



Thesen zur Digitalisierung in der Finanzbranche

Die Digitalisierung führt zu einem rasanten Wandel in den Geschäftsmodellen der Finanzbranche. Wie in vielen anderen Branchen auch sind nahezu alle ihrer Leistungen digitalisierbar. Neue Kundenerwartungen und technische Möglichkeiten sind geeignet, die tradierten Geschäftsmodelle erodieren zu lassen, bieten aber auch Chancen für neue Kundenbeziehungen. Insbesondere die systematische Auswertung von Kundendaten eröffnet neue Möglichkeiten der Produktgestaltung. Auch wenn unstrittig ist, dass die Digitalisierung rasant vorschreitet, sind die mittel- bis langfristigen Entwicklungen und Konsequenzen in der Branche unklar.

Seit 2014 gehört „Digitalisierung“ zu den Schwerpunktthemen des Finanzplatz Hamburg e.V.. Ziel des Vereins ist es, Hamburg als Finanzplatz zu stärken, so dass den Unternehmen in der Region ein breites Angebot an Finanzdienstleistungen zur Verfügung steht. Eine erfolgreiche Gestaltung des digitalen Wandels ist von zentraler Bedeutung für den Finanzstandort Hamburg.

Mit den folgenden Thesen möchte der Finanzplatz Hamburg e.V. Denkanstöße für diesen Prozess geben:

1. **Finanzintermediäre werden auch künftig gebraucht:** Die Digitalisierung macht Finanzintermediäre nicht überflüssig. Zwar werden sich die Formen der Kommunikation und die technische Abwicklung von Prozessen ändern, aber ein funktionsfähiges Finanzsystem kann nicht Programmierern und Algorithmen überlassen werden. Es braucht weiterhin ordnende Akteure, die Risiken übernehmen und Verantwortung tragen.
2. **Digitalisierung ist kein Selbstzweck:** Über die Begeisterung für technische Möglichkeiten oder den Drang, „dabei zu sein“, wird oft das Entscheidende vergessen: Der Nutzen für den Menschen, denn nach wie vor sind es Menschen, die Finanzdienstleistungen nachfragen. Zentrale Motivation für neue Angebote sollte daher der Nutzen für Kunden und Mitarbeiter sein – sei es durch einfachere und schnellere Prozesse, neue, individualisierte Angebote oder niedrigere Kosten.
3. **Digitalisierung muss zu Ende gedacht werden:** Die Digitalisierung der Finanzbranche steht erst am Anfang. Trotz zahlreicher neuer Angebote beschränken sich digitale Lösungen oft noch auf kundenfreundliche Frontends, insbesondere bei Angeboten für Endkunden. Wichtiger sind aber die dahinter stehenden Prozesse. Für deren erfolgreiche Umsetzung sind oft organisatorische Änderungen in den Unternehmen notwendig.
4. **Online und Offline intelligent verzahnen:** Der digital geprägte Kunde möchte Finanzdienstleistungen sofort, überall, bequem und nach seinen Vorstellungen. Er ist anspruchsvoll und wird durch die Nutzung digitaler Ressourcen ohne Beratungsbedarf unabhängiger. Grundsätzliche Loyalität zu Institutionen ist ihm fremd. Ein zentraler Erfolgsfaktor für Anbieter wird es daher sein, Online- und Offline- Angebote im Sinne eines nutzerfreundlichen Angebotes intelligent zu verzahnen.



5. **Renaissance der Beratung:** Der rasante Wandel von Prozessen und die unklaren Auswirkungen durch die Digitalisierung führen zu Ängsten bei Kunden und Arbeitnehmern der Finanzbranche. Die Chance für beide liegt in einer Renaissance der Beratung, denn bei vielen Aspekten ist auch künftig die persönliche Expertise und Beratung eines „echten“ Menschen erforderlich oder gewünscht.
6. **Miteinander statt „Entweder – Oder“:** Fintechs und etablierte Institute können voneinander profitieren – Fintechs sind meist besser in der Gestaltung kundenorientierter Prozesse und Schnittstellen, der Auswertung von Daten und der gezielten Kundenansprache, etablierte Institute haben Vorteile im Umgang mit regulatorischen Vorgaben, im Datenschutz und in der Vielfalt ihrer Leistungen. Fintechs und etablierte Institute werden einander durch Kooperationen annähern. Der Unterschied wird künftig im Wesentlichen in der Breite des Angebotes und der Tiefe der Wertschöpfung liegen.
7. **Gleiche Geschäfte in gleicher Weise regulieren:** Der öffentliche Ordnungsrahmen muss zu den Realitäten passen. Von daher ist eine laufende Prüfung der Regulierung ebenso wie Augenmaß bei neuen Maßnahmen notwendig. Eine spezielle „Fintech-Regulierung“ ist jedoch nicht erforderlich. Jedes Unternehmen, das am Markt auftritt – sei es ein etablierter Anbieter oder ein Fintech-Start-up – muss sich mit gleichen Angeboten der gleichen Regulierung stellen.
8. **Vertrauen stärken:** Über die drängenden Herausforderungen der Digitalisierung sollten Finanzunternehmen nicht weitere zentrale Aspekte für ihre Branche aus den Augen verlieren. Ihre Akzeptanz basiert auf Vertrauen, das in den letzten Jahren auf gesellschaftlicher Ebene Schaden genommen hat. Finanzdienstleistungen sollen den Unternehmen und den Menschen dienen.

Hamburg, Juli 2016

Die Thesen sind hervorgegangen aus der 6. Kapitalmarktkonferenz, die im Jahr 2016 unter dem Motto „Was bringt die digitale Zukunft?“ stand. Unternehmen aus der Finanzwelt hatten dort gemeinsam mit Vertretern aus der IT- und Medienbranche, aus dem Handel sowie aus Verbänden und Institutionen in Workshops darüber diskutiert, wie die Finanzbranche künftig aussehen wird. Die Ergebnisse der Konferenz hat der Finanzplatz Hamburg e.V. genutzt und sie gemeinsam mit seinen mehr als 110 Mitgliedern weiter geschärft und daraus die vorliegenden Thesen erarbeitet.

Sie teilen unsere Thesen? Wir haben etwas vergessen? Oder bei Ihnen regt sich Widerstand? Wir freuen uns über Ihre Nachricht an info@finanzplatz-hamburg.com

Über den Finanzplatz Hamburg e.V.

Der Finanzplatz Hamburg e.V. ist ein Zusammenschluss von mehr als 110 Unternehmen und Institutionen der Finanz- und Versicherungswirtschaft sowie von Wissenschaft und Verbänden in der Metropolregion Hamburg. Der Verein setzt sich für eine Stärkung des Finanzstandortes ein. Erklärtes Ziel ist es, die Vernetzung innerhalb der Finanzbranche, aber auch mit Unternehmen anderer Branchen sowie mit Bildung und Wissenschaft zu stärken.