



Interview

Banking von morgen!

Jan Priester-Wolf, Head of Transformation Services bei CRIFBÜRGEL, steht Rede und Antwort zum Thema Digitalisierung im Bankensektor.

Banking von morgen!

Jan Priester-Wolf, Head of Transformation Services bei CRIFBÜRGEL, steht Rede und Antwort zum Thema Digitalisierung im Bankensektor



Jan Priester-Wolf

Head of Transformation
Services DACH

Jan Priester-Wolf ist Diplom-Wirtschaftsingenieur und verantwortet bei CRIFBÜRGEL den Transformation Services Bereich für Deutschland, Österreich, die Schweiz und Polen.

Transformation Services ist die Unternehmensberatungseinheit von CRIFBÜRGEL und ist auf Beratungsthemen entlang des gesamten Kreditlebenszyklus spezialisiert.

Herr Priester-Wolf hat 20 Jahre internationale Erfahrungen aus führenden Management-Positionen bei Barclaycard, Euler Hermes (Allianz Gruppe), EOS (Otto Gruppe), Jil Sander (Prada Gruppe) sowie bei Unternehmensberatungen im Finanzdienstleistungsbereich.

In den vergangenen Jahren hat er sich auf Themen wie Transformationsprozesse im Rahmen der Digitalisierung, Omni-Channel Lösungen, Neudefinitionen der Customer Journeys sowie die Implementierung von Prozessautomatisierungen und Auswirkungen der Einführung der neuen EU-Datenschutzverordnung (DSGVO) fokussiert.

Redaktion: „Welchen Herausforderungen stehen Banken und Finanzdienstleister in Deutschland gegenüber?“

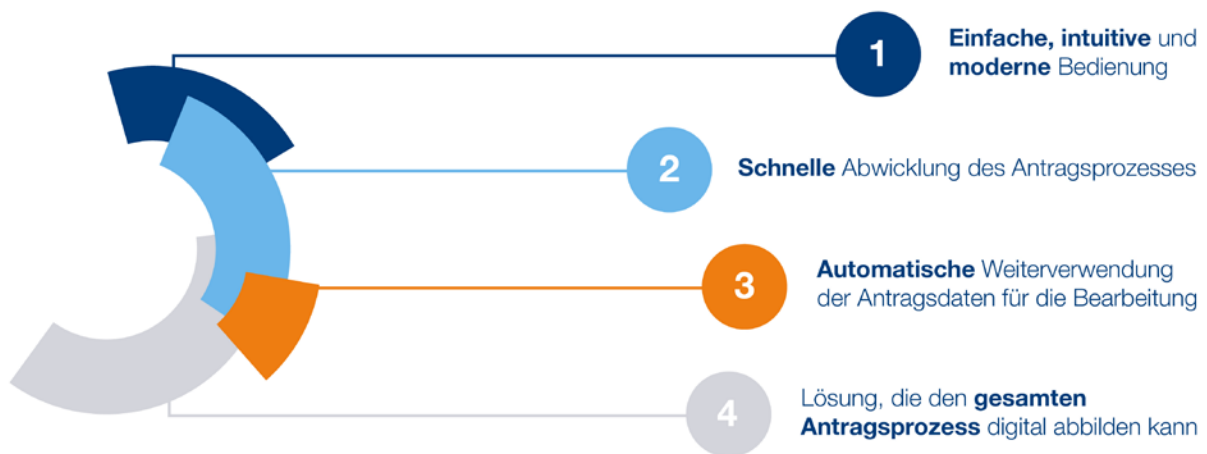
Jan Priester-Wolf: „Der Megatrend Digitalisierung bedeutet nicht nur für den deutschen Markt, sondern weltweit, einen tiefen Einschnitt in etablierte Prozesse: Bestehende Geschäftsmodelle werden bald überholt sein, wenn sie sich nicht rasch an die neuen Marktbedürfnisse und an das sich schnell ändernde Verbraucherverhalten anpassen. Kunden erwarten heutzutage von ihrer Bank und/oder ihrem Finanzdienstleister ein Einkaufs- und Serviceerlebnis auf dem Niveau der amerikanischen Digitalkonzerne Google, Apple, Facebook und Amazon (GAFA). Für zukunftsfähige Geschäftsmodelle sind Daten von zentraler Bedeutung: Von der Einbindung neuer Datenquellen bis zur effizienten und effektiven Nutzung bestehender Daten in allen Bankprozessen.“

