

Corona und die Transformation des Bankgeschäfts

12.6.2020 – Wie wird sich die Corona-Krise auf die zunehmende Digitalisierung der Bankenbranche auswirken? Sie wird den Trend zu alternativen Zugangs- und Vertriebswegen deutlich beschleunigen!

Drei sehr anstrengende, aber auch erkenntnisreiche Pandemie-Monate liegen hinter uns. Man kann beginnen, einen Blick in die Zukunft zu wagen, um sich die Frage zu stellen, was nach Ende der Krise so sein wird wie vorher und was sich fundamental verändern wird. Wieviel Vergangenheit wird in der Zukunft stecken?

Ganz grundsätzlich stellt sich diese Frage auf ökonomischer und gesamtgesellschaftlicher Ebene. Erst im Jänner hat die Europäische Kommission ihren „Green Deal“ auf den Weg gebracht, mit dem Endziel einer klimaneutralen Wirtschaft bis 2050. Wird dieser Pakt nun dem alten Wachstumspostulat geopfert, oder wird sich auch die Wirtschaft vom Grundprinzip der „alternativlosen“ BIP-Optimierung abwenden?

Dass selbst Deutschland keine Verschrottungsprämie für neue Autos mit Verbrennungsmotor bezahlen will, ist ein erstes Indiz dafür, dass Vieles nachher anders sein wird als vorher. Offensichtlich werden – zuvor schon bestehende – Trends verstärkt. Das gilt aller Voraussicht nach auch für die Bankenbranche. Die Kunden und die Institute hatten jetzt drei Monate Zeit, sich intensiv mit digitalen Formen des Geschäfts auseinanderzusetzen. Man hat sich an neue Arten der Kommunikation, intensivere Nutzung von Online Banking und bargeldlose Transaktionen gewohnt. Das gilt auch für jene Kunden, für die das vor Corona keine Option war. Die digitale Kompetenz hat sich in den letzten Monaten erzwungenermaßen verbessert.

Davon wird vieles auch nach der Krise bleiben. Mit der Konsequenz, dass sich der Abbau von Filialen beschleunigen wird. Ebenso werden sich die Aufgaben der physischen Präsenz noch schneller wandeln: von der alten Transaktionsniederlassung zum High-End-Beratungszentrum mit hoher Marketingrelevanz.

Banken müssen diese Beschleunigung erkennen und entsprechend reagieren. Die Digitalisierung wird einen enormen Schub bekommen. Das oftmalige Herumlavieren der Vergangenheit – in punkto Transformation des Geschäfts – muss einer eindeutigen Strategie Platz machen. Das Thema hat mehr Bedeutung denn je. Diese Krise beschleunigt Veränderungsprozesse.