



## Smart City: Hoffnung auf Erneuerung, auf die Banken seit Langem warten?

**Mit den neuen Akteuren im Bankenmarkt, wie GAFAM, und dem damit verbundenen Anstieg des Wettbewerbs geht die Anzahl der Filialbesuche ebenso zurück wie die Zahl der Bankautomaten und Bankfilialen. Analysen der Beraterfirma Barkow Consulting zufolge schloss 2017 fast jede zwanzigste Bankfiliale ihre Türen. Während es 1996 noch mehr als 63.000 Filialen gab, ging ihre Zahl im letzten Jahr auf knapp 30.600 zurück.**

### Fähigkeiten im urbanen Raum optimieren

Vincenzo Fiore, CEO, [Auriga](#)

Das Smart-City-Konzept gewinnt auf internationaler Ebene an Fahrt und es finden in den Städten viele Veränderungen statt, die neuen Technologien zugeschrieben werden können, insbesondere im Zusammenhang mit dem Aufkommen des Internet of Things. Das betrifft alle Bereiche, von Immobilien und Sicherheit über das Transportwesen und nachhaltige Entwicklung bis hin zum Bankensektor.

Auf der Suche nach neuen Impulsen tragen die traditionellen Banken und Online-Banken mit Sicherheit zur Entwicklung dieser „smarten Städte“ bei. Die größte, aber nicht die einzige, Herausforderung für all diese Institute besteht darin, neue Finanzdienstleistungen zu schaffen, die die unterschiedlichen Innovationen unterstützen, die sich in den Bereichen Mobilität und Konnektivität herausbilden. Außerdem sind sie dafür verantwortlich, Entwicklungen in der Verwendung von personenbezogenen Daten und Informationen im Zentrum der Städte zu antizipieren.

Jetzt, da wir unsere städtischen Räume überdenken, können wir sicher mehr aus den vielfältigen Fähigkeiten der Banken machen, wenn es um Planung, Business Intelligence, Datenanalyse und das Ermöglichen sozialer Verbindungen in umgestalteten Vierteln geht. Die Banken müssen darüber nachdenken, wie sie ihre Fähigkeiten im urbanen Raum optimieren und ihre traditionellen Stärken der Transparenz, der Pragmatik und der rationalen Planung kombinieren können.

### Bankwesen als ernstzunehmender Akteur in der Smart City

Um Smart-City-Projekte umzusetzen, müssen viele Partner mobilisiert werden: von Akteuren aus dem Bereich der Infrastruktur bis hin zu Internet- und Telefongesellschaften. Bei den Partnern dürfen wir nicht vergessen, die Banken einzubeziehen.

Banken verfügen über umfassendes Wissen über ihre Kunden, da sie täglich mit ihnen zu tun haben. Zudem haben sie die Fähigkeit entwickelt, ihre Bedürfnisse vorauszuahnen.

Mit diesem Vertrauenskapital ihrer Kunden, insbesondere der jungen Leute, haben Banken die großartige Chance, neue und personalisierte Finanzdienstleistungen zu bewerben, die mit den Innovationen in den Bereichen Konnektivität und Mobilität einhergehen. Das Ganze ohne die Entwicklungen bei der Verwendung der personenbezogenen Daten der Bürger aus den Augen zu verlieren.

Neue Technologien verändern den strategischen Kontext der Finanzwirtschaft und der Kommunikation tiefgreifend, indem sie die Einstellung und die Erwartungen der Kunden, den Wettbewerb und das Geschäftsgebaren verändern. Der Fortschritt der IKT-Dienstleistungen ist weltweit unterschiedlich und in einigen Ländern und auf einigen Kontinenten unterentwickelt.

## Bereitschaft, das städtische Ökosystem zu begleiten

In der Stadt der Zukunft soll der Bürger ein vollwertiger Akteur seiner Stadt werden, indem seine Verbindungen zu Institutionen entwickelt werden. Aus diesem Grund befinden sich Banken ebenfalls im Zentrum des städtischen Ökosystems und dieses sozialen Austauschs. Sie werden zu einem Eckpfeiler der smarten Stadt und zu bevorzugten Plätzen, um Unternehmergeist zu teilen, zu schaffen und zu entwickeln.

