



# Bank DER ZUKUNFT

Filialen oder Fintech? Bargeld oder Bitcoin? – Das Bankwesen befindet sich im **→ DIGITALEN UMBRUCH** und viele fragen sich, wo es mit den Finanzinstituten von morgen hingehet. Für die Hessen steht fest: Ohne **→ FILIALEN** geht es nicht. Da sind sich die Studienteilnehmer weitgehend unabhängig vom Alter einig. Denn auch wenn sich digitales Banking, Online-Bezahlsysteme und Bankleistungen von Online-Unternehmen weiter etablieren werden – gerade wenn es um finanzielle Lebensentscheidungen geht, zählt **→ VERTRAUEN**. Und Vertrauen ist mehr als ein Gefühl von Datensicherheit.

# „Die Kontakte werden seltener, dafür umso intensiver.“



**WERNER D'INKA** ist seit 2005 Mitherausgeber der Frankfurter Allgemeinen Zeitung. Dabei ist er für den Regionalteil zuständig. Zur F.A.Z. kam er 1980, von 1991 bis 2005 war er Chef vom Dienst der Zeitung. Seit 2005 ist er zudem Präsident des Frankfurter Presseclubs. 2016 erhielt er den Hessischen Journalistenpreis für sein bisheriges Lebenswerk.

**Herr D'Inka, Sie kennen den Bankenplatz Frankfurt genau und erleben dort – ebenso wie in der Medienlandschaft – den Wandel und vor allem die Digitalisierung. Was erwarten Sie für die Zukunft?**

**D'Inka:** Noch im Mai 2018 haben wir in einem Artikel des Finanzressorts nach der Zukunft klassischer Bankhäuser gefragt. Denn die jüngste Umfrage des IT-Verbands Bitkom zeigte, dass 40 % der Bundesbürger dafür offen wären, ihre Bankgeschäfte auch über Google und Amazon vorzunehmen, sobald möglich. Doch das allein heißt natürlich noch nichts. Existenzieller wird es, wenn die Banken in ihrem Wesenskern Konkurrenz bekommen. Und das führt zu der Frage: Was macht Banken eigentlich zu Banken und als solche besser als andere Anbieter?

**Und was macht Banken zu Banken bzw. unterscheidet sie?**

**D'Inka:** Vor allem Vertrauen und Informationen. Um Vertrauen geht es schon deshalb, weil die Kunden der Bank ihr Geld anvertrauen. Der verantwortungsvolle Umgang mit Informationen umfasst sowohl das Bankgeheimnis als auch die kompetente Beratung im Sinne des Kunden. Algorithmen können eine Kreditwürdigkeit einschätzen oder Renditechancen errechnen, doch sie führen keine persönlichen Gespräche mit potenziellen Schuldnern oder beraten junge Familien individuell darin, wie sie sich und ihr Leben für eine Hausfinanzierung bestmöglich absichern.

**Das bedeutet für Banken konkret?**

**D'Inka:** Durch die Digitalisierung wird sich das Bankwesen in den kommenden Jahren weiter grundlegend verändern, keine Frage. Gerade

Standardbankgeschäfte werden voraussichtlich noch mehr online durchgeführt. Doch ich bin sicher, dass auch die Beziehung zwischen Kunde und Berater relevanter wird. Darum heißt es für die Mitarbeiterentwicklung: Schritt halten mit der technischen Entwicklung und im Gespräch mit dem Kunden vor allen Dingen Vertrauen aufbauen. Aufgrund der zunehmenden Digitalisierung werden die Kontakte zum Bankberater weniger, dafür jedoch umso intensiver.

#### **Und wie kann das digitale Banking den persönlichen Service glaubhaft ergänzen?**

**D'Inka:** Ich würde sagen, transparent sein, eine gute Kommunikation pflegen und ebenso eine sinnvolle, zielgruppengerechte Angebotspalette. Und über allem steht insbesondere im Bereich des digitalen Bankings natürlich: Sicherheit. Da geht es um den Umgang sowohl mit den Gelddaten als auch mit den Kundendaten. Der Kunde muss eindeutig im Fokus stehen – auch in puncto Datenschutz.

