



TC INNOVATIONSRADAR —

Individuelle Bewertung von digitalen Trends und marktrelevanten Innovationen für Banken

Digitalisierung und asymmetrisch betriebene Regulierungen treiben momentan in erster Linie die Geschäftsmodelle der Fintechs voran, die damit zentrale Geschäftsfelder der Banken bedrohen. Der dadurch verstärkte Wettbewerb gefährdet den Kundenzugang und damit die Marktstellung der Banken. Die Herausforderung für die Banken ist es, genügend Ressourcen zur Verfügung zu stellen, um alle Entwicklungen ganzheitlich im Blick zu behalten und regelmäßig strukturiert zu analysieren.

Die rasanten Entwicklungen machen eine kontinuierliche Verfolgung der Trends und eine zeitnahe Reaktion unabdingbar. Als Strategie-Tool haben wir das TC Innovationsradar entwickelt, mit dem wir unseren Kunden einen aktuellen Überblick über neue Produkte und Geschäftsmodelle sowie fundierte Expertise bei der Erarbeitung von individuellen Handlungsempfehlungen geben.

SCREENING-PROZESS FÜR MARKENRELEVANTE INNOVATIONEN

- Aufzeigen von Trends
- Innovationsfelder
- Geschäftsmodelle
- Filterkriterien
- Partnerauswahl
- Innovationsdatenbank

						1	0 0	
					1	0 0 1	0	0 1 1 1
1		0 1 1			1 0 1 1	1 1	0	1 0
		1	0 1 0 1		0 0 1	0 1 0 1 1		
0			1 1	1 1 1 1	1 1 1		1 1 1 1	
			0 0 1 1	1 1 0 1 1 0 0			1 1	
				1 1 0	0 1	0 1 1 1 1 0		
			0 0	1 0 0 1	0 0	0	1 0 0 1	

— (Wieder)-Entdeckung der Innovationskraft

Innovationen im Finanzmarkt werden aktuell vor allem von Start-ups entwickelt. Damit bedrohen digitale Wettbewerber das Kerngeschäft von Banken in allen Geschäftsbereichen, mit über 80% der Innovationsthemen im Privatkundensegment. Ein zentrales Merkmal ist dabei ihre radikale Kundenausrichtung. Banken müssen neue Strategien entwickeln und ihre Innovationsfähigkeit weiter ausbauen, um ihre Kundenbeziehung und damit relevante Marktanteile nicht an

die neuen Wettbewerber zu verlieren. Die Schnellebigkeit des Marktes erfordert eine kontinuierliche Überwachung der Entwicklungen zur Erkennung relevanter Trends, Geschäftsmodelle und Start-ups. Um ihre Wirtschaftlichkeit und die strategische Kontrolle ihres Marktumfelds zu sichern, ist es für Banken unerlässlich, digitale Schwachstellen aufzudecken und Lösungen für eine nachhaltige Weiterentwicklung zu definieren.

— Starre Systeme und Prozesse sind für Banken die Innovationshemmnisse

Kunden erwarten heute maßgeschneiderte und individualisierte Lösungen. Fintechs bieten entsprechend innovative Lösungen in zentralen Leistungsbereichen der Banken. Diese Unternehmen konzentrieren sich auf die Digitalisierung von angebotenen Leistungen und die Anreicherung mit Zusatzleistungen. Banken hingegen stehen unter Druck durch die regulatorischen Anforderungen, die für Banken (noch) höher sind als an Fintechs. Die notwendigen Anpassungen binden Ressourcen und begrenzen Innovationen. Durch die etablierte Gremienstruktur der Banken sind die Entscheidungswege länger und schnelle Reaktionen auf aktuelle Trends kaum möglich. Start-ups können sich durch ihre

vergleichsweise kurzen Entwicklungszyklen kontinuierlich an veränderte Rahmenbedingungen anpassen und sich auf Nischenprodukte, Teilangebote und ein nahtloses Kundenerlebnis fokussieren. Hinzu kommt, dass sie teilweise die bestehende Infrastruktur der Banken nutzen und dadurch Kosten und Zeit bei der Produktentwicklung deutlich verringern können. Weitere Hindernisse bestehen für die Banken im Verbraucher- und Datenschutz, so dass die Übertragbarkeit von datenbasierten Ansätzen ohne entsprechende Einschränkungen verhindert werden.

