



Oben: Handelsblatt-Herausgeber Gabor Steingart (l.) führt mit Moderatorin Ellen Frauenknecht und Daniel Schäfer, Ressortleiter Finanzen, ins Thema ein.

Links: Sparkassenpräsident Georg Fahrenschon diskutiert mit Ellen Frauenknecht.

Rechts: Die Gäste lauschen gebannt.



Digitalisierung

Von Facebook und Stellenabbau

Der digitale Wandel ist das wichtigste Thema für die Bankenwelt. Die Institute wollen moderner und flexibler werden, doch das kostet Jobs.

Astrid Dörner Frankfurt

Ralph Hamers erinnert sich noch gut an die alten Zeiten. „Früher trafen die Kunden einmal alle paar Monate mit ihrer Bank in Kontakt, wenn sie in der Filiale waren, um sich beraten zu lassen und ihre Konten zu verwalten“, erzählt der Chef der niederländischen Großbank ING. Heute ist das anders. „Dank der einfachen Bedienung der Smartphones haben wir manchmal mehrmals am Tag Kontakt mit unseren Kunden.“

Im zweiten Quartal hätten die Kunden sogar in 98 Prozent der Fälle über das Internet oder über ihre Smartphones mit der Bank interagiert. 14 Prozent der Kunden würden ihre Bankgeschäfte sogar nur via Smartphone abwickeln.

Die digitale Revolution ist die entscheidende Herausforderung für Banken in Europa wie in den USA. Sie zu meistern, erfordert mutige Schritte – sei es beim Umbau des traditionellen Geschäfts, bei Investitionen in neue Technologien oder bei der Bereitschaft, auf neue Entwicklungen wie die Blockchain-Datenbanktechnik zu setzen.

Der Umbau kostet: Der Wandel bringt für die Banken hohe Jobverluste mit sich, räumte Deutsche-Bank-Chef John Cryan auf der Handelsblatt-Tagung ein. Das Bankgeschäft werde in fünf bis zehn Jahren in der digitalen Identität vieler Leute verankert sein, sagte Cryan. Das bedeute auch: Die Jobs in der Finanzindustrie werden sich aufgrund des technologischen Wandels verändern. „Die traurige Wahrheit ist, dass wir nicht mehr so viele Leute brauchen wie heute“,

sagte Cryan. „Wir haben in unserer Bank Menschen, die arbeiten wie Roboter. Künftig werden wir Roboter haben, die wie Menschen arbeiten.“ Cryan geht davon aus, dass „sicher eine große Zahl“ von Jobs verschwinden werde.

Doch zum Wandel, da sind sich Bankchefs und Spitzenpolitiker einig, gibt es keine Alternative. Auch Finanzminister Wolfgang Schäuble räumt ein, dass Deutschland bei der Digitalisierung „nicht unbedingt Spitzenreiter“ sei. „Das ist sicher auch ein Schwerpunkt für die nächsten Jahre.“

Und es bleibt viel zu tun. Aus einer Umfrage von Fujitsu unter 1000 Konzernen und Mittelständlern geht hervor: Nur neun Prozent der Befragten des Finanzsektors sehen ihre Firma bei der Digitalisierung in einer führenden Position. Das ist der niedrigste Wert aller Wirtschaftsbereiche. „Der Aufholbedarf ist immens“, sagt Rolf Werner, Deutschland-Chef des japanischen Technologiekonzerns. Immerhin: „Er ist erkannt und wird adressiert. Daher sind fast 90 Prozent optimistisch, dass ihr Finanzinstitut die Herausforderungen der Digitalisierung bewältigt.“

”

Die Bank der Zukunft wird eine digitale Plattform sein.



Ralph Hamers
Chef der ING Group

Auch ING-Chef Hamers arbeitet mit voller Kraft daran, seine Bank umzustrukturieren. Im vergangenen Oktober kündigte er den Abbau von 7000 Stellen an, 3500 davon in Belgien. Seit er 2013 die Führung der niederländischen Großbank übernommen hatte, trieb ihn eine Frage um: „Was brauchen die Kunden, was erwarten sie von uns, wie können wir sie zufriedenstellen?“ Die Antwort jedoch war nicht gerade ermutigend: „Wir brauchen die Dienstleistungen einer Bank, aber keine Banken“, erinnert sich Hamers. Daran habe sich bis heute nichts geändert.

Plattformen wie Google, Amazon, Apple und Uber „werden der Schlüssel sein für die Zukunft der Banken“, glaubt der ING-Chef, der gerade erst mit seinem Vorstand im Silicon Valley war, um sich neue Impulse zu holen. Banken könnten zum einen innerhalb einer Plattform wie Facebook die Infrastruktur für Zahlungen liefern, Kredite anbieten oder Finanzberatung. Zum anderen müssten Banken in Zukunft jedoch selbst ein bisschen wie Facebook werden.

„Die Bank der Zukunft wird eine digitale Plattform sein“, stellt Hamers

klar. „Egal ob es um Privatkunden oder Geschäftskunden geht oder beides gleichzeitig, die Plattform wird all ihre finanziellen Bedürfnisse abdecken.“ Das könne auch artverwandte Produkte wie Versicherungen und Dienstleistungen einschließen.

Banken müssen stärker zu Technologieunternehmen werden, ist auch Thomas Schaufel, Privatkundenvorstand der österreichischen Erste Bank überzeugt. „Die Kunden erwarten, rund um die Uhr mit ihrer Bank kommunizieren zu können. Dafür brauchen wir die richtige Infrastruktur.“ Das Leitinstitut der Österreichischen Sparkassengruppe hat ein Onlinebanking-Angebot namens George geschaffen, das als eines der besten Europas gilt. Längst kooperiert das Institut auch mit anderen Fintech-Unternehmen, um neue Trends nicht zu verpassen.

Denn die Konkurrenz lauert überall, auch bei der Vermögensverwaltung. Sogenannte Robo-Advisors, Finanzunternehmen, die automatisiert und zu geringen Gebühren Gelder verwalten, gewinnen mehr und mehr Kunden – vor allem in den USA, aber langsam auch in Deutschland und Europa. Der größte Anbieter in Deutschland, Scalable Capital, verwaltet 18 Monate nach dem Start schon mehr als 300 Millionen Euro von gut 8000 Privatkunden.

Der digitale Wandel, er wird die Finanzbranche noch lange beschäftigen. Denn während viele Institute gerade erst bei den mobilen und digitalen Angeboten aufholen, sorgen neue Entwicklungen etwa bei der automatisierten Geldanlage oder der Datenbank-Technologie Blockchain dafür, dass die größten Veränderungen noch bevorstehen dürften.