



## **Schweizer Retail-Banken sind erst auf dem Sprung in die digitale Zukunft**

**Schweizer Banken sind sich zwar der Relevanz innovativer digitaler Services im Retail Banking bewusst. Doch deren Umsetzung kommt nur schleppend voran. Zu diesem Schluss kommt eine Umfrage von Swisscom bei 22 Schweizer Kantonal-, Retail- und Grossbanken sowie ausländischen Instituten. Fazit der Studie: Rein strategischen Überlegungen müssen rasch auch konkrete Taten folgen, um die technologische Zukunft nicht den aufstrebenden neuen Konkurrenten zu überlassen.**

Digitalisierung und IT-basierte Innovationen haben in den letzten Jahren zahlreiche Branchen teils fundamental verändert. Sie ermöglichen neben völlig neuen Dienstleistungen auch eine viel stärkere Konvergenz bisher getrennter Services, Produkte und Kanäle – auch in der Bankenwelt. In ihrer Studie „Innovationen im Retail Banking“ zeigt Swisscom jetzt auf, wie gut sich Schweizer Banken bereits auf diese digitale Transformation eingestellt haben. Entstanden ist die Studie in Zusammenarbeit mit dem Business Engineering Institute (BEI) St. Gallen und dem Competence Center Sourcing in der Finanzindustrie der Universitäten St. Gallen und Leipzig.

### **Digital Banking auf strategischer Ebene prioritär**

78 Prozent der befragten Banken beschäftigen sich auf strategischer Ebene mit den Auswirkungen digitaler Technologien auf ihr Geschäftsmodell. 55 Prozent der Banken haben intern Verantwortliche für digitale Initiativen ernannt. Nur 28 Prozent der Institute verfügen jedoch über eine Entscheidungskultur, die das Experimentieren im Kontext digitaler Innovationen fördert. Auch auf Systemebene sind die Banken noch relativ wenig bereit, die Digitalisierungslücke zu schliessen. Viele Voraussetzungen für das nahtlose Zusammenspiel von Kanälen, Kunden und Bankmitarbeitenden sind noch nicht geschaffen: beispielsweise die Ablösung papiergebundener Prozesse, die Standardisierung der Software in Back- und im Front-Office sowie die Verfügbarkeit von Integrationsinfrastrukturen.

### **Relevanz erkannt, aber wenig Innovation realisiert**

Die grösste Relevanz attestieren die befragten Banken den Innovationen in den Bereichen digitale Finanzassistenten und Finanzieren. Dazu gehören etwa Tool-unterstütztes Selbst-Profiling und Beratung sowie durchgängig onlinebasierte Antrags- und Freigabeprozesse. Dienste zur sicheren Datenaufbewahrung, digitale Marktplätze oder Banking App Stores halten die Banken hingegen für weniger relevant. Effektiv umgesetzt sind durchschnittlich weniger als 20 Prozent der digitalen Innovationen.



**swisscom**

**Medienmitteilung**

„Digitale Innovationen haben das Potenzial, die Bankenwelt fundamental zu verändern“, ist Falk Kohlmann vom Swisscom Solution Center Banking überzeugt. Der Mitautor der Studie hält fest, dass die meisten Banken bisher nicht als „Early Adopters“ dieser Dienste, die im Ausland zuweilen schon länger etabliert sind, auffallen. Dies, obwohl die Konkurrenz durch Nicht-Banken Teile ihres Kerngeschäfts tangiert. Oliver Kutsch, operativer Leiter von Swisscom Banking, führt aus: „Die Relevanz dieser aufstrebenden Drittanbieter im Markt nimmt derzeit stark zu. Sie versuchen, sich zunehmend zwischen Kunde und Bank zu positionieren.“ Kutsch empfiehlt den Schweizer Banken, das Feld nicht zu lange den branchenfremden Konkurrenten zu überlassen.

Kostenlose Bestellung der vollständigen, elektronischen Studie:

[http://swisscom.ch/bankingstudie\\_2014](http://swisscom.ch/bankingstudie_2014)

Download der Studienzusammenfassung:

[http://media.swisscom.ch/its/px/cf/bankingstudie\\_innovationen\\_2014\\_summary.pdf](http://media.swisscom.ch/its/px/cf/bankingstudie_innovationen_2014_summary.pdf)

Bern, 22. Oktober 2014