#### **Die Devise lautet also nicht „Produkte verkaufen um jeden Preis“?**

**D'Inka:** Nein! Hier kommen wir eher in den Bereich der Ethik. Da sehe ich zunächst das Bild des ehrbaren Kaufmanns, das nach der Finanzkrise auch künftig mehr denn je ein Leitmotiv sein muss. Werde ich als Kunde ernst genommen? Die Bank muss das Gefühl der offenen und fairen Beratung vermitteln und darf mir als Kunde nicht „in Dinge reinquatschen“.

#### **Was können gerade Filialbanken noch tun?**

**D'Inka:** Ich möchte es mal „Eventisierung“ von Filialen nennen – also den Leuten mehr bieten als nur Verträge. Vergleichbar mit dem Erlebnis, wenn man

ein neues Auto direkt beim Hersteller abholt. Auch hier gilt es, Mitarbeiter zu entwickeln – die diese Erfahrung herstellen können – und Filialen zu gestalten, in denen ich mich wohlfühle und gerne auch mal länger für ein Gespräch bleibe.

#### **Und auch an Sie die Frage: Welche Aufgaben haben Banken bis 2030?**

**D'Inka:** Im Sinne von Transparenz und Nachhaltigkeit werden wahrscheinlich Banken ohne klares Wertesystem Wettbewerbsnachteile haben. Zu einer transparenten, glaubwürdigen Kommunikation kann

**„Im Sinne von Transparenz und Nachhaltigkeit werden wahrscheinlich Banken ohne klares Wertesystem Wettbewerbsnachteile haben.“**

unter anderem auch die Erstellung von Nachhaltigkeitsberichten beitragen.

#### **Und ganz privat – was glauben Sie wird für die Menschen im Sinne eines gelingenden Lebens besonders erstrebenswert bzw. notwendig sein?**

**D'Inka:** Gesundheit. Gesundheit ist der Schlüssel zum Wohlbefinden. Arbeit zu haben ist wichtig. Und im Einklang mit seiner Umgebung zu leben und die Zuversicht zu haben, dass es unseren Kindern später auch so gut geht wie uns oder sogar besser.

## 4. BANK DER ZUKUNFT

# Das Banking von morgen? Gut vernetzt und eng verbunden.

Der Großteil der Hessen erwartet eine erhebliche Veränderung des Bankenwesens in den kommenden zwölf Jahren. Eine Einschätzung, die sich mit sämtlichen Expertenmeinungen deckt, die im Laufe dieser Studie formuliert wurden. Die Entwicklung wird vor allem durch den Fortschritt des mobilen Bankings vorangetrieben. Auch das Geld wird zunehmend digitalisiert, ist weitestgehend virtuell vorhanden, und die Zeit, in der Material- und Tauschwert übereinstimmen, ist Geschichte.

Doch auch wenn bereits „mobile first“ versus „mobile only“ diskutiert und Augmented Reality, also die computergestützte Erweiterung unserer Realität, die Welt revolutionieren sollte – für die Mehrheit der hessischen Bürger hat der persönliche Bankberater eindeutig Zukunft.



**86 %** erwarten  
eine Veränderung des Bankwesens  
bis zum Jahr 2030.

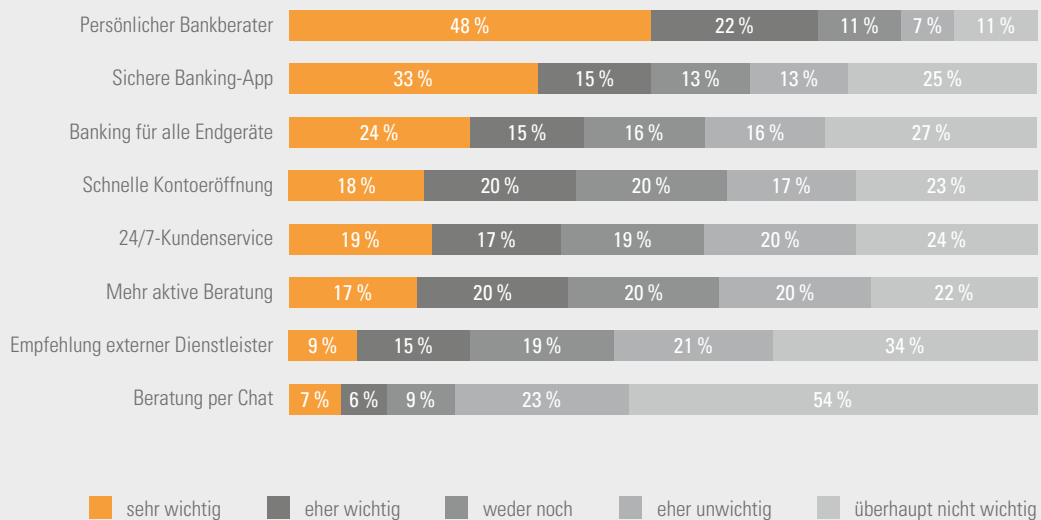
### Hessen sehen die Bank der Zukunft virtuell und vor Ort

