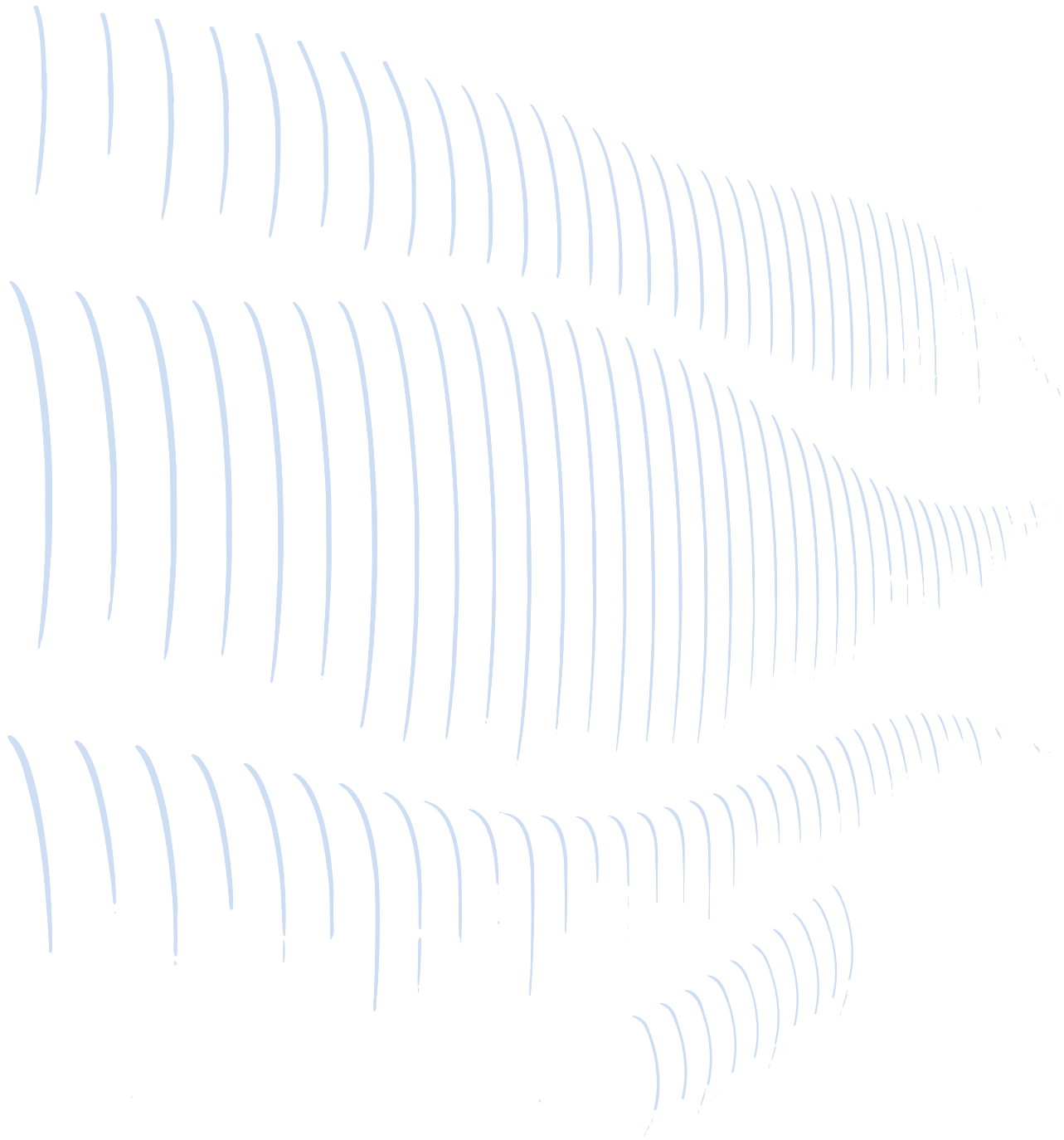


Innovationen und Trends 2020: Sind die Banken fit für die Zukunft?

Eine gemeinsame Studie von Cofinpro, die bank und IT Finanzmagazin



Der Blick ist nach innen gerichtet

In der Außendarstellung geben sich Banken reformfreudig und zukunftsorientiert. Doch die Realität sieht anders aus: Statt aktiv eigene Innovationen und erfolgreiche Geschäftsmodelle zu entwickeln, kopiert die große Mehrheit lieber Mitbewerber, wie die hier vorliegende Studie zeigt. Aber ist diese Strategie angesichts der Konkurrenz durch Fintechs und Bigtechs sinnvoll? Nur 15 Prozent der befragten Experten sehen das Finanzinstitut, in dem sie arbeiten, als Pionier mit dem Ansatz »First to the Market«. 56 Prozent setzen auf die Folgestrategie »Second to the Market« und 29 Prozent bekennen sich zum Prinzip »Copycat«.

Der fehlende Mut beeinflusst neben der Strategie auch die Art der Projekte. So richten die Banken ihren Blick vornehmlich nach innen und konzentrieren sich auf interne Abläufe. Auf die Frage, was sich bei ihnen konkret verändert habe, antworten rund neun von zehn Befragten: »Prozesse und Vorgehensweisen«. Immerhin 73 Prozent geben noch »Technologien« an. Weit abgeschlagen mit 27 Prozent ist das Geschäftsmodell. Dabei kommt diesem Bereich eine Schlüsselfunktion zu, um den Ertrag zu steigern und nicht allein die Kosten zu senken. Schließlich birgt die Digitalisierung viel mehr Möglichkeiten, um das Unternehmen im Markt neu zu positionieren. Effizientere Arbeitsabläufe allein reichen nicht aus.

Zumindest mittelfristig werden die Banken wahrscheinlich keinen Strategiewechsel vollziehen. Für 2020 sehen zwei von drei Finanzexperten den Schwerpunkt in der Umsetzung regulatorischer Auflagen. Darauf folgen im dichten Abstand wieder: Effizienzsteigerungen und Prozessverbesserungen. Die Banken bleiben also weiter mit sich selbst beschäftigt. Mit erweiterten Anwendungen, modifizierten Geschäftsmodellen oder neuen Produkten ist zumindest aus den großen Bankenhäusern nicht zu rechnen. Auch neue Blockchain-Applikationen oder das Internet der Dinge (IoT) nehmen mittelfristig keine bedeutende Rolle ein.

Das Ergebnis dieser Strategie ist in den vergangenen Jahren offensichtlich geworden: Junge, agile Fintechs überraschen mit innovativen Produkten oder schlanken Anwendungen, die Banken versuchen nachzuziehen. Zwar attestieren die Finanzexperten technologischen Neuerungen eine wichtige Rolle, im Geschäftsalltag enttäuscht der erzielte Nutzen aber oft. 61 Prozent der Befragten geben an, dass nur ein kleiner Teil der Innovationen in ihrem Haus erfolgreich gewesen sei. Und 7 Prozent konnten bisher keine positiven Resultate erzielen. Einer der Gründe für die niedrige Erfolgsquote könnte das eher gemächliche Tempo der Projekte sein. Von der Idee bis zum Umsetzungsstart vergeht bei etwas mehr als jedem Dritten über ein Jahr.

Was die Innovationsfähigkeit betrifft, gibt es für die Banken also noch viel Nachholbedarf. Zwar haben die Entscheider in den Instituten erkannt, dass technologische Innovationen den langfristigen Unternehmenserfolg sichern können, gleichzeitig scheuen sie sich aber auch vor mutigen Entscheidungen. Denn mit einem nach innen gerichteten Prozessdenken und einer Strategie, die sich auf das Kopieren beschränkt, wird die neue Konkurrenz aus der Tech-Branche nur schwer auf Abstand zu halten sein.

Die sechs wichtigsten Erkenntnisse aus der Studie:

Nur die Wenigsten gehen mutig voran

Lediglich 15 Prozent geben an, dass sie mit ihrer Innovationsstrategie einen First-to-the-Market-Ansatz verfolgen.

Der Fokus liegt auf Effizienzsteigerungen

Innovationen werden vornehmlich umgesetzt, um bestehende Prozesse zu verbessern. Nur selten geht es um neue Produkte oder das Geschäftsmodell.