Die Bank ist nicht mehr bloß ein Finanzintermediär, sondern der privilegierte Beobachter aller Transaktionen. Zum Beispiel bei der Umsetzung einer einheitlichen Verwaltungs- und Bezahl-App, mit der die Bürger alle in der Stadt angebotenen Dienstleistungen nutzen können. Ein anderes Beispiel ist „intelligentes Archivieren“: Bibliotheken voller Dokumente und Daten, die aus vorgegebenen und anpassbaren interaktiven Bereichen bestehen. Auch sie sind eine Chance für Banken. Sie können im direkten Kontakt mit Verwaltungsdiensten stehen, um die künftige Kommunikation effizienter zu gestalten. Ein einfacher Klick auf einen Link oder das Scannen eines QR-Codes genügt, um auf die gewünschten Informationen und Services zuzugreifen. Intelligentes Archivieren hat außerdem den Vorteil, dass es in Echtzeit verfügbar ist und Kundenwissen optimiert.

Banken haben außerdem einen Überblick über die wirtschaftliche Lage und die Machtverhältnisse, die zwischen den verschiedenen Akteuren des Markts in der intelligenten Stadt existieren. Mit den über Kreditkarten und kontaktloses Bezahlen erzeugten Daten verfügen Banken über umfassendes Wissen über die Bewegungen ihrer Kunden. So können Partner, natürlich immer im Einklang mit dem

von Land zu Land unterschiedlichen geltenden Recht, das Wissen über diese Daten durchaus austauschen und nutzen. Diese Methode gibt es schon heute in einer weniger weit entwickelten Form, dem Geomarketing. Mit Geomarketing können Banken und Sparkassen – insbesondere vor dem Hintergrund aktueller Herausforderungen, wie dem steigenden Wettbewerbsdruck, ihren Vertrieb optimieren und ihr Filialnetz restrukturieren sowie Angebote und Marketingaktivitäten an den Wünschen der Kunden auszurichten.

Ein gewählter Vertreter könnte beispielsweise sehr gut das Wissen über das urbane Leben, über das Banken verfügen, nutzen, um über den Zuspruch für neue Schilder in seinem Stadtteil zu entscheiden und es dann genauso zu machen wie in anderen Vierteln oder mit diesen zu konkurrieren. In genau dieser Art von Szenario sind die Banken dazu aufgefordert, ihren Teil zur Transformation und Entwicklung städtischer Gebiete beizutragen. Außerdem unterstützen fortschrittliche Technologien wie Big Data und KI das Internet of Things dabei, die große Datenmenge zu analysieren, diese Daten für die Bürger in persönlichen Mehrwert zu verwandeln und die Bedürfnisse der Bevölkerung vor Ort zu antizipieren.

## Wechsel auf „komplett digital“ ist unwahrscheinlich

Die digitale Revolution erklärt teilweise den wachsenden Erfolg von Online-Banken und sogenannten „Pure Players“ auf Kosten traditioneller Banken. Allerdings bedeutet diese digitale Transformation, die neue Bedürfnisse befriedigen möchte, keinen Wechsel auf „komplett digital“. Sind die Bürger davon überzeugt, dass die Digitalisierung ihr Leben bereichert, verspüren sie auch den Wunsch, dass diese digitalen Dienste rationalisiert werden.

Zwar bewirkt der Vormarsch der smarten Stadt unweigerlich eine Veränderung der menschlichen Beziehungen, aber die Menschen in Europa möchten nicht, dass der Kontakt zu Bankinstituten einzig auf den digitalen Austausch beschränkt ist. Alle hegen den aufrichtigen Wunsch, dass Bankdienstleistungen sich weiterentwickeln, um die Anforderungen der Stadt der Zukunft besser zu erfüllen. Gleichzeitig soll auch eine Beziehung mit physischen Mittelpersonen unterhalten werden. Statt Filialen zu schließen, werden innovative Banken sie als hyperlokale Informationsdreh scheiben und Suchmaschinen für die Gemeinschaft nutzen. In diesem neuen Modell werden lokale Einzelhändler und Akteure kommunizieren, Rücksprache

halten und Dienstleistungen empfehlen, wobei die lokalen Filialen als Stellvertreter fungieren.

Gleichzeitig werden die Banken auch zu einem Ort des Austauschs und der Interaktion zwischen zahlreichen Akteuren wie lokalen Gemeinschaften, Unternehmen, Dienstleistern usw., indem sie den virtuellen und physischen Austausch zwischen ihnen fördern. Es kommt darauf an, zusammenzuarbeiten, um zusammen ein gemeinsames Ziel zu erreichen: Städte und die Dienstleistungen, die sie zu bieten haben, zu vereinfachen, zu optimieren und zu beschleunigen, damit alle Bewohner davon profitieren.

Vincenzo Fiore, CEO [Auriga](#)

Bilder: (1) © kwanchaift / fotolia.com (2) © Auriga

Versicherungs- und Finanznachrichten

# expertenReport



<https://www.experten.de/id/4945515/smart-city-hoffnung-auf-erneuerung-auf-die-banken-seit-langem-warten/>