Insgesamt 48 % der Befragten gaben an, dass ihnen der persönliche Kontakt auch künftig „sehr wichtig“ bzw. „wichtig“ ist. Mit klarem Abstand wurden eine sichere Banking-App (33 %) und mobiles Banking für Smartphone, Tablet und Desktop (24 %) als „sehr wichtig“ bewertet, wenn es um zukunftsfähige Bankdienstleistungen geht.

Ein Kundenservice, der sieben Tage die Woche erreichbar ist, eine schnelle Kontoeröffnung sowie mehr aktive Beratungsangebote rangierten eher im Mittelfeld. Überhaupt nicht wichtig sind für 34 % Empfehlungen externer Dienstleister, wie beispielsweise Baugutachter im Rahmen einer Immobilienfinanzierung, und Beratungsansätze via Chat (54 %).



### Welche Bankleistungen sind Ihnen für die Zukunft wichtig?

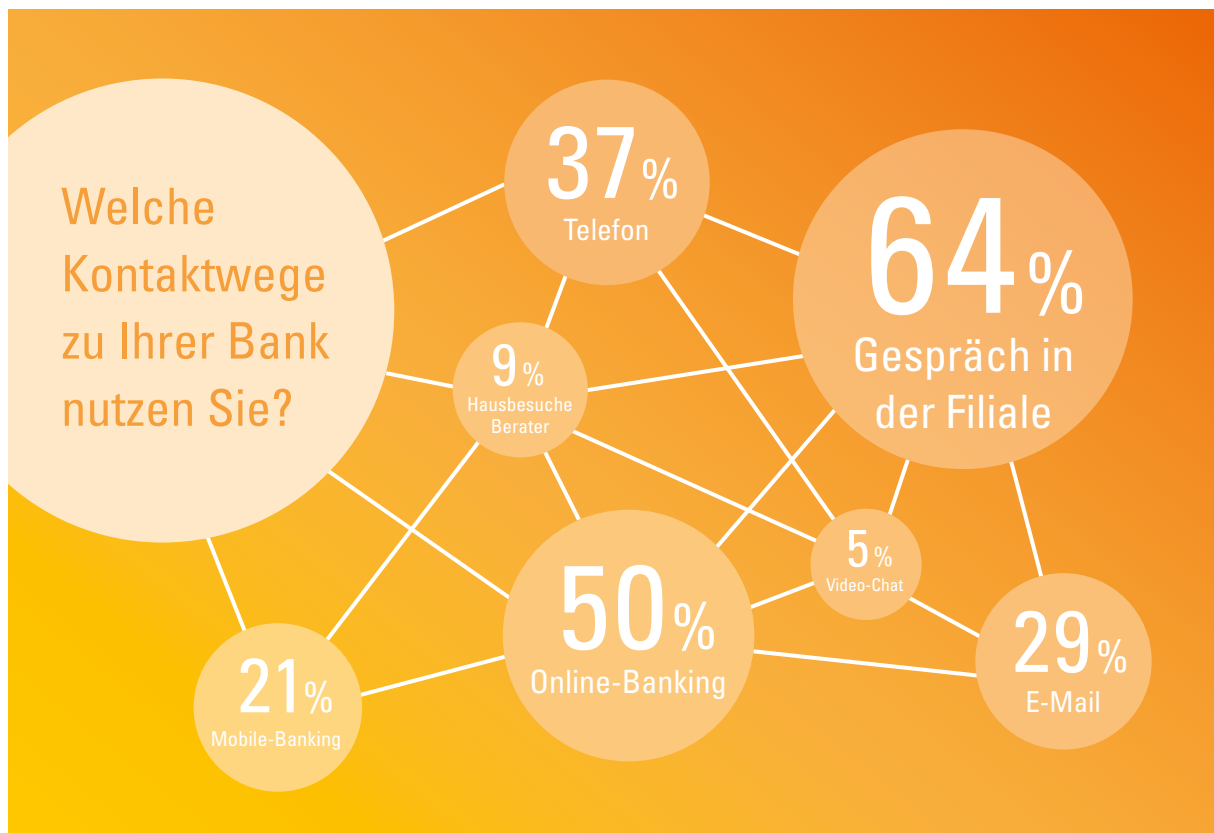


(Mehrfachnennungen)

## 4. BANK DER ZUKUNFT

# Eine Zukunft ohne Filialen können sich die Hessen nicht vorstellen.