Kundenwünsche werden vernachlässigt

Bei Neuentwicklungen dominiert das Produkt, nicht die proklamierte Kundenorientierung. Meist wird dabei auf Aktivitäten der Wettbewerber reagiert.

Neuerungen sind selten erfolgreich

Für 61 Prozent ist nur ein kleiner Teil der Innovationen erfolgreich, 7 Prozent konnte bisher keine positiven Resultate erzielen.

Aus Misserfolgen wird nicht gelernt

Nur 40 Prozent sagen, dass das Unternehmen aus Fehlentscheidungen gelernt und eine positive Fehlerkultur aufgebaut hat.

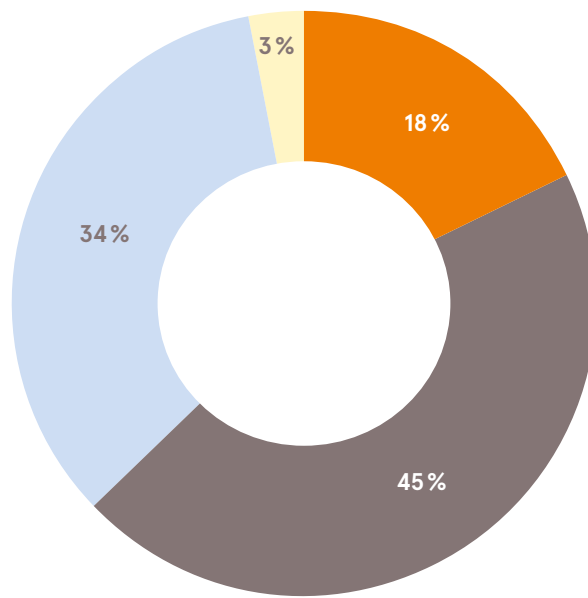
Der digitale Wandel beschleunigt sich

93 Prozent glauben, dass technologische Veränderungen ihr Unternehmen in den kommenden fünf Jahren stark verändern werden.

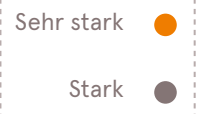


**Blick zurück –
starke Veränderungen vor allem
durch Prozessoptimierungen**

Wie stark haben Innovationen Ihr Unternehmen und Ihre Dienstleistungen in den vergangenen zwei Jahren verändert?



Stark: Σ 63%

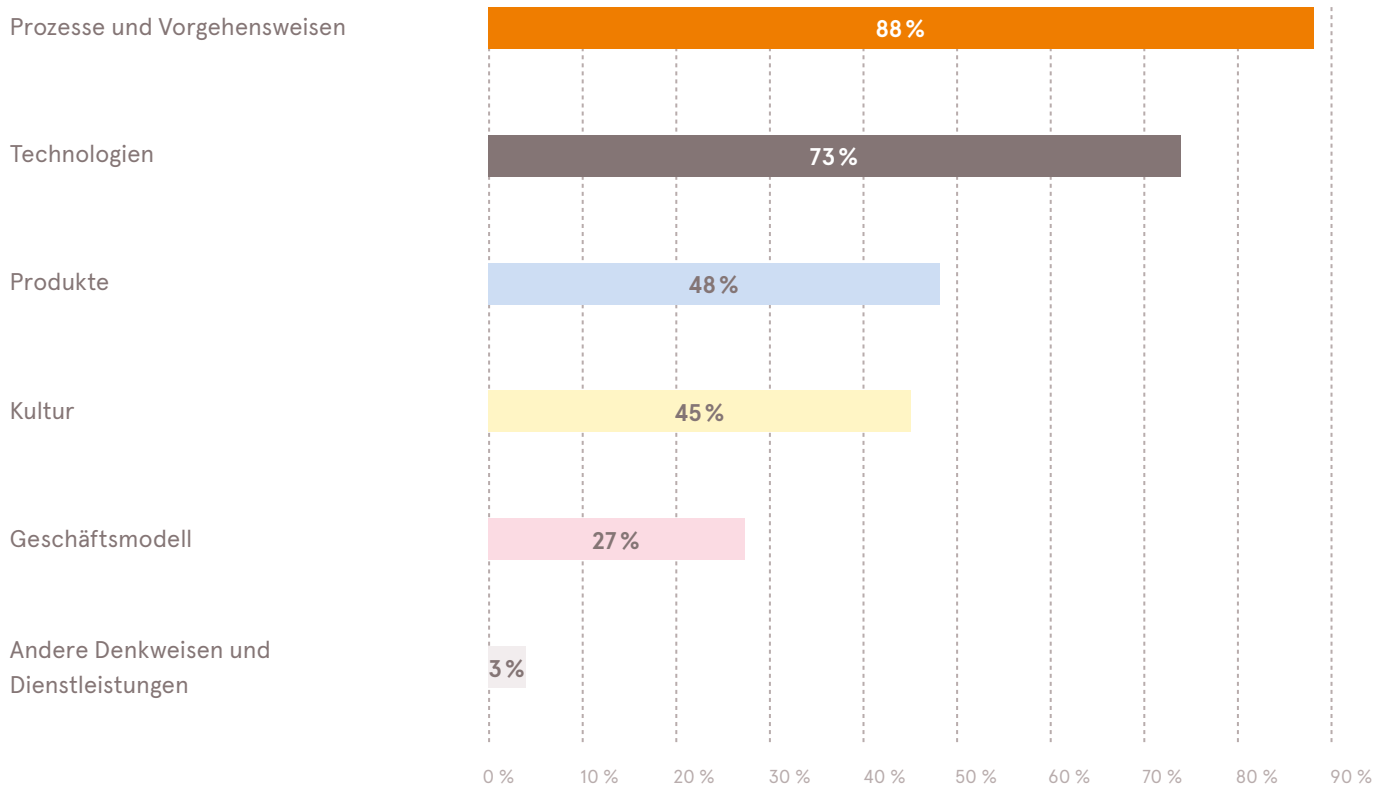


Weniger stark ●

Keine Einschätzung ●

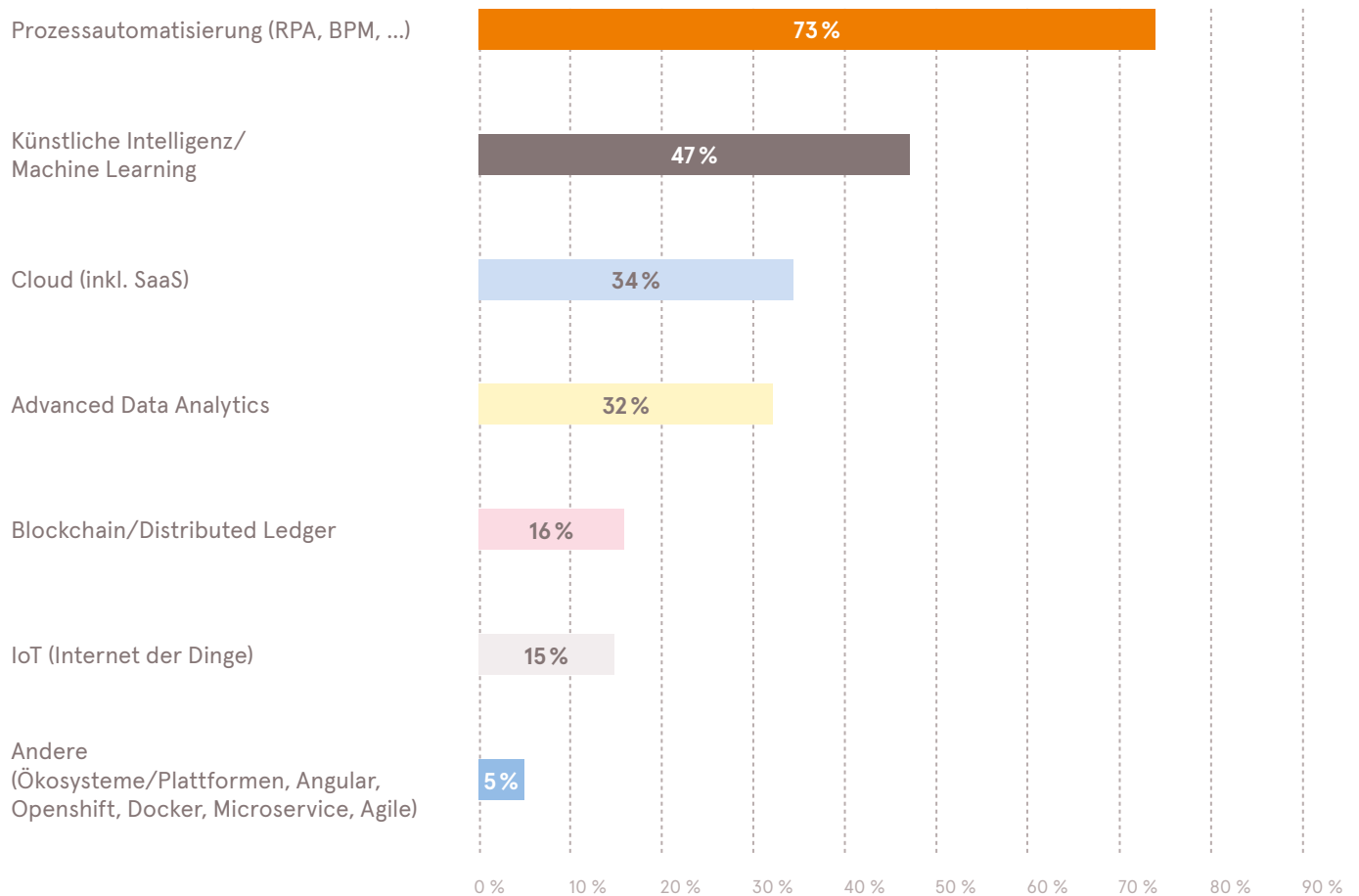
Was hat sich bei Ihnen konkret verändert?

