

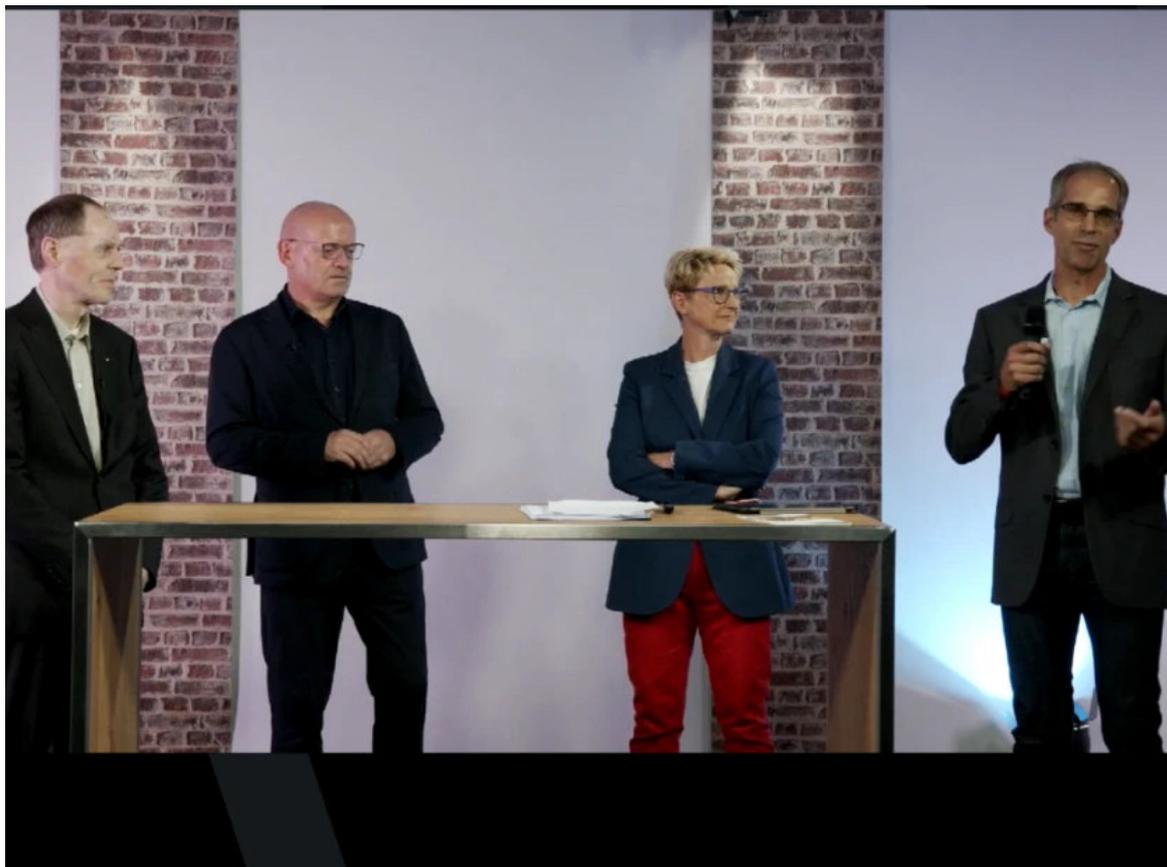
26.09.2022 | Bankstrategie | Gastbeitrag | Online-Artikel

Digitale Trends weisen Finanzbranche den Weg

verfasst von: Dirk Neuhaus, Axel Gürntke

2:30 Min. Lesedauer

Wie es um die Digitalisierung in der Finanzwirtschaft steht und welche Entwicklungen auf die Unternehmen zukommen, diskutierten Branchenvertreter und Experten aus der Wirtschaft auf einem virtuellen Hochschul-Symposium. Ihr Ergebnis: Digitale Vorteile nutzt, wer schnell und entscheidungsfreudig agiert.



Professor Dirk Neuhaus (ganz links), Moderator Günter Althaus, Geschäftsführender Gesellschafter bei EMC Evolve Management Consult, Yvonne Zimmermann, Vorstandsvorsitzende der Akademie Deutscher Genossenschaften (ADG), sowie Axel Gürntke, Bereichsleiter bei der ADG, diskutierten mit Branchenvertretern über die digitale Transformation in der Finanzindustrie. © Hochschule für Finanzwirtschaft & Management

Die Digitalisierung ist Treiber für nachhaltige und kundenzentrierte Geschäftsmodelle in der Bankenbranche. Um sie erfolgreich zu managen, braucht es eine Unternehmenskultur, in der Hand in Hand gearbeitet wird und in der mutige, strategische Entscheidungen und gemeinschaftliches, teamübergreifendes Arbeiten und Lernen gelebt werden können. Wie das genau funktioniert und mit welchen Mitteln die gewünschten Effekte erzielt und langfristig implementiert werden können, zeigte das 2. Online-Symposium der Akademie Deutscher Genossenschaften (ADG) und der Hochschule für Finanzwirtschaft & Management (HFM).