Entsprechend den vorangegangenen Erhebungen soll der Kontakt zur Hausbank primär über das Gespräch in der Filiale (64 %) erfolgen können. Hausbesuche durch den Bankberater sind hingegen weniger gewollt (11 %) – oder werden noch verhältnismäßig wenig angeboten. Für 50 % der Befragten ist Online-Banking der Weg der Wahl zu „ihrer Bank“, wobei die Affinität zum Online-Banking der 21- bis 44-Jährigen proportional höher ist. Auch Telefon (37 %) und E-Mail (29 %) werden nach wie vor gerne genutzt, während Kontaktangebote per Mobile-Banking noch etwas seltener in Anspruch genommen werden (21 %) und der Video-Chat (5 %) – zumindest derzeit – noch keine große Relevanz hat.



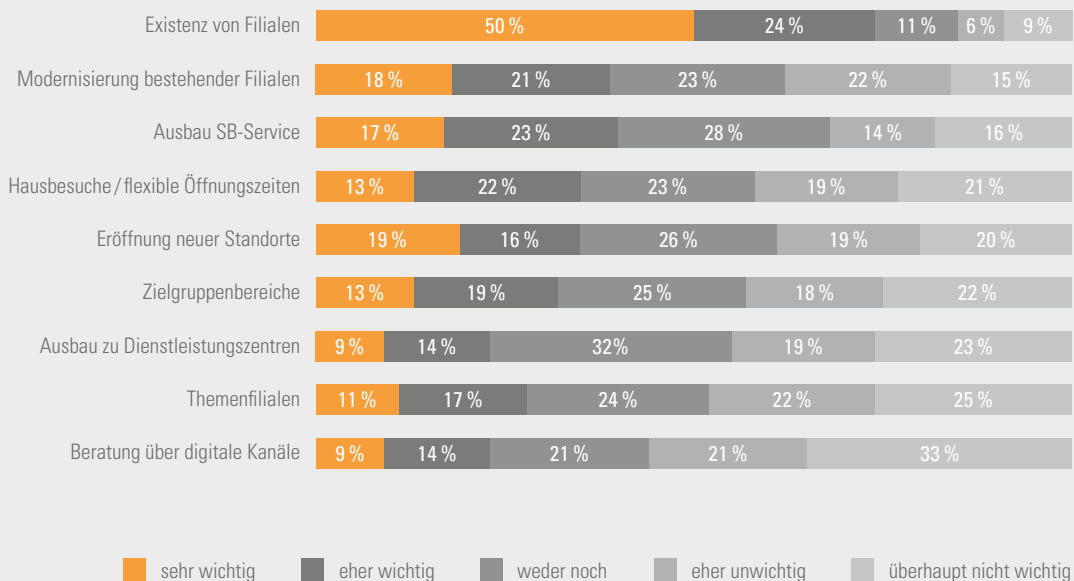
In der Folge ist es naheliegend, dass rund drei Viertel der hessischen Befragten auch für die Zukunft die Existenz von Filialen fordern. Sogar die Eröffnung neuer Standorte wird von 19 % als „sehr wichtig“ erachtet. Für bestehende Geschäftsstellen zählen vor allem die Modernisierung der Räumlichkeiten und der Ausbau der SB-Bereiche.