Nur Teilnehmer, die angegeben haben, dass sich ihr Unternehmen und ihre Dienstleistungen »sehr stark« oder »stark« verändert haben



Welche der folgenden technologischen Neuerungen haben maßgeblich dazu beigetragen, Ihr Unternehmen zu verändern?

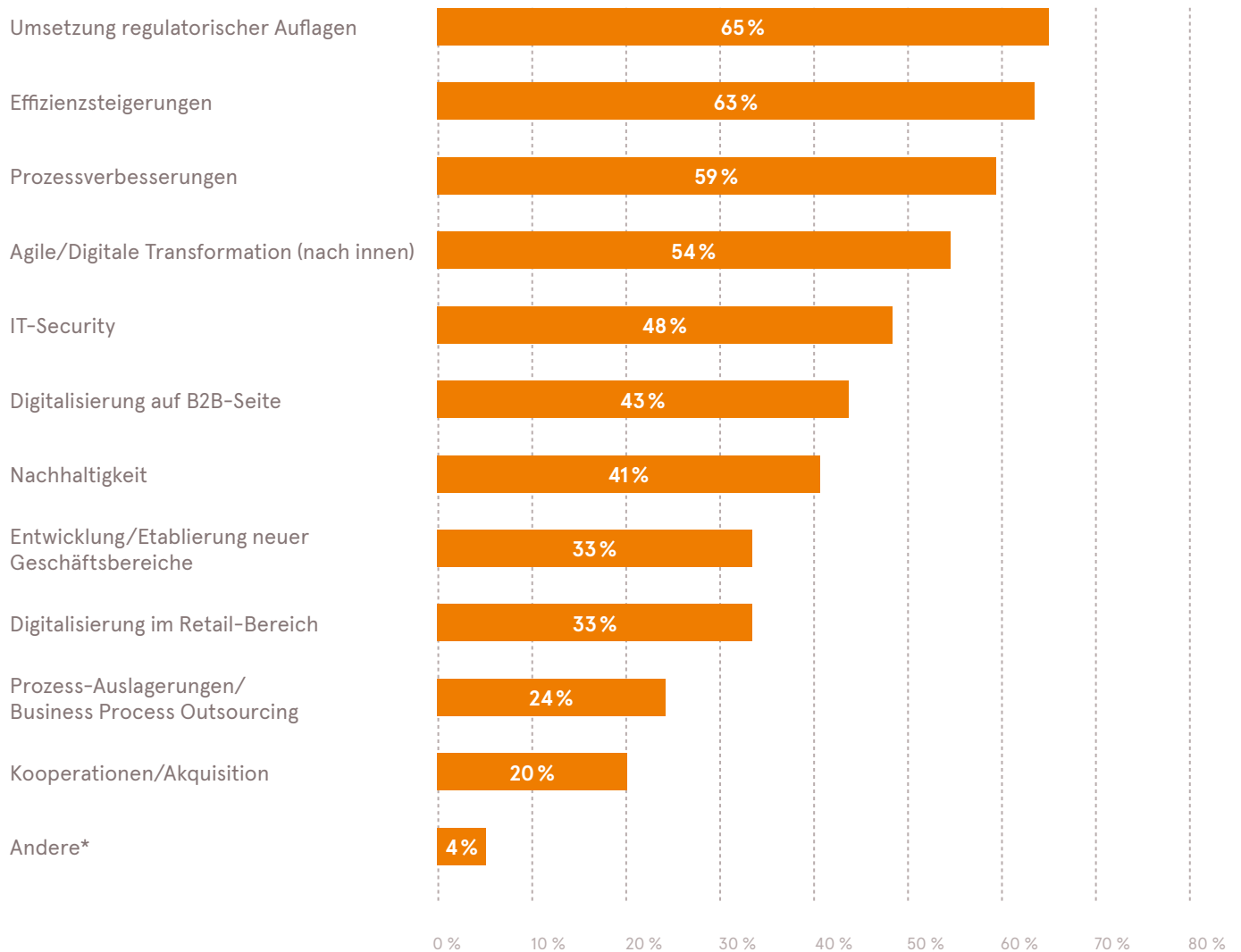
Nur Teilnehmer, die angegeben haben, dass sich ihr Unternehmen und ihre Dienstleistungen »sehr stark« oder »stark« verändert haben





**Blick in die Zukunft –
das Tempo der Veränderungen
wird weiter zunehmen**

Welche Themen werden in Ihrem Unternehmen 2020 voraussichtlich im Fokus stehen?



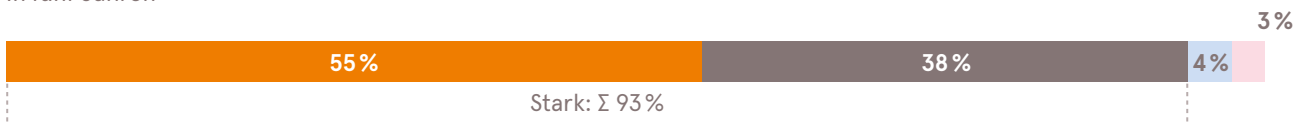
* Multikanalanwendungen/Ökosysteme, Mobile Payment, Quantenrechner, Prüfung durch Aufsichtsbehörden

Was meinen Sie: Wie stark werden technologische Innovationen Ihr Unternehmen in den kommenden Jahren verändern?

