

# EXPERTEN- INTERVIEW

## Anonymisiert auf Wunsch des Gesprächspartners

Digitale Themen, die den Fachbereich betreffen, treiben wir bislang in Eigeninitiative voran. Darüber hinaus gibt eine neue eigenständige Organisationsform, welche parallel zur Linie die Digitalthemen auf der Kundenseite – also Vertriebsthemen und den digitalen Kontakt zum Kunden – voranbringt.

Wichtig ist, das Thema Digitalisierung ganzheitlich zu betrachten. Derzeit fokussieren sich die digitalen Initiativen der Banken stark auf die Bank-Kunde-Beziehung. Das Problem aber ist, dass sich effizienter Betrieb und digitaler Kundenservice nicht trennen lässt. Man kann sich nicht allein mit der Umsetzung von Kunden-Apps beschäftigen und die Prozesskette dahinter außen vor lassen. Die Fachbereiche können die Performance nur steigern, wenn die IT-Infrastruktur auf neue Beine gestellt wird.

Dies setzt aber voraus, dass der Digitalisierungsbegriff ganzheitlich gesehen wird, also nicht nur die Bank-Kunden-Beziehung, sondern auch interne Prozesse bei der Transformation im Fokus stehen.

Als Ergebnis einseitiger Digitalisierungsstrategien im Bankenumfeld gibt es heute ein Überangebot an Zahlverfahren, während im Backend viele Prozesse noch auf herkömmliche Weise ablaufen. Dies geht an den Erwartungen der Kunden vorbei. In der internen Steuerung der Banken gibt es immens viele Medienbrüche – und für jeden Medienbruch müssen aus Datenschutz- und Sicherheitsgründen Kontrollprozesse aufgesetzt werden, was den Gesamtprozess immens verlangsamt und verteuert. Das kann angesichts der Wettbewerbssituation dauerhaft keine Universalbank leisten.



**Alle Ergebnisse zu unserer Studie finden Sie hier.**