



PRESSEMITTEILUNG

**Benchmarkstudie „Digitale Transformation von Banken“:
Banken sehen ihren Fortschritt bei der Digitalisierung kritisch**

- **Interne Hemmnisse stellen die größte Hürde bei der digitalen Transformation dar**
- **Mehr als 60 Prozent der Banken arbeiten bereits mit Startups zusammen**
- **Fehlende Kundenorientierung beim Ausbau digitaler Services**

Berlin, 30. Januar 2017 – Die deutsche Bankenbranche hat die Bedeutung des digitalen Wandels erkannt. Doch die Umsetzung der digitalen Transformation fällt den Finanzinstituten noch immer schwer. Zu diesem Ergebnis kommt die Benchmarkstudie „Digitale Transformation von Banken“, die von FinTechCube, einem Joint Venture unter dem Dach von etventure, in Zusammenarbeit mit Prof. Dr. Julian Kawohl von der Berliner Hochschule für Technik und Wirtschaft durchgeführt wurde. Für die Studie wurden die Entscheidungsträger von mehr als 30 Banken sowie rund 200 Privatkunden zu ihren Wünschen an ein modernes, digitales Banking befragt.

Die Transformation scheitert an internen Widerständen

Für 58 Prozent der befragten Bankinstitute zählt die digitale Transformation zu den Top 3 der Unternehmensthemen. Lediglich knapp 10 Prozent geben an, dass die Digitalisierung keine oder nur eine untergeordnete Rolle für das eigene Unternehmen spiele. Dies spiegelt sich auch in der Budgetentwicklung wider. Rund 90 Prozent der Banken haben 2016 ihr Budget für Digitalisierungs- und Innovationsprozesse gegenüber dem Vorjahr aufgestockt und 71 Prozent planen für die nächsten zwölf Monate weitere Erhöhungen des Budgets.

Doch auch wenn die Bedeutung der digitalen Transformation für den zukünftigen Unternehmenserfolg beim Großteil der Banken mittlerweile erkannt wird, stockt die Umsetzung. So wird der bislang erzielte Fortschritt von den befragten Entscheidungsträgern in den meisten Bereichen nur als gering bis mittelmäßig eingeschätzt. Grund sind vor allem interne Widerstände: Die meist genannte Hürde bei der digitalen Transformation stellt die „Verteidigung bestehender Strukturen“ im Unternehmen dar, gefolgt von fehlenden Personalressourcen sowie mangelndem Know-how.

Kooperation mit Fintechs verbessert digitale Services nachhaltig

Ein Mittel für eine schnellere und erfolgreichere Digitalisierung sehen viele Bankinstitute in der Kooperation mit sogenannten Fintechs, Startups mit Fokus auf Finanztechnologien. 95 Prozent der befragten Entscheidungsträger sind von den Vorteilen einer Zusammenarbeit überzeugt und 60 Prozent der Banken arbeiten schon heute mit den digitalen Playern zusammen – mit messbarem Erfolg. So wurde eine wesentliche Verbesserung der digitalen Services bei Banken mit Fintech-Kooperationen fast dreimal so häufig festgestellt wie bei Banken ohne Startup-Partnerschaft.

Die Notwendigkeit zur Digitalisierung wird auch von Kundenseite bestätigt: Jeder zweite Privatkunde wünscht sich von seiner Bank eine stärkere Zusammenarbeit mit Fintechs. Sowohl in der Gruppe der „Millenials“ oder „Digital Natives“ als auch bei der Altersgruppe zwischen 31 und 50 Jahren unterstützen sogar rund 60 Prozent eine solche Kooperation. Die Befragung zeigt allerdings auch eine deutliche Diskrepanz zwischen den Kundenwünschen und dem derzeitigen Angebot der Banken: Während sich Kunden eine Kooperation mit Fintechs vor allem in den Bereichen E-Commerce, Crowdfunding und Crowdfunding sowie P2P-Payment und Blockchain wünschen, sind Startup-Partnerschaften in diesen Segmenten bislang nur selten zu finden.

Fehlende Kundenorientierung und -kommunikation

„Die Mehrheit der Finanzinstitute hat die ersten Schritte hin zu einem modernen, digitalen Banking-Angebot gemacht. Was den Banken jedoch fehlt, ist die Kundenorientierung. Das zeigt die Studie sehr deutlich“, erklärt Gregor Puchalla, Geschäftsführer von FinTechCube. „Digitale Angebote werden häufig in Bereichen geschaffen, die für den Kunden nachrangig sind. Ein wesentlicher Grund hierfür ist der mangelnde Austausch zwischen Bank und Kunden. 63 Prozent der von uns befragten Privatkunden wussten beispielsweise nicht, ob ihre Bank überhaupt Kooperationen mit Fintechs betreibt. Damit lassen sich Banken auch einen wesentlichen Marketing-Vorteil entgehen. Denn die Mehrheit der Kunden, die um die Digitalprojekte ihrer Bank weiß, nimmt diese als fortschrittlicher wahr. Entsprechend sollten Banken die Interaktion mit dem Kunden ausbauen, Feedback einholen und ihre Startup-Kooperationen aktiv vermarkten.“

Über FinTechCube:

Die FinTechCube GmbH ist der erste Full Service Provider für den Fintech-Markt. Als Joint Venture der etventure-Tochter FintechStars und der FINANCE BASE AG bündelt FinTechCube Finanz- und Datenexpertise mit der Erfahrung in der Entwicklung und dem nutzerzentrierten Aufbau von neuen, digitalen Geschäftsmodellen. Das Ziel von FinTechCube ist es, FinTech-Startups beim Aufbau und Markteintritt zu helfen. Gleichzeitig sollen auch etablierte Finanzdienstleister bei der Anpassung ihrer Geschäftsmodelle an die Erfordernisse der digitalen Welt unterstützt werden. FinTechCube wurde im Dezember 2015 in Berlin gegründet und wird von Gregor Puchalla, Geschäftsführer von FintechStars, und Florian Oswald, Vorstand der FINANCE BASE AG, geleitet. Unternehmenssitz ist Berlin. www.fintechcube.com.

Über etventure:

„Nur echte Unternehmer treiben den digitalen Wandel“: Digitalberatung und Company Builder etventure identifiziert, entwickelt und testet branchenübergreifend digitale Geschäftsansätze. Mit den vier Geschäftsbereichen Corporate Innovation, People & Education, Innovation Spaces und dem Startup Hub bildet etventure die gesamte Wertschöpfungskette für Innovationsvorhaben ab. Zu den Unternehmenskunden zählen unter anderem die Wüstenrot & Württembergische Versicherungen, die Deutsche Bahn, Daimler Financial Services, Franz Haniel & Cie., die SMS group, Putzmeister oder der Stahlhändler Klöckner. etventure wurde 2010 von den Geschäftsführern Philipp Depiereux, Philipp Herrmann und Dr. Christian Lüdtker gegründet. Zum etventure Team gehören 250 Digitalexperten und Unternehmer an Standorten in Berlin, Hamburg, München, Essen, Stuttgart, Hongkong, London, New York, Paris und Zürich. www.etventure.com.

Für weitere Presseinformationen, Interviewanfragen und Bildmaterial:

Christian van Alphen
Head of Public Relations

etventure GmbH
Prannerstr. 10, 80333 München
+49 89 - 230 691 314
christian.vanalphen@etventure.com
www.etventure.com