In zwei Jahren

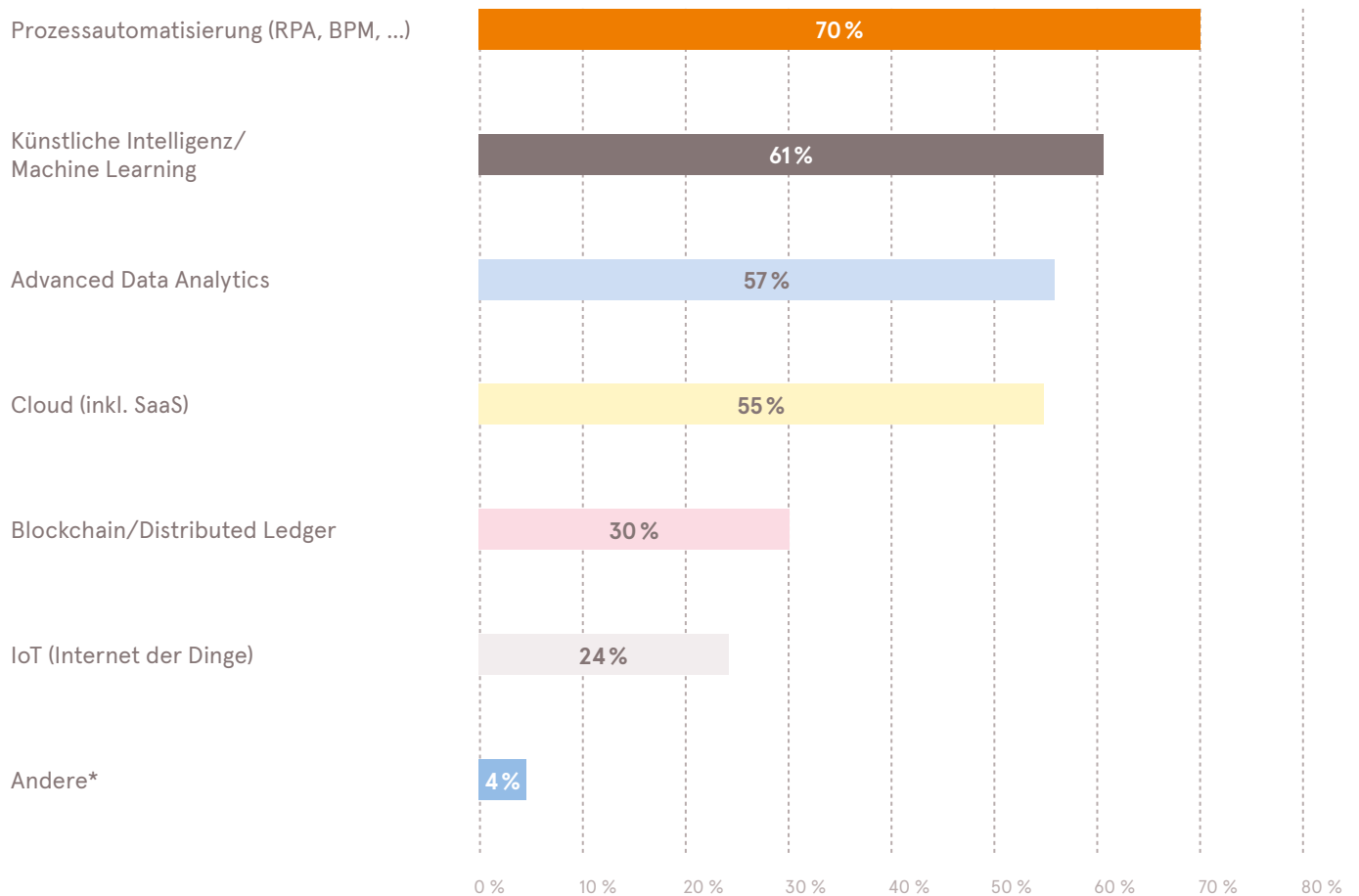


In fünf Jahren



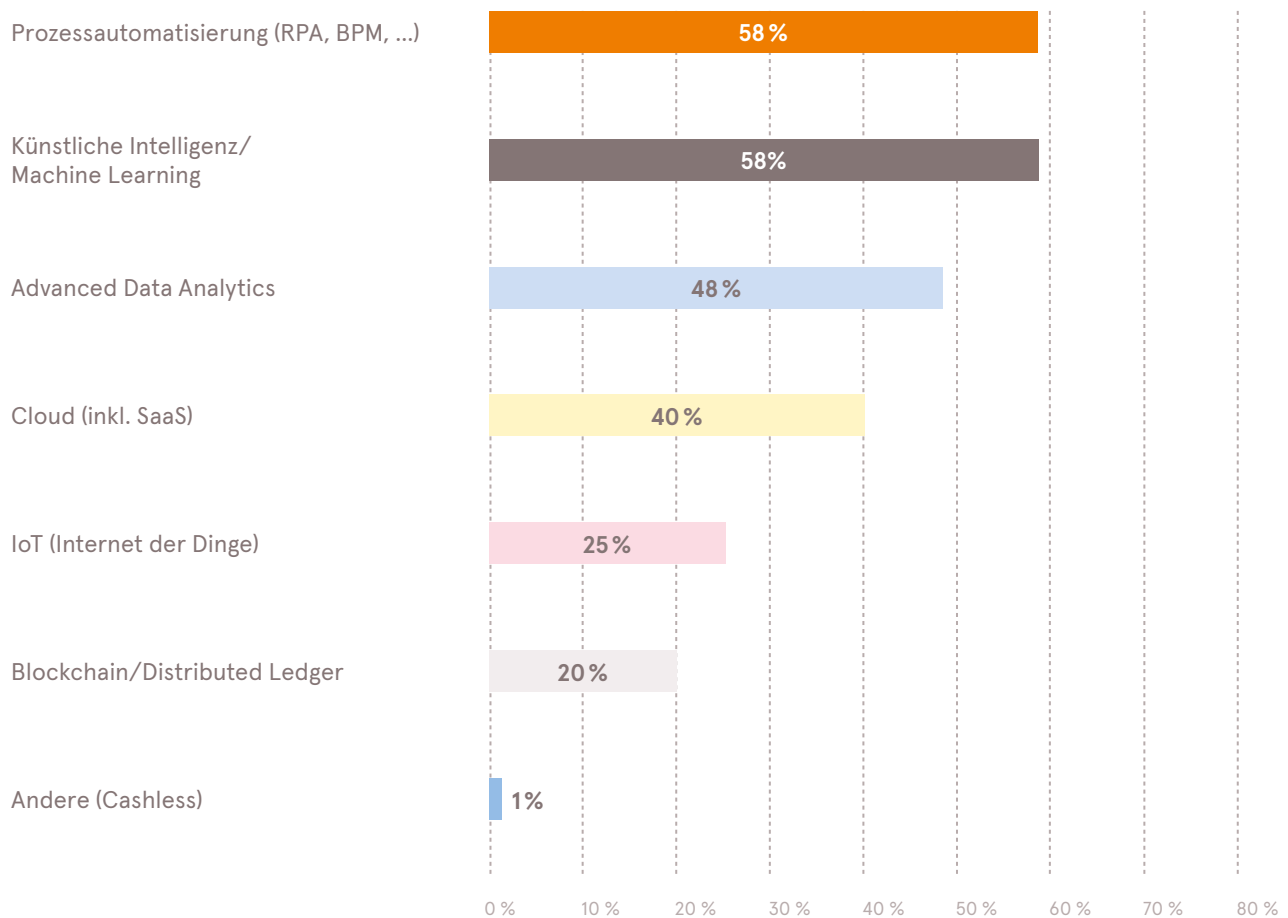
● Sehr stark ● Stark ● Weniger stark ● Gar nicht ● Kann ich nicht beurteilen

Welche technologischen Trends werden 2020 auf der Agenda der Finanzdienstleister stehen?



* Multikanal-/Ökosystemlösungen, Mobile Payment, Request to Pay, Realtime, stochastische Netzwerke

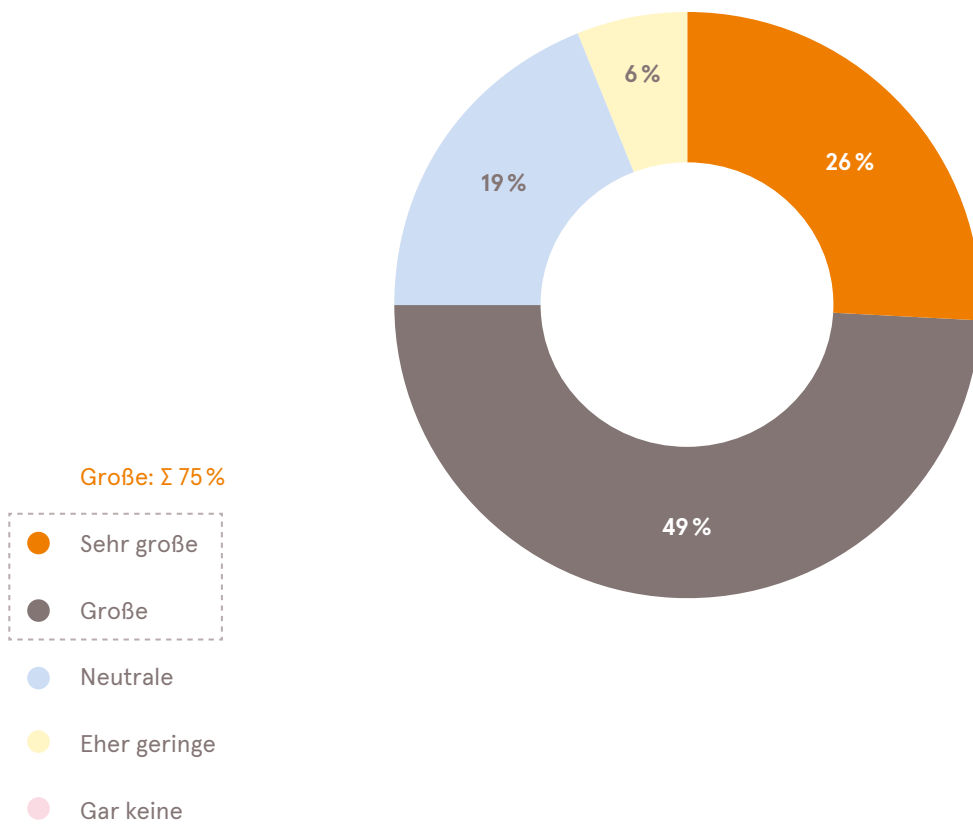
Und welche dieser technologischen Trends werden Ihr Unternehmen in den kommenden fünf Jahren am stärksten prägen und verändern?