	Aktivgeschäft		Zahlungsverkehr		Passivgeschäft	Provisionsgeschäft	
Privat-kunden	Konsumenten-kredite	Bau-finanzie-rung	Girokonto • Dispokredit • Überziehungszins • Kontogebühren	Trans-aktionen	• Zinsgewinne/ Strukturbeitrag • Einlagengeschäft • Wertpapier (direkt)	Asset Management • Fonds • Vermögens-verwaltung	Versicherungen • Sachvers. • Personenvers.
Firmen-kunden	• Fremdkapital • Mezzanine • Eigenkapital (M&A)		Girokonto • Dispokredit • Überziehungszins • Kontogebühren	• Liquiditätsmgmt. • Transaktionen • Zinsgewinne/ Strukturbeitrag	Asset Management		Versicherungen • Sachvers. • Personenvers.
BEDROHUNGSPOTENZIAL FÜR BANKEN							
Kreditgeschäft bei Banken wird substituiert		Kontobeziehung als zentrale Schnittstelle zum Kunden geht in Teilen verloren		Quasi-Monopol im Zahlungsverkehr steht unter Druck		„Kostenlose“ interaktive Konkurrenz drängt in den Markt	

— Eine individuelle Innovationsstrategie für jede Bank

Durch Partizipation am digitalen Strukturwandel können etablierte Finanzdienstleister ihre Innovationsfähigkeit steigern. Banken können mit unterschiedlichen Maßnahmen auf diese Entwicklungen reagieren. Ein erster Schritt ist die Anpassung eigener Prozesse zur Vereinfachung und Digitalisierung von Abläufen, Benutzeroberflächen oder Kanälen. Effizient ist ebenfalls die Zusammenarbeit mit Fintechs im Rahmen von Kooperationen, wodurch die Bank ihr Leistungsspektrum bei überschaubarem Investitionsbedarf erhöhen kann.

Die dritte Stufe ist die Akquisition erfolgreicher Fintechs, die sowohl für Banken als auch für die Fintechs eine erfolgreiche Win-Win-Situation sein kann. Das Start-up hat sein neues Produkt bereits am Markt etabliert, und die Bank kann die innovativen Dienstleistungen in eigene

Geschäftsprozesse integrieren. Der größte Schritt für Banken ist die Eigenentwicklung innovativer Produkte.

INNOVATIONSSTRATEGIEN FÜR BANKEN

- Competition
- Co-operation
- Co-optition

TC INNOVATIONSRADAR

Unser Kompetenzfeld beinhaltet einen vollständigen und aktuellen Marktüberblick über relevante Trends und Entwicklungen inklusive

Möglichkeiten zum Benchmarking eigener Angebote gegenüber den Marktaktivitäten.

— Der Screening-Prozess

Der Screening-Prozess umfasst die Überwachung und Dokumentation relevanter Trends und Geschäftsmodelle. Diese Bewertung ermöglicht die Identifikation besonders attraktiver Start-ups für eine Zusammenarbeit oder Beteiligung für Banken. Im ersten Schritt werden strategische Bewertungskriterien festgelegt, u.a. langfristige Wettbewerbsvorteile, die bestehende Kundenstruktur, Marktposition und Definition des Geschäftsmodells und der Unternehmensstrategie. Weiterhin wird

das Bedrohungspotenzial der Start-ups erfasst und anschließend ihr kurz- und langfristiges Entwicklungspotenzial beurteilt. Kann das Unternehmen neue Produkte eigenständig entwickeln? Kann die Bank Stärken einbringen, um die Entwicklung zu unterstützen? Durch die Gegenüberstellung mit eventuell bereits laufenden internen Projekten und Maßnahmen wird der konkrete Handlungsbedarf ermittelt.



