

Digital Private Banking: Bereit zum Durchbruch?

Auch im fortschreitenden Internet-Zeitalter bestimmen persönliche Kontakte und Depotauszüge in Papierform bis heute den Informationsaustausch zwischen Kunde und Bank. Gleichzeitig sind Digitalisierungstrends und Fintech Entwicklungen in aller Munde. Wird Digital Private Banking nun zur „neuen Normalität“ in der Kundenbetreuung?

In einer Studie „Banking in a Digital World“ hat das Beratungsunternehmen AT Kearney den Fortschritt der eBanking Entwicklungen mittels "Digital Banking Readiness Index" analysiert. Überraschenderweise figuriert darin die Schweiz nur auf Platz 11, hinter Ländern wie Singapur, Großbritannien, Belgien und Österreich.

Trotz der globalen Bedeutung des Finanzsektors liegt die Schweiz somit nur im Mittelfeld der Entwicklungen des eBankings. Davon betroffen ist auch das bescheidene Angebot von Digital Private Banking Lösungen. Was sind die Gründe? Während der Finanzkrise wurden die Prioritäten auf die Behebung der Altlasten und die Ausrichtung auf das angepasste regulatorische Umfeld gelegt - dies greift aber zu kurz, um als Vorwand für die geringe Fokussierung auf die digitale Innovation zu dienen.

“ *Dies ist die Ausgangslage für eine klassische win-win Situation* ”

Das zögerliche Vorgehen könnte auch auf einer traditionellen Wahrnehmung des Private Bankings beruhen, wonach der Kundenerfolg weitgehend von der Beratungs- und Akquisitionskompetenz des Kundenberaters abhängt. Als Folge davon investieren Banken eher in die Anstellung von weiteren Beratern als in eine grundlegende Innovation ihres Geschäftsmodells.

Auch Kundenberater könnten dem Digital Private Banking skeptisch gegenüberstehen, weil sie einen Kontrollverlust oder die Schmälerung ihrer Kundenbeziehungen fürchten. Wir teilen diese negative Wahrnehmung nicht und sind im Gegenteil davon überzeugt, dass die persönliche Kundenbetreuung sehr gut durch die neuen, digitalen Kanäle ergänzt wird.

Kunden ändern ihre Vorlieben in Übereinstimmung mit ihrem Lebensstil, und nur ein zufriedener Kunde ist ein treuer Kunde. Die neue Kundengeneration, welche bereits mit den neuen Medien aufgewachsen ist, bevorzugt die Kommunikation über das Mobilgerät und ist wohl bereits heute technologie-affiner als mancher Banker. Im Gegensatz zu früheren Generationen ist sie mobiler, besser informiert und orientiert sich stärker am globalen Wettbewerb.

Dieser Trend wird durch die Analyse "Verwendung von Social Media und Mobil-Technologie im Finanzdienstleistungssektor" des Marktforschungsunternehmens Spectrem bestätigt: HNW- und UHNWI Kunden sind die „Digital Nerds“ unter den Bankkunden, sie verwenden Tablets und Smartphones noch häufiger für Finanztransaktionen als Affluent Kunden und bevorzugen diese Kontaktform gegenüber dem Telefon.

Es ist deshalb erstaunlich, dass den digitalen Schnittstellen als Ergänzung zum traditionellen Kundenkontakt scheinbar nach wie vor eine untergeordnete Bedeutung beigemessen wird: dadurch geht eine wirklich einmalige Opportunität verloren, um das Geschäftsmodell durch echte Zusatzleistungen zu bereichern.

Online-orientierte Private Banking Kunden sind durch den Funktionalitätsgrad der heute verfügbaren digitalen Angebote kaum beeindruckt. Sie erwarten eine echte Innovation in der Beziehung zu ihrer Bank: durch die ständige Erreichbarkeit, Aktionsauslösung über einfachen Handelszugang sowie massgeschneiderte Investitionsvorschläge kann Digital Private Banking neue Kaufanreize und damit eine erhöhte Kundenprofitabilität schaffen – also eine klassische win-win Situation für Kunde und Bank.

Steht nun der Quantensprung unmittelbar bevor? Es ist zu hoffen, denn die Technologie existiert bereits seit einiger Zeit und die digitale Transformation findet auf allen Ebenen statt. Wenn die Banken in der Lage sind, eine attraktive, voll ausgebaute digitale Kundenschnittstelle anzubieten, könnten über das erweiterte und global verfügbare Angebot auch neue Kunden gewonnen werden.

Wenn jedoch das zögerliche Vorgehen weiterhin andauert, könnten traditionelle Banken plötzlich einer neuen, ernsthaften Konkurrenz in der Form von spezialisierten, globalen Fintech Anbietern gegenüberstehen, welche diese Marktlücke mit höherem Engagement verfolgen und deshalb rasch Marktanteile gewinnen könnten.

Robert Hemmi, Managing Partner, rhemmi@tcpgroup.ch

The Consulting Partnership

Seit 2001 sind wir als führende, auf Private Banking spezialisierte Unternehmensberater und Executive Search Consultants weltweit tätig.

Als vertrauenswürdige Partner sind wir sowohl für Entscheidungsträger von Banken als auch für Professionals im Private Banking Sparring Partner und Berater.

Kontaktieren Sie Robert Hemmi für ein persönliches und vertrauliches Gespräch oder eine Standortanalyse.