Unter dem Titel "Digitalisierung. Strategie. Potenziale" diskutierten Referenten aus verschiedenen Wirtschaftsbereichen sowie Vertreter von Sparkassen, Genossenschaftsbanken und anderen Finanzunternehmen in Fachvorträgen und Arbeitsgruppen den Status Quo der digitalen Transformation und wagten einen Blick in die Zukunft.

Auf Führungskräfte kommt es an

Klar ist: Vor allem Führungskräfte sind jetzt gefragt. Sie benötigen Kompetenzen und Tugenden in Ergänzung zu ihrem bestehenden Fachwissen, um die aktuellen Herausforderungen in Wirtschaft und Gesellschaft bestmöglich und aktiv zu gestalten. Mut, Neugier, Spaß am Experiment, die Bereitschaft zum Lernen und zum schnellen Scheitern sowie Disziplin - all das sind geforderte Attribute, um im digitalisierten Markt mitzumischen.

KI in Aktion

"Data is the new oil!" - Expertenwissen und Infrastruktur werden benötigt, um Daten wertvoll zu machen, da diese meist in Rohdaten übertragen und für Analysen aufbereitet werden müssten. Künftig soll Künstliche Intelligenz (KI) beispielsweise die Kreissparkasse Köln beim Fraud-Management unterstützen. Ebenso kommt KI dort bereits im Kundenservice zum Einsatz, zum Beispiel in Form der Interaktion mit Chat- und Voice-Bots oder bei der automatisierten Analyse und Vereinfachung der Finanzübersicht im Online-Banking.

Social Media liefert Wissen

Zudem ist die stärkere Nutzung von Social-Media-Plattformen für

Finanzhäuser ergiebig. Durch die Analyse von Social-Media-Daten gewinnen Banken zusätzliches Wissen über die Vorlieben, Interessen und Bedürfnisse ihrer Zielgruppen. Mithilfe von KI können Social-Media-Daten mit den Bankdaten kombiniert werden. Das zeigt ein Forschungsprojekt der Hochschule für Finanzwirtschaft & Management (HFM), das ausgewählte Datenfelder aus dem Kernbanksystem mit Facebook-Daten verknüpft.

Das Ziel ist die Identifikation von Nutzertypen, sogenannten Persona, die repräsentativ für eine bestimmte Nutzergruppe stehen. Mögliche Kriterien für eine Persona sind Hobbys, Wohnort oder Interessen. Die Verknüpfung von Persona in Kredit- und Anlageprozessen ermöglichen ein besseres Verständnis über den Kunden. Als Technik bieten sich dazu Verfahren aus der Künstlichen Intelligenz und insbesondere Neuronale Netzwerke an, um Algorithmen in Entscheidungsprozesse - beispielsweise zur Kreditwürdigkeit - zu integrieren.

Kryptowährungen und Blockchain in Banken

In Politik, Wirtschaft und auf den Finanzmärkten steigt die Bedeutung von Bitcoin und Blockchain. Auch die Sparkassen und Genossenschaftsbanken positionieren sich - mit unterschiedlichen Standpunkten. Während der Deutsche Sparkassen- und Giroverband (DSGV) aufgrund "unkalkulierbarer Risiken" derzeit keinen Kryptohandel anbieten will, zeigen sich die Volks- und Raiffeisenbanken einem möglichen Kryptoangebot für Privatkunden gegenüber offen. Spannende Entwicklungen, die weiter beobachtet werden sollten.

Fazit: Die Digitalisierung macht vor allem deutlich, dass nicht die Finanzinstitute die Richtung vorgeben, sondern die digitale Entwicklung selbst und die Kunden, die sich mit ihr bewegen. Digitale Trends zu erfassen und entsprechende Maßnahmen und Produkte rechtzeitig zu entwickeln, ist das Gebot der Stunde. Wesentlich sind dabei vor allem Schnelligkeit und Entscheidungsfreude der Finanzakteure.

 MyTopic Alert

Loggen Sie sich ein, um Ihre Alerts zu aktualisieren und Neue anzulegen.

Fintechs

Klimawandel

Transformation

Agile Methoden

Innovationsmanagement