Unerwartet gering ist der Bedarf an flexiblen Öffnungszeiten und Hausbesuchen durch den Berater. Themenfilialen, der Ausbau zu Dienstleistungszentren oder die Beratung im virtuellen Raum sind derzeit ebenfalls wenig von Interesse.

## „Die Frequenz der Besucher in den verbleibenden Filialen wird sich erhöhen.“

Christof Lanzinger, Trend- und Zukunftsforscher

### Wie sollen sich Bankfilialen in Zukunft entwickeln?



(Mehrfachnennungen)



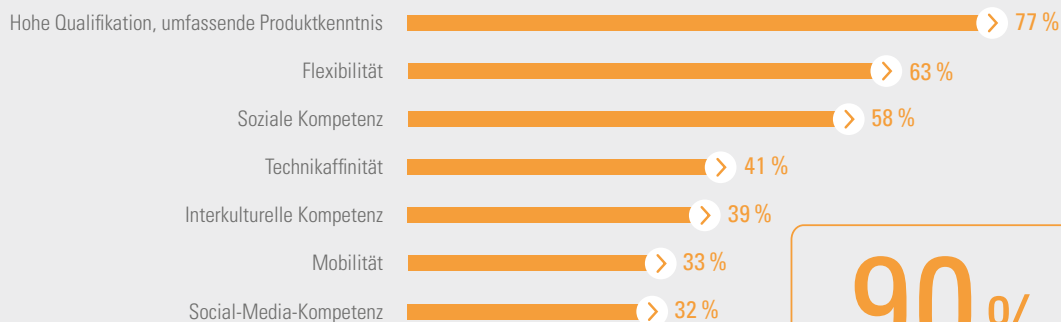
## 4. BANK DER ZUKUNFT

# Der Faktor Fachwissen: Anerkannt wird, wer sich auskennt.

In einer Zeit, in der sich jeder digital über alles informieren, Angebote einholen und eine Meinung bilden kann, wächst zugleich der Bedarf an Orientierung und verbindlichen, geprüften Empfehlungen. Denn viele Informationen führt nicht unbedingt zu viel Wissen. Mancher bleibt verunsichert und ratlos zurück, wenn es darum geht, aus der Flut an Vorschlägen und Stimmen die persönlich richtige Wahl zu treffen. Das gilt in besonderem Maße für finanzielle Lebensfragen wie ein Kreditvorhaben, die Vorsorge oder den Vermögensaufbau in Zeiten niedriger Zinsen.

Auch für die Hessen steht fest: Facts first! Statt sozialer Kompetenz, Mobilität oder die Erreichbarkeit per Facebook zählen für die Befragten vor allem „hohe Qualifikation und umfassende Produktkenntnis“, wenn es um den persönlichen Ratgeber in Geldfragen geht. Erst nachfolgend

### Welche Erwartungen haben Sie an den Bankberater von morgen?



90%

wollten auch 2009 von der idealen Bank von morgen vor allem „umfassende zuverlässige Beratung“.

(Mehrfachnennungen)

werden Flexibilität und soziale Kompetenzen genannt. Auch Technikaffinität steht wider Erwarten nur im Mittelfeld dessen, was ein guter Bankberater in Zukunft haben muss. Im Hinblick auf qualitätsunterstützende Beratungs-Tools und Erläuterungen zum Online- oder Mobile-Banking ist diese zwar unerlässlich, doch den Befragten scheint die menschliche Intelligenz im Zweifel wichtiger als die künstliche.

Das Ergebnis unterstützt, was die SpardaStudie im Ganzen belegt: Vertrauen und Beziehungen zählen, heute und in Zukunft. Auch wenn im Privaten gerne und häufig geliked, bewertet und verlinkt wird – mit seinem emotionalen Vertrauen entscheidet der Kunde über die tragfähige Verbindung zu seiner Bank. Und die lässt sich vor allem durch aufmerksame Beratung und lebensnahe Lösungen festigen.



„Entscheidend für die Zukunft sind motivierte und fachkundige Mitarbeiter, die Filialen zu einem Bezugspunkt machen, den man gerne aufsucht und wo man sich gut aufgehoben fühlt.“

Prof. Dr. Gerhard Minnameier  
Goethe-Universität Frankfurt, Fachbereich  
Wirtschaftsethik und Wirtschaftspädagogik