



62 Prozent der Finanzdienstleister stehen ohne Plan da

Knapp zwei Dritteln der Finanzdienstleister in Deutschland, Österreich und der Schweiz fehlt aktuell noch ein Strategiepapier, um die digitale Revolution konkret anzupacken. Das Problem: Die Zeit drängt, denn schon heute hat sich die Wettbewerbslage des Finanzsektors infolge der Digitalisierung verändert – das berichtet die große Mehrheit der Banken- und Versicherungsentscheider (78 Prozent). Keine andere der untersuchten Branchen - Industrie, Handel, Telko oder Gesundheit - verzeichnet einen derart rasanten Marktumbruch. Das sind Ergebnisse der Drei-Länder-Studie „Digitale Agenda 2020“ von CSC (NYSE: CSC).

Bei den Chancen des digitalen Wandels räumen Finanzdienstleister dem Kundenmanagement mit einer Anbindung an digitale Vertriebskanäle oberste Priorität ein. Gut jeder zweite Entscheider verspricht sich auf Basis neuer Daten, Kundenkenntnis und -Beziehung zu verbessern (56 Prozent). Gleichzeitig wollen die Anbieter mit digitaler Technik flexibler auf Kundenwünsche reagieren und ihre Produkte individualisierter gestalten (53 Prozent).

Den Wünschen steht jedoch eine Reihe von Stolpersteinen im Wege. Ein Mangel an Fachkräften für die Umsetzung von Digitalisierungsprojekten wird von jedem zweiten Finanzdienstleister als Umsetzungshindernis der digitalen Agenda genannt. Das ist deutlich häufiger als beispielsweise im Handel (39 Prozent), im Gesundheitswesen (38 Prozent) oder auch bei den Telekommunikationsunternehmen (43 Prozent). Ein Drittel der Entscheider beklagt zudem Finanzierungslücken.

Die Investitionsplanung gehört für die Strategieteamer der Digitalen Agenda folgerichtig zu den wichtigsten Aufgaben (42 Prozent). Zudem zählen die Anpassung der internen

Technologi Landschaft (47 Prozent) sowie die Aus- und Weiterbildung für Digitalisierungsprojekte (39 Prozent) zu den TOP-3-Prioritäten.

Prof. Dr. Maximilian Röglinger, Fraunhofer FIT, erklärt: „Die Digitalisierung führt zu einem Paradigmenwechsel in Sachen Kundenorientierung. Es geht nicht mehr darum, wie sich Kunden in Bankprozesse integrieren lassen. Vielmehr müssen sich Banken nahtlos in Kundenprozesse integrieren. Zentrale Herausforderungen sind die Identifikation innovativer digitaler Services, die Auswahl strategischer Partner im digitalen Ökosystem sowie der Aufbau einer bimodalen Organisation.“

Bild: © olly / fotolia.com

Versicherungs- und Finanznachrichten

expertenReport



<https://www.experten.de/id/4942011/62-prozent-der-finanzdienstleister-stehen-ohne-plan-da/>