEN ZUNEHMEND UNTER DRUCK. DIESE KÖNNTEN SICH BEHAUPTEN, WENN SIE MIT DEN STARREN MARKTSTRUKTUREN BRECHEN UND UNGEWOHNTE WEGE GEHEN.

Viele Banken haben den Zug Richtung Digitalisierung verpasst. Legacy-Systeme und starre Hierarchien sowie fehlende Freiräume haben sie verlangsamt, sodass FinTechs und die Big Player Google, Apple, Facebook und Amazon an ihnen vorbeizurasen drohen. Sie übertreffen die etablierten Kreditinstitute mittlerweile beim Kundenservice, bei innovativen und personalisierten Dienstleistungen sowie bei der Umsetzungsgeschwindigkeit neuer Projekte und Geschäftsmodelle. Mit Inkrafttreten der neuen PSD2-Richtlinie und Open Banking müssen Banken ihre Daten nun auch Dritten zugänglich machen. So verlieren sie zwar ihre Datenhoheit, aber dieser Entwicklung müssen sie sich beugen, wenn sie mit dem Tempo der digitalen Transformation und dem aufkeimenden Wettbewerb Schritt halten möchten. Einer Studie von CA Technologies zufolge haben gerade einmal 17 Prozent der deutschen Banken mindestens einen durch PSD2 inspirierten Service implementiert. Andere europäische Länder sind da schon weiter: in Frankreich sind es 30 Prozent und in Italien über ein Drittel (36 Prozent) der befragten Unternehmen.

Deshalb sollten sich deutsche Finanzinstitute schleunigst etwas einfallen lassen, ihre digitalen Infrastrukturen auf Vordermann bringen und ihre Digitalstrategie überdenken, damit sie ihre Marktführerschaft im Finanzsektor weiterhin behaupten können. Denn Banken halten einen entscheidenden Trumpf in der Hand: Sie genießen nach wie vor großes Vertrauen der Kunden. Das zeigt das Ergebnis einer repräsentativen PWC-Umfrage. Ein Großteil der Deutschen steht innovativen, digitalen Finanzdienstleistungen zwar offen gegenüber, würde sie aber lieber von ihrer eigenen Bank angeboten bekommen als von einem FinTech-Unternehmen.



## BEI DER DIGITALISIERUNG GIBT ES NOCH EINIGES ZU TUN

Und gerade hier ergibt sich schon das Dilemma: Deutsche Banken hinken bei der Digitalisierung hinterher und es mangelt ihnen an kreativen Ideen, wie sie technologische Möglichkeiten zu ihrem Vorteil nutzen können. Eine erst kürzlich veröffentlichte Deloitte-Studie zeigt, wie groß der Nachholbedarf deutscher Banken in Sachen Digitalisierung tatsächlich ist. Im internationalen Vergleich liegen die deutschen Kreditinstitute gerade einmal im unteren Mittelfeld - und das, obwohl Deutschland als eine der führenden Technologienationen der Welt gilt. Problematisch für eine schnelle positive Weiterentwicklung in Sachen Digitalisierung ist, dass die deutschen Verbraucher noch sehr an Bargeld hängen und bei der Preisgabe von Daten sehr vorsichtig sind. Einer

Bundesbank-Studie zufolge ist Bargeld das beliebteste Zahlungsmittel in Deutschland. Fast drei Viertel aller Einkäufe wurden letztes Jahr mit Banknoten und Münzen bezahlt. Noch fehlt also von Kundenseite schlichtweg der Druck etwas zu ändern. Aber die Betonung liegt auf "Noch!". Denn das könnte sich bald ändern, gerade wenn deutsche Verbraucher auf fortschrittliche Technologien im Ausland blicken. Den Konkurrenzdruck verspüren Banken allerdings jetzt schon von innovativen Finanz-Start-ups und den großen US-amerikanischen Internetkonzernen, die Innovationen viel schneller integrieren und neue Produkte und Services bereitstellen können.

AUF DER GRÜNEN WIESE  
AUSTOBEN -  
PROJEKTUMSETZUNG  
NEU GEDACHT

Banken könnten dasselbe leisten, wenn sie nicht durch überholte Legacy-Systeme, veraltete IT und fest eingefahrene Strukturen in ihrer Entwicklung eingeschränkt werden würden. Bisher versuchte man in der Finanz-IT neue Entwicklungen in bestehende Systeme zu integrieren, also nach dem Brownfield-Ansatz vorzugehen. Das heißt, neue Systeme zur Lösung von IT-Problemen wurden unter Berücksichtigung etablierter Systeme implementiert, was nicht immer einwandfrei funktionierte. Banken benötigen deshalb einen frischen Start, ohne belastende Voraussetzungen, Vorgaben oder Einschränkungen. Hier kommt der Greenfield-Approach ins Spiel. Bei diesem Ansatz wird - bildlich gesprochen wie auf einer freien, grünen Wiese - ein Vorhaben von Grund auf neu, unabhängig und ohne Schnittstelle zum bestehenden Unternehmen entwickelt. So können nicht nur aktuelle Trends und Kundenbedürfnisse, sondern auch Technologien wie Chatbots, künstliche Intelligenz und Big Data sowie neue Regulierungen direkt bei der Entwicklung berücksichtigt werden, weil nicht die Schranken veralteter Legacy-Systeme den Weg in eine fortschrittliche Zukunft versperren.