Bei der digitalen Transformation geht es nicht nur darum, veraltete Systeminfrastrukturen zu überwinden. Sie erfordert vielmehr einen systematischen Wandel der Kultur, des Führungsverhaltens, der Unterstützung von Mitarbeitern und Führungskräften und ihrer Fähigkeit, Veränderungen voranzutreiben.“

Redaktion: „Und? Wie ist der aktuelle Stand?“

Jan Priester-Wolf: „Zunächst einmal modernisiert die Branche ihre Infrastruktur, um die neuen Technologien zu nutzen. Als Reaktion auf neue Marktbedürfnisse bereiten sich die Akteure auf neue Produkte und Lösungen vor, um den Bedürfnissen der New-Age-Millennials gerecht zu werden (Kredite über App; Mobile Payment, etc.). Geprägt durch ihre GAFA-Erfahrungen haben diese Kunden eine hohe Erwartung in Bezug auf Einfachheit, Erreichbarkeit, Steuerung und Personalisierung der Dienstleistungen. Um dieser gerecht zu werden, muss die gesamte Wertschöpfungskette kundenorientiert aufgebaut sein - Schlagwort „customer centricity“.

Abbildung: Nutzen der digitalen Conversion



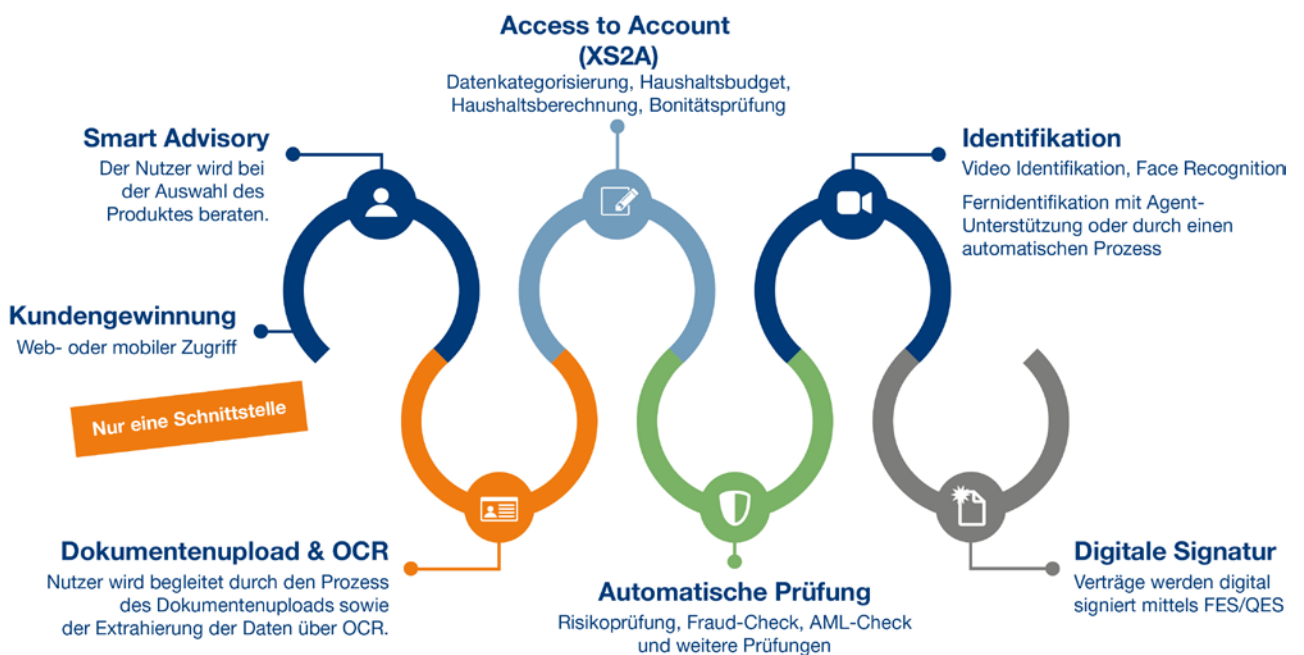
Dabei sind die richtigen Customer Insights das Schlüsselement, um das Upselling-Potenzial solcher – bestehender und potenzieller – Kunden zu kennen und um alternative Methoden zur Neukundengewinnung zu entwickeln. Alternative Datenquellen, relevante Algorithmen/Analyseverfahren, Kommunikations- und Suchwerkzeuge spielen eine entscheidende Rolle.“