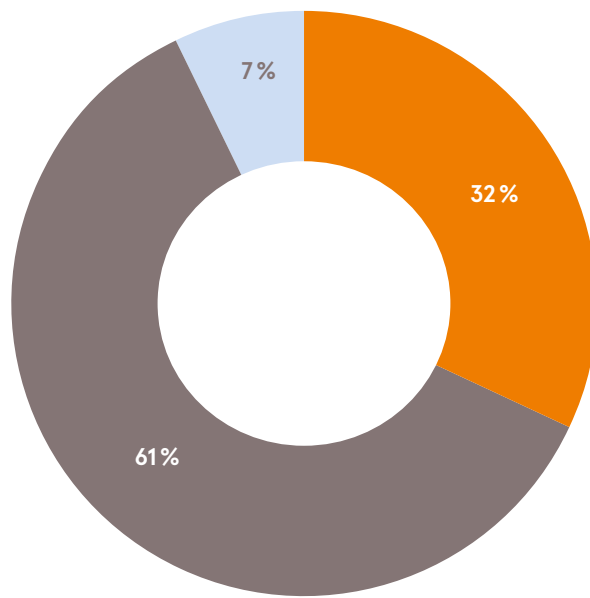


**Innovationen sind
zukunftsentscheidend –
doch oft wenig
erfolgreich**

Welche Bedeutung haben Innovationen für den Erfolg Ihres Unternehmens?



Wie erfolgreich sind Innovationen in Ihrem Unternehmen?

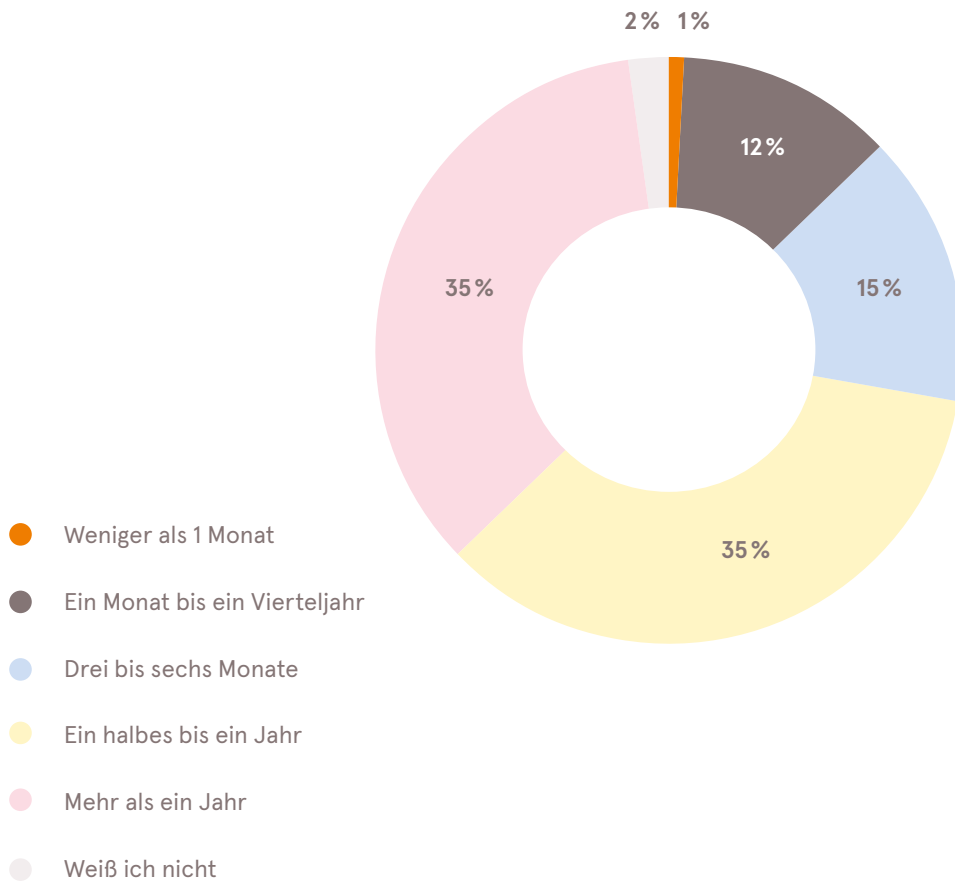


Die meisten unserer Innovationen sind erfolgreich ●

Nur ein kleiner Teil unserer Innovationen ist erfolgreich ●

Wir konnten mit Innovationen bisher keine positiven Resultate erzielen ●

Wie lange dauert im Normalfall ein Innovationsprojekt in Ihrem Unternehmen von der Idee bis zum Umsetzungsstart?



Wie konsequent werden Innovationsprojekte bei Ihnen umgesetzt?

Es werden gute Innovationen entwickelt, die Umsetzung über das gesamte Unternehmen hinweg aber findet oft nicht statt



Es gibt viele gute Innovationsprojekte, die aber meist in der Schublade liegen bleiben oder politisch zerredet werden



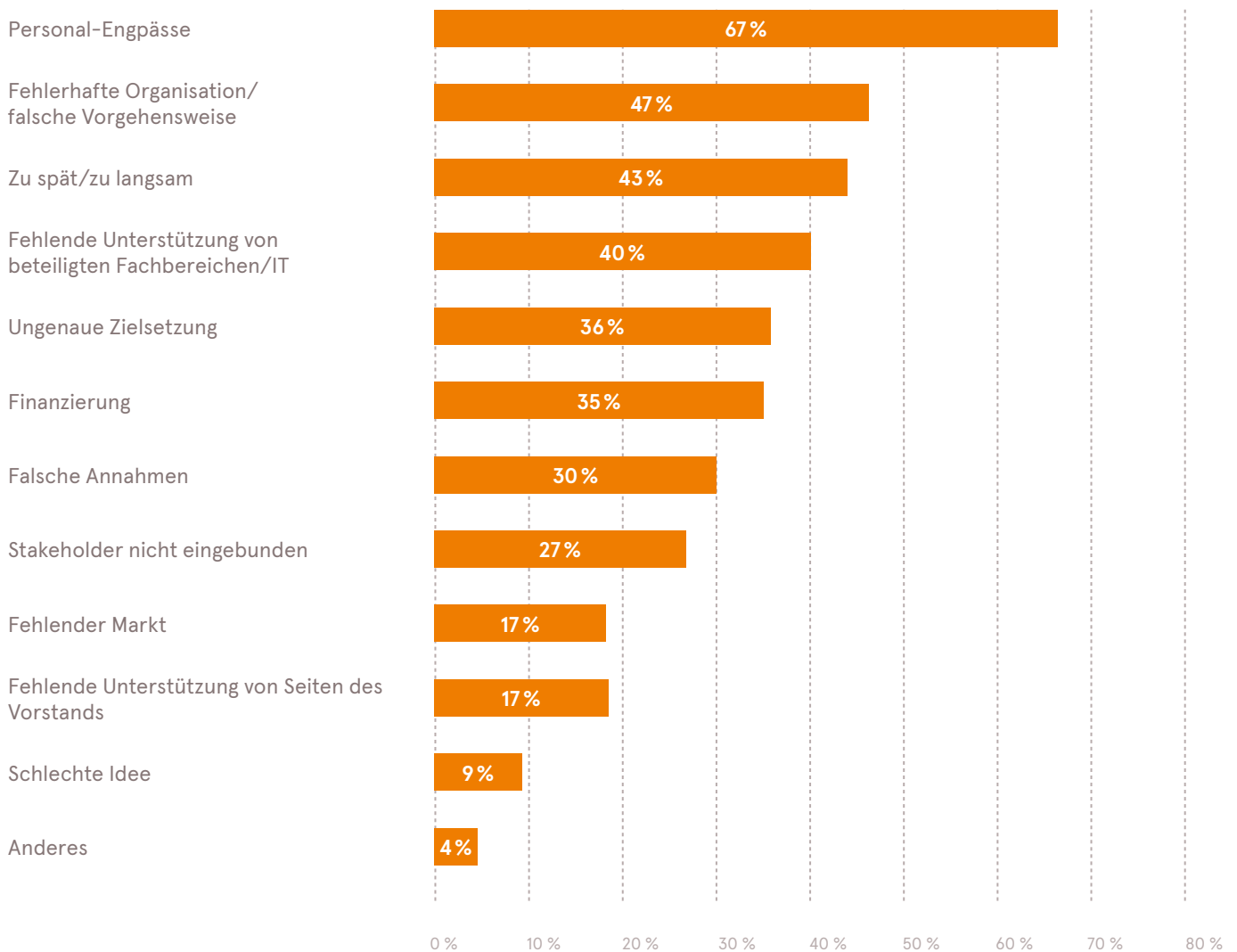
Neuerungen werden von der IT gerne umgesetzt, aber von den Fachabteilungen gebremst oder umgekehrt