Abb. Bewertungskriterien für Innovationsansätze

— Der Innovationssteckbrief

Basierend auf diesem Screening wird im nächsten Schritt eine Short-List möglicher Start-ups erstellt, die folgende Kriterien erfüllen: Strategischer Fit, Unternehmensbewertung und Festlegung der Beteiligungsparameter. Die Beurteilungsergebnisse jedes einzelnen Start-ups werden in einem „Innovationssteckbrief“ zusammengeführt, so dass die Banken das Innovationsthema in Bezug auf Relevanz und Eignung individuell beurteilen und miteinander vergleichen können. Die Banken können mit Hilfe dieser Bewertung die einzelnen Start-ups in Hinblick auf ihren Innovationsgrad und das Marktpotenzial besser einschätzen und für sich selbst bewerten: Besteht durch das Angebot ein Gefahrenpotenzial für die Bank? Welche Entwicklungsmöglichkeiten bestehen? Welche Synergieeffekte können sich aus einer Kooperation ergeben? Der Innovationssteckbrief bildet die Grundlage für die Go- oder No-Go-Entscheidung. Daraus leiten wir eine Handlungsempfehlung ab.

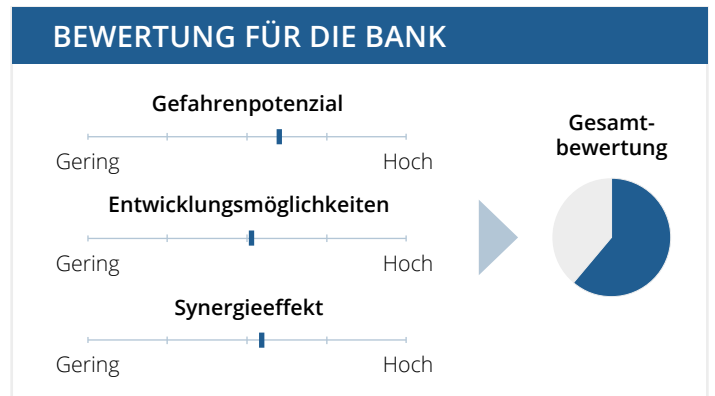
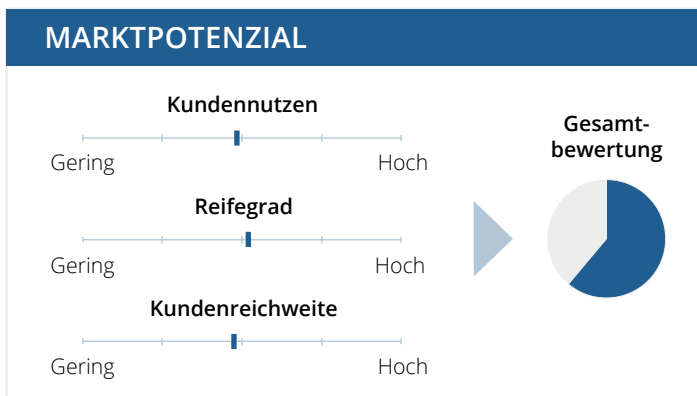
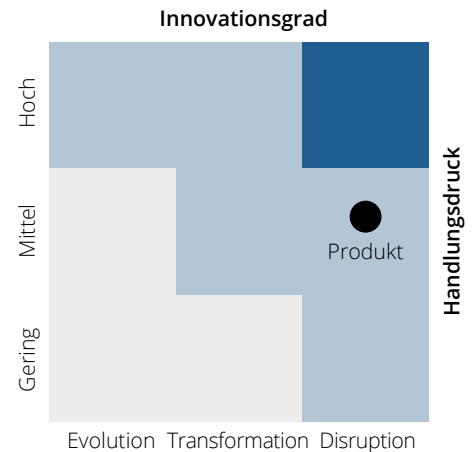


Abb. Zusammenführung der Beurteilungsergebnisse in einem Innovationssteckbrief

— Entwicklung und Test aussichtsreicher Initiativen

Mit Hilfe der einzelnen Innovationssteckbriefe und der fundierten Markteinschätzung kann die Bank nun selbst aktiv werden und entscheiden, welche Start-ups oder Produkte für das eigene Geschäftsmodell geeignet sind und welche Innovationsstrategie sie verfolgen möchten, um ihre eigene Position am Markt zu stärken.