Redaktion: „Was sind die Treiber für die disruptiven Veränderungen im Kreditgeschäft?“

Jan Priester-Wolf: „Disruption resultiert etwa aus Technologien wie Block Chain, Machine Learning oder Internet of Things (IoT). Meist sind es FinTechs, die den Wandel anführen und damit die traditionellen Akteure in Zugzwang bringen. Derzeit können wir diese Entwicklung im Einzelhandel sehen, wo die Marktteilnehmer ihre Dienstleistungen erweitern, um direkten Zugang zu den Kunden zu erhalten und Einblicke in die Kundenbedürfnisse zu gewinnen (etwa Bedürfnisse im Zusammenhang mit E-Commerce-, Telco-, oder Versorgungsangeboten).

Weitere Treiber sind PSD2, die EU-Regulierung, die einen einzigartigen Kreditmarkt auf europäischer Ebene schafft, oder das bundesdeutsche Recht, das die Videoidentifikation und die qualifizierte elektronische Signatur (QES) für das Onboarding von Kunden legitimiert und akzeptiert. Nutzer sind heutzutage immer öfter bereit, eigene Daten zur Verfügung zu stellen, wenn sie einen Kredit beantragen, Produkte oder Services einkaufen, um von besseren Konditionen und Sofort-Entscheidungen zu profitieren. Die Normalität ist nicht mehr B2B und / oder B2C: Die Neuheit lautet B2B2C.“

Abbildung: Digitaler Kreditantragsprozess



Redaktion: „Welche Trends sehen Sie noch in der kreditgebenden Finanzindustrie in Deutschland?“

Jan Priester-Wolf: „Wir haben vier Trends identifiziert, die sich weiterentwickeln und in der gesamten Kreditwirtschaft sichtbar sind:

- **Disruptive Digital Play:** neue Wege zur effektiven und effizienten Marktbearbeitung durch ein verbessertes Kundenerlebnis
- **Bessere Kundenbindung:** Entwicklung von Dienstleistungen, die den spezifischen Kundenbedürfnissen genau und zeitnah entsprechen
- **Beschleunigung von Workflows durch Ablösung von Finanzintermediären:** höhere Ansprüche an Vertriebspartner und Hersteller, branchenübergreifende Wertschöpfungsketten neu zu gestalten
- **Technologie wird zum direkten Geschäftsmodell:** Zusätzlich zur traditionellen Rolle als Enabler bietet die Technologie nun Geschwindigkeit und Skalierbarkeit, um auch in bisher nicht erschlossenen Bereichen eine Wertschöpfung zu ermöglichen.