● Trifft zu ● Trifft eher zu ● Trifft eher nicht zu ● Trifft nicht zu

Woran liegt es Ihrer Erfahrung nach, wenn IT- oder Innovationsprojekte in Ihrem Unternehmen scheitern?

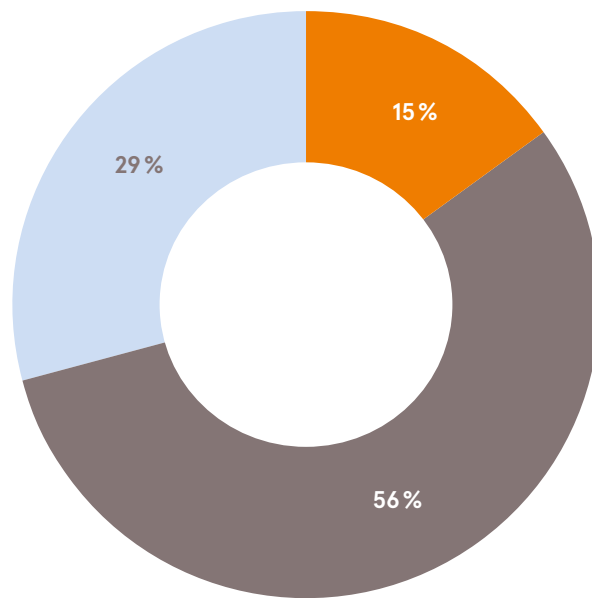
Teilnehmer konnten bis zu sechs Antwortoptionen auswählen





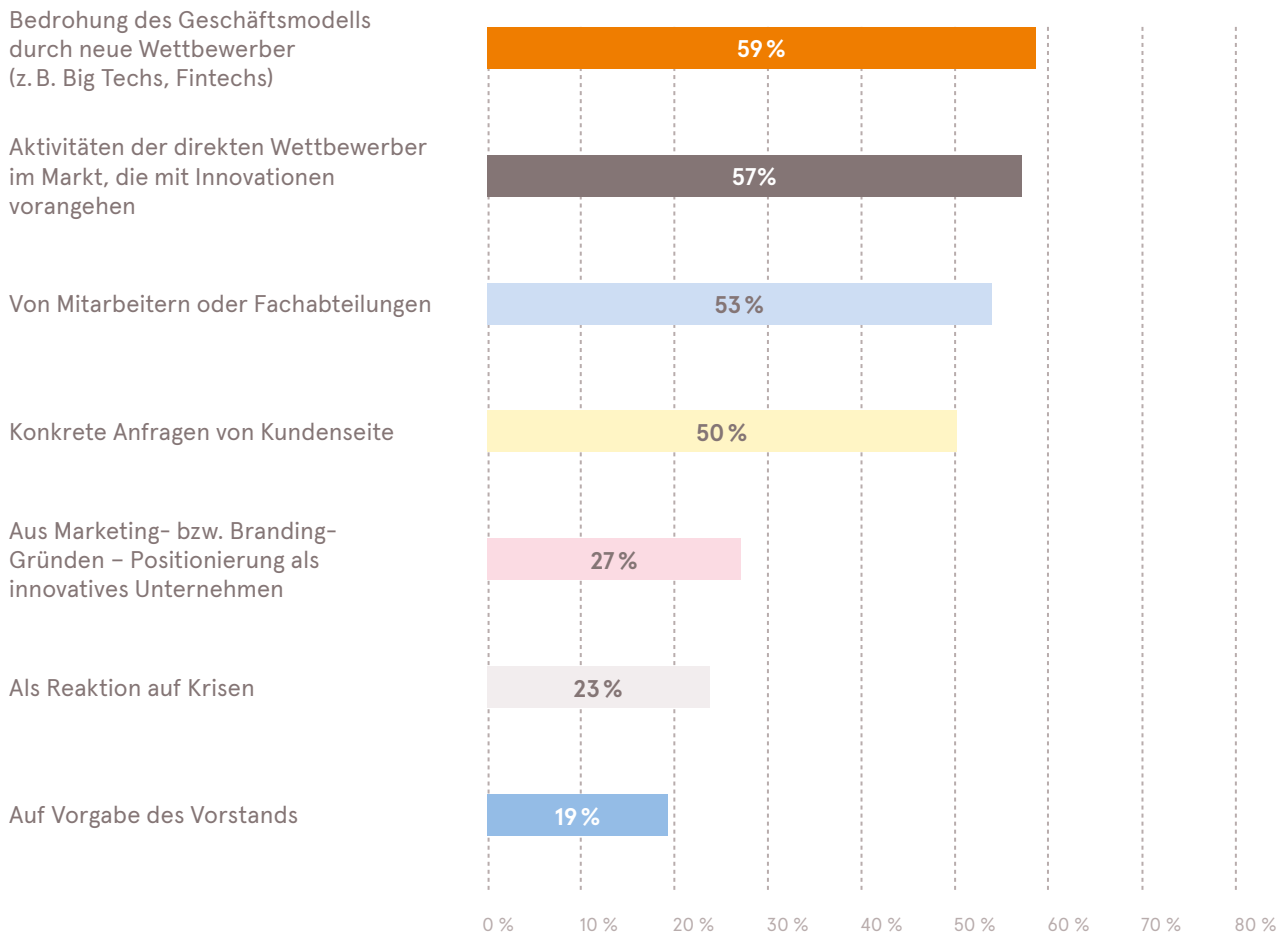
**Innovationsstrategie –
Andere sollen vorangehen**

Wie würden Sie Ihre Innovationsstrategie beschreiben?