Unterstützend kann Dr. Thede Consulting die Banken auch in diesem Schritt begleiten, um relevante Innovationen auszuwählen und zu testen. Basierend auf der Auswahl von Innovationsfeldern werden dann zunächst das Konzept und dann die Prototypen entwickelt, inkl. Ressourcenberechnung und detaillierten Strategien zur Funktionsweise und Einbindung in die Organisation.

Wird dann eine positive Entscheidung über die Fortführung getroffen, so unterstützen wir Sie auch in der Umsetzung des Konzeptes und stellen das Konzept regelmäßig auf die Probe, um die Erfüllung der Marktbedürfnisse, den Fit zur Strategie sowie die Erlössituation zu prüfen. Letztlich ist es auch während der Umsetzungsphase notwendig, die Trends und Innovationen im Markt kontinuierlich zu verfolgen und ggf. die Strategie an veränderte Marktgegebenheiten anzupassen.

Wir haben das Innovationsradar entwickelt, um Ihnen dabei zu helfen, die Trends und Entwicklungen im Auge zu behalten und direkt auf relevante Veränderungen zu reagieren. Die Analyse kann je nach Ihrem Anforderungsbedarf individualisiert ausgestaltet werden, da unser Beratungsansatz modular konzipiert ist und alle Stufen vom Markt-Screening, einer individuellen SWOT-Analyse und der Auswahl relevanter Themenfelder beinhaltet. Darauf aufbauend bieten wir weitergehende Projektunterstützung für die Ausgestaltung einer Kooperation, für den Erwerb einer Beteiligung oder anderer Handlungsoptionen an.

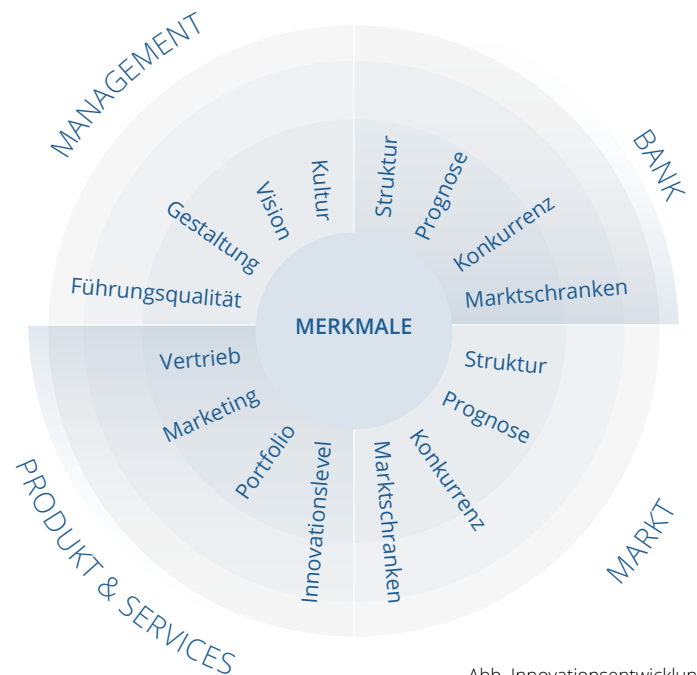


Abb. Innovationsentwicklung

— ÜBER DR. THEDE CONSULTING



ANDRE STANDKE
— Geschäftsführer



JENS HEGELER
— Geschäftsführer

Dr. Thede Consulting ist eine der führenden Management-Beratungen in den Bereichen Retail, Zahlungsverkehr und Kartengeschäft. Mit den aktuellen Marktveränderungen haben wir den Fokus zu neuen Geschäftsmodellen im Payment-Umfeld und Loyalty-Konzepten erweitert.

Unsere Kunden sind relevante Marktteilnehmer und Entscheidungsträger in diesem Marktumfeld. Wir beraten zu Zukunftsthemen wie Digital Commerce, Payment, Datenkonzepte & Loyalty-Programme sowie Mobility Services in allen Stufen der Wertschöpfungskette.

In diesem stark wandelnden Marktumfeld fokussieren wir uns auf die wesentlichen Erfolgstreiber für unsere Kunden.

Für mehr Informationen besuchen Sie gerne unsere Website.

— KONTAKT

Dr. Thede Consulting GmbH
Neue Burg 2
20457 Hamburg

T +49 40 226303225
M info@dr-thede.com
www.dr-thede.com