Diese globalen Trends sind in vollem Gange und zwingen Akteure innerhalb und außerhalb des Finanzsektors, ihre Strategien zu prüfen und Prozesse so zu gestalten, dass sie Wertschöpfung bewirken.“

Redaktion: „Wie kann CRIFBÜRGE L Transformation Services Banken und Finanzdienstleister unterstützen, diesen Herausforderungen zu begegnen?“

Jan Priester-Wolf: „Transformation Services bringt Banken und Finanzdienstleistern weltweite Best Practices-Ansätze näher und unterstützt sie bei der Implementierung in ihre eigenen Strukturen. Gemeinsam mit den Kunden prüfen wir Geschäftsmodelle, Abläufe, Strategien und Richtlinien über den gesamten Kundenlebenszyklus hinweg. Wir entwickeln analytische Geschäfts- und Betriebsmodelle mit dem Ziel, Risiken frühzeitig zu erkennen.

Kenntnisse über die digitale Transformation sind für jeden Marktteilnehmer ein Muss, um wettbewerbsfähig zu bleiben – wir können sie liefern. Damit können unsere Kunden Mehr-

wert generieren und Services verbessern, um die Zufriedenheit und Bindung der Endkunden sowohl in der digitalen Welt, im direkten Kontakt, als auch im Back Office, zu erhöhen. Unsere Rolle als Account Information Service Provider (AISP) mit Passporting-Lizenz auf europäischer Ebene kommt uns dabei zugute. Wir stützen uns dabei sowohl auf Komponenten CRIFBÜRGE L-eigener Lösungen als auch von Drittanbietern.“

Redaktion: „Welches Konzept steckt hinter Transformation Services? Warum heißt es nicht Unternehmens- oder Management-Beratung?“

Jan Priester-Wolf: „Traditionelle Projekte der Management-Beratung liefern als Ergebnis oft nur eine Reihe von Empfehlungen. Umsetzung und Verantwortung für eine kontinuierliche Performance sind nicht Bestandteil des Projekts. Bei der Umsetzung verlieren die Banken Zeit bei der Suche nach den richtigen Partnern, die mit ihrer Lösung oder Dienstleistung etwa folgende Bereiche abdecken können: Definition von Data Requirements, Erschließen neuer Datenquellen, Analytics, Softwarelösungen, Beratungskompetenz, Lösungsintegration und so weiter.“

CRIFBÜRGE L begleitet den Kunden über den Standardansatz der Management-Beratung hinaus über den gesamten Transformationsprozess hinweg und zeichnet für das Ergebnis und die kontinuierliche Performance über die folgenden Phasen verantwortlich: Beratung, Planung, Konzeption, Entwicklung, Implementierung, Überwachung und kontinuierliche Verbesserung der Lösung. Zu unserem Ansatz gehört die enge Zusammenarbeit mit den Mitgliedern des Teams und deren Coaching zu den neu konzipierten, optimierten Prozessen und Strategien. Unsere Erfahrung und Kompetenz erstreckt sich auf datengestützte Projekte mit über 500 Finanzkunden weltweit.

Zusammengefasst: Management-Beratung lässt sich vergleichen mit einem Architekten, der den Entwurf des Traumhauses vorbereitet. Unsere Transformation Services entwerfen das Haus nicht nur, sondern bauen es gemeinsam mit dem Kunden, sodass dessen Visionen in die Realität umgesetzt werden können.“

Redaktion: „Vielen Dank für das Interview!“



CRIFBÜRGEL ist in Deutschland einer der führenden Informationsdienstleister und bietet Lösungen für Identifikation, Bonitätsprüfung, Kreditrisiko- und Adressmanagement, Betrugsprävention und Digitalisierung für Finanzinstitute und Unternehmen.

Das Unternehmen gehört zur weltweit tätigen CRIF Gruppe mit Hauptsitz in Bologna, Italien. Das Netzwerk ist heute mit rund 4.700 Experten und 70 Unternehmen in 30+ Ländern auf vier Kontinenten für über 6.300 Finanzinstitute und 55.000 gewerbliche Kunden tätig.

CRIF Bürgel GmbH
Leopoldstraße 244
80807 München, Deutschland
Phone: +49 40 89803-0
Fax: +49 40 89803-777/778
E-mail: info@crifbuergel.de
www.crifbuergel.de