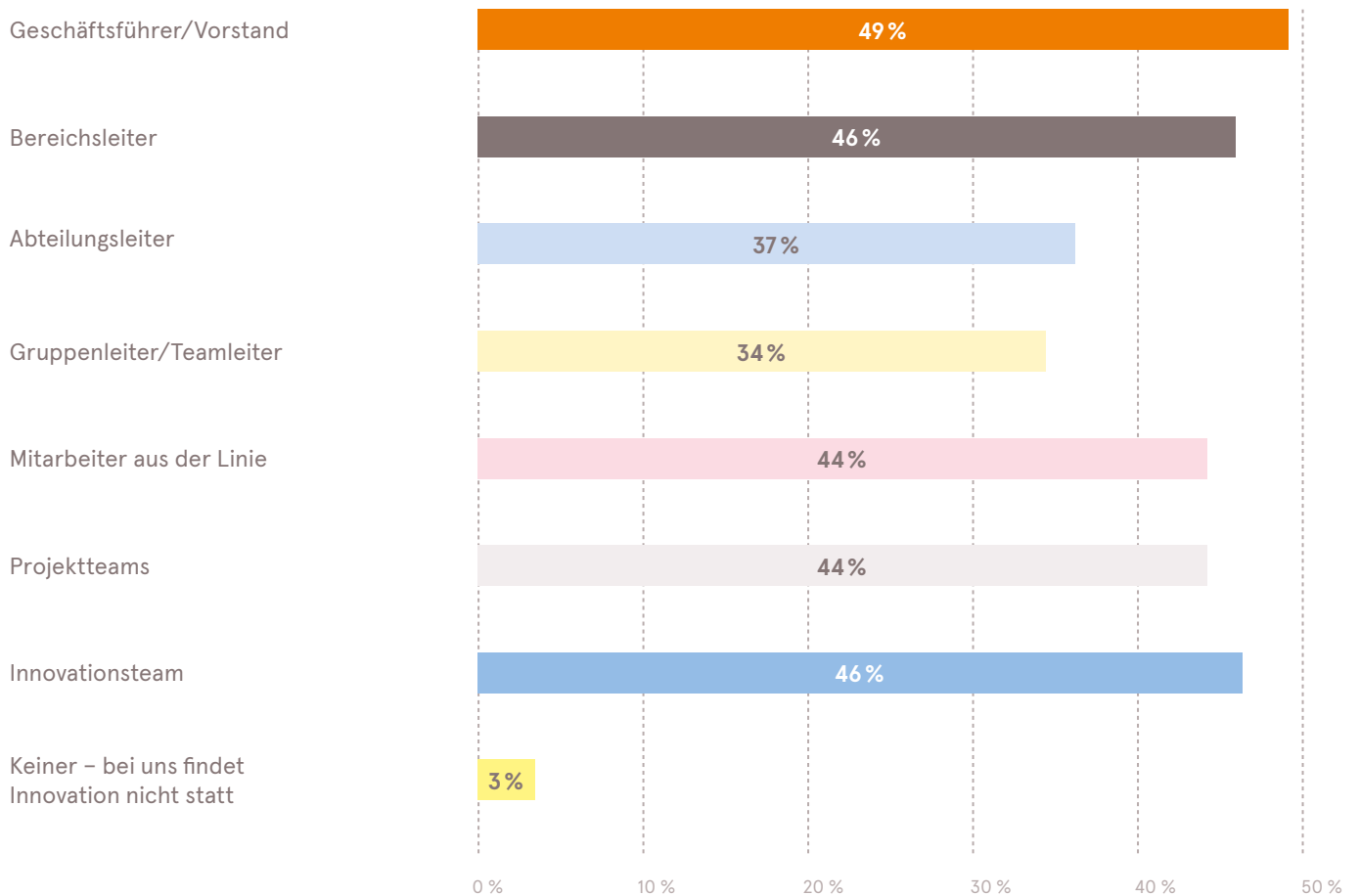


- Pionierstrategie: First to Market
- Folgestrategie: Second to Market/Follow the Leader
- Imitationsstrategie »CopyCat«

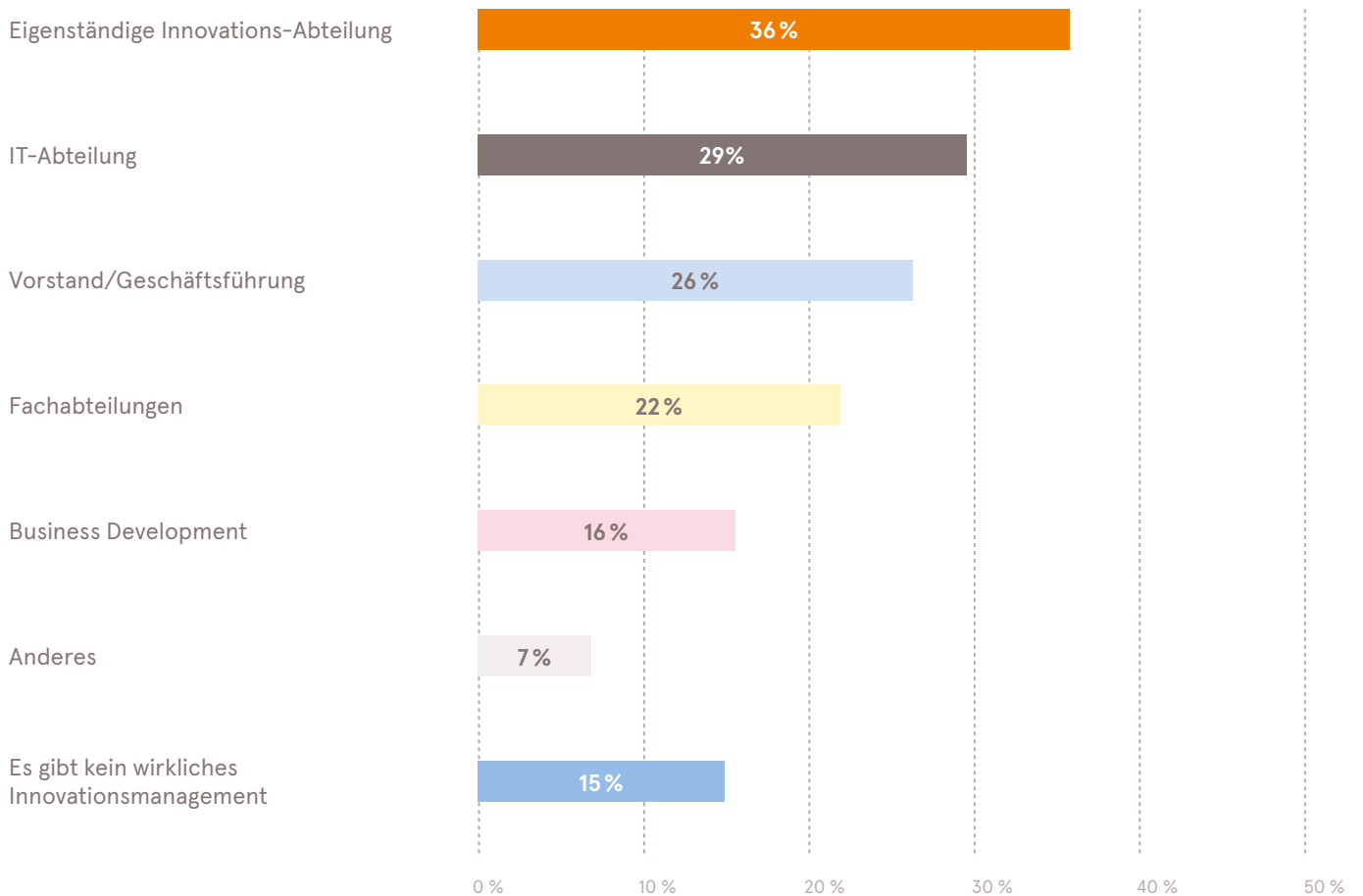
Wodurch werden Innovationen in Ihrem Unternehmen angestoßen?



Wer stößt Innovationsprojekte in Ihrem Unternehmen an?



Bei wem ist das Innovationsmanagement in Ihrem Unternehmen angesiedelt?

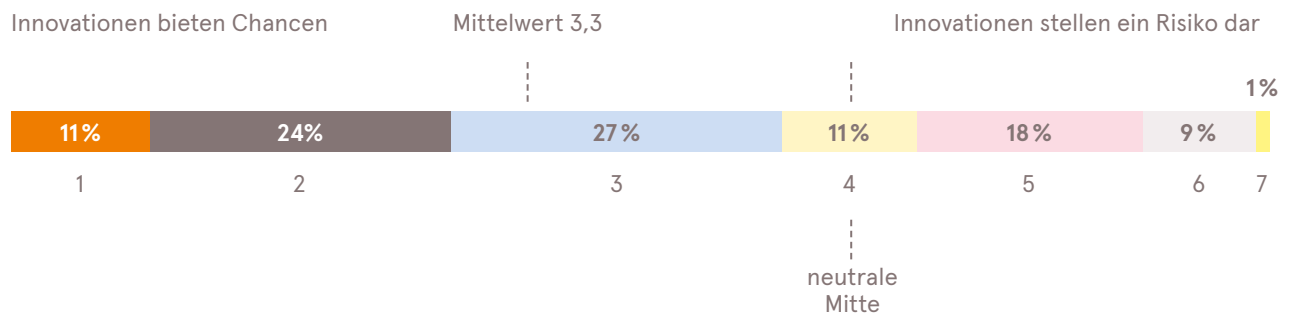




Innovationskultur – Freiraum für Neues fehlt

Wie würden Sie Ihre Innovationskultur insgesamt beschreiben?

Auf einer Skala von 1 = »Innovationen bieten Chancen« bis 7 = »Innovationen stellen ein Risiko dar«



Wie würden Sie die Innovationskultur in Ihrem Unternehmen im Allgemeinen beschreiben?

Kein Mitarbeiter muss davor Angst haben, sich mit einem Vorschlag zu blamieren



Der Austausch über Abteilungs- beziehungsweise Bereichsgrenzen hinweg findet regelmäßig statt



Neue Ideen der Mitarbeiter werden in der Regel schnell und vorurteilsfrei überprüft



Das Unternehmen lernt aus Fehlentscheidungen und hat eine positive Fehlerkultur aufgebaut

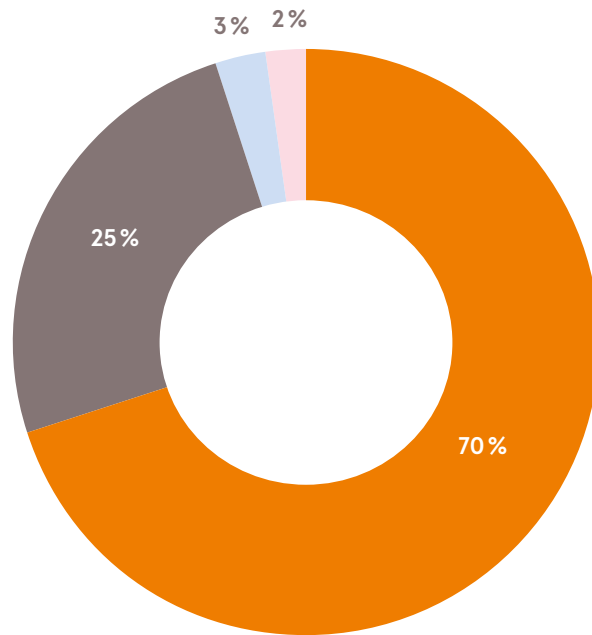


Es gibt ausreichend Freiraum für Innovationen



● Trifft zu ● Trifft eher zu ● Trifft eher nicht zu ● Trifft nicht zu ● Weiß nicht

Sollte der Umgang mit Innovationen in Ihrer Unternehmenskultur verankert werden?



Ja: Σ 95%



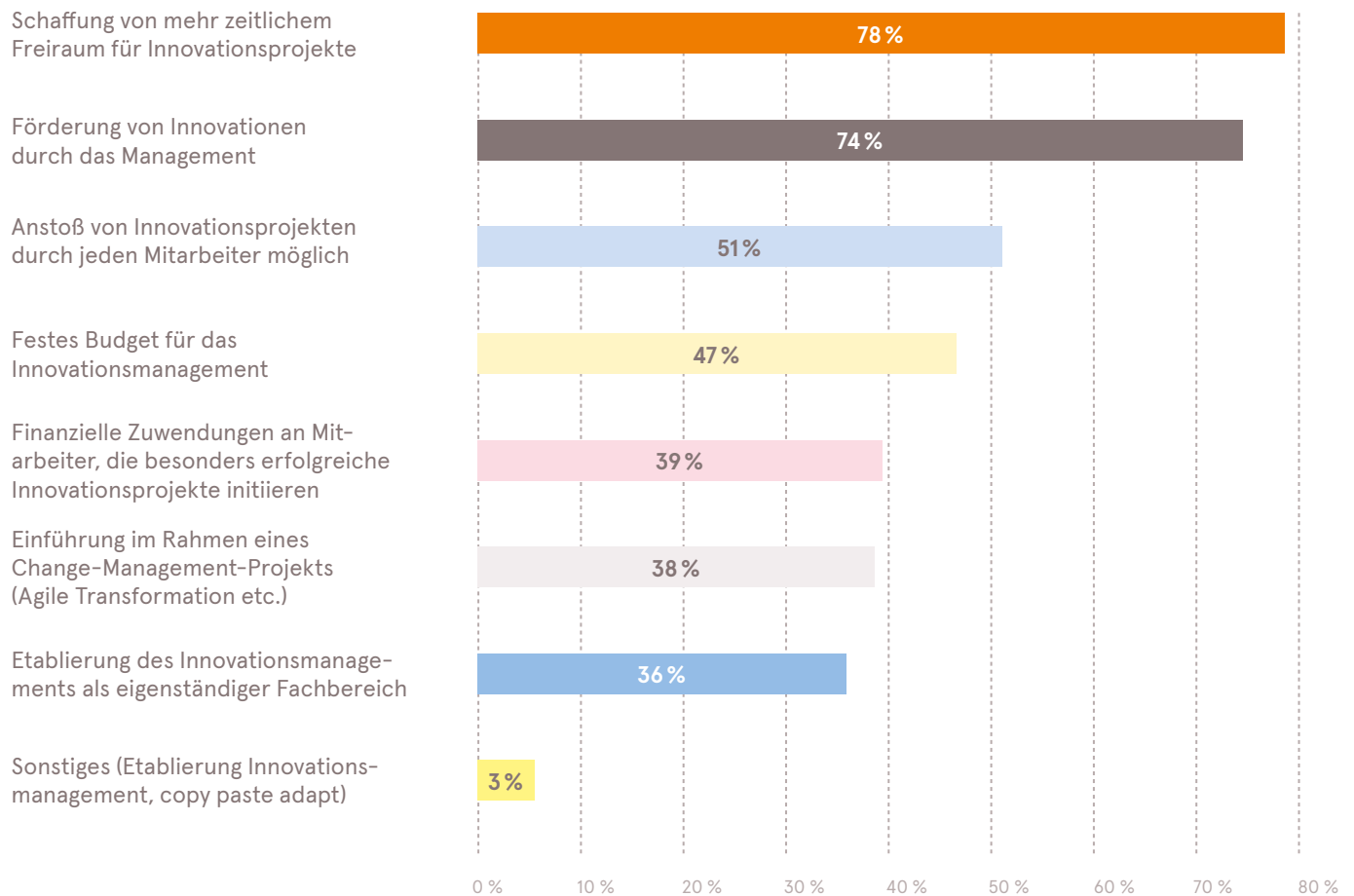
Eher nein

Nein

Keine Einschätzung

Wie können Innovationsprozesse als kontinuierlicher Bestandteil einer Unternehmenskultur integriert werden?

Teilnehmer, die zuvor angegeben haben, dass der Umgang mit Innovationen in der Unternehmenskultur verankert werden sollte (»Ja« + »Eher ja«)



Statistische Fragen

Wo arbeiten Sie?

58 %	Bank
9 %	Kapitalverwaltungsgesellschaft
9 %	Unternehmensberatung
2 %	Fintech
16 %	Sonstiger Finanzdienstleister
6 %	Sonstiges

In welchem Fachbereich arbeiten Sie?

41 %	Technologiebereich
12 %	Privatkundengeschäft
10 %	Firmenkundengeschäft
5 %	Investmentbanking
1 %	Infrastrukturbereich
1 %	Research
0 %	Wealth Management
30 %	Sonstiges

Welche Position haben Sie in Ihrem Unternehmen?

Σ 64 % Führungskräfte

6 %	Geschäftsführer/Vorstand
17 %	Bereichsleiter
19 %	Abteilungsleiter
22 %	Gruppenleiter/Teamleiter
33 %	Mitarbeiter in der Linie
3 %	Sonstiges

Über die Studie

Inhalt

Im Herbst 2019 führte die Cofinpro AG in Zusammenarbeit mit der Zeitschrift die bank und dem IT Finanzmagazin eine Befragung zum Thema »Innovationen und Trends 2020« durch.

Untersuchungsdesign

Online-Befragung per E-Mail-Versand.

Grundgesamtheit

111 Experten von Finanzdienstleistern, zwei Drittel davon Führungskräfte. Die Ergebnisse sind auf ganze Zahlen gerundet.

Kontakt

Cofinpro AG

Untermainkai 27-28

60329 Frankfurt am Main

welcome@cofinpro.de

www.cofinpro.de