

Führt die Digitalisierung zur  
beraterlosen Bank?

Die Sicht der  
Raiffeisenlandesbank  
Oberösterreich







## Telemedizin Indien.

Ferndiagnose und professionelle Behandlung auch in entfernten Regionen.



Remote clinic staff enters patients' demographics, illness details and uploads existing medical reports

Assigned doctor reviews the patient details and performs consultation with the patient using in-app video session

Doctor provides diagnosis and uploads the prescription via the app

# Geschäftsmodell in einem herausfordernden Umfeld

## verändertes Kundenverhalten in kurzer Zeit

- 7 Mio. Internet-Nutzer mit 30 Std./Monat Online-Zeit
- 88% Smartphone- & 54% Tabletbesitz
- 49% Online-Banking-Durchdringung in AUT
- 54% Online-Käufer in Österreich
- 30%-50% weniger Filialbesuche in den nächsten 5 J.
- weltweit 100x mehr Kundenkontakte in Digitalkanälen als in Filialen
- weltweit 60% Produkt-Abschlüsse digital erwartet.

### Markt-Geschwindigkeit:

Wie lange dauert es, 50 Millionen Kunden für ein neues Angebot zu gewinnen?

- Radio: 38 Jahre
- TV: 13 Jahre
- Internet: 4 Jahre
- Google: 88 Tage

## Regulatorik

- MIFID
- BASEL III
- etc.

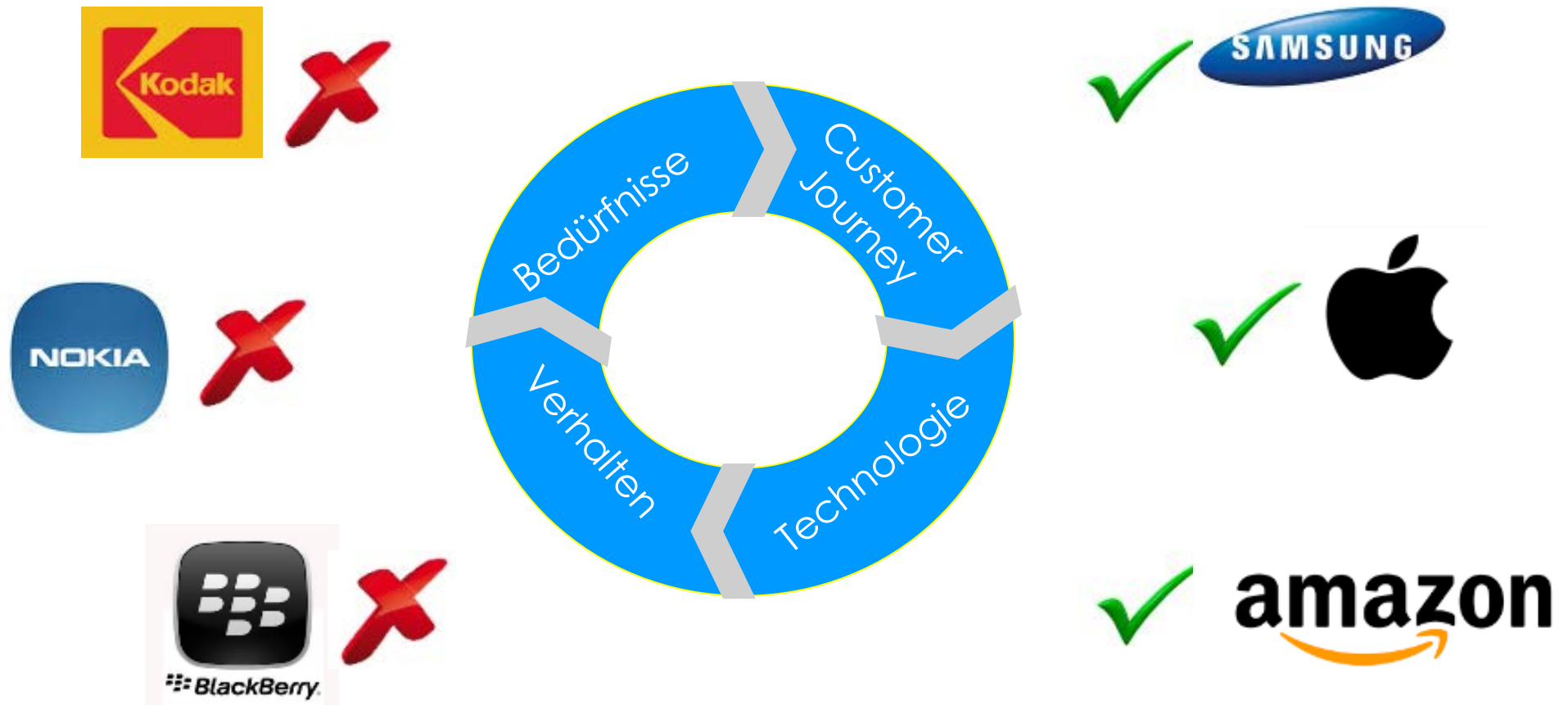
## neue Anbieter



## Ersatzprodukte



# Marktführerschaft ist keine Garantie für nachhaltigen Wettbewerb!



Unternehmen, die sich mit **veränderten Kundenbedürfnissen** und **Konsumentenverhalten** sowie dem **technologischem Wandel** mitentwickeln, können sich am Markt langfristig behaupten

# Digitalisierung ist realer Teil im Leben unserer Kunden in Österreich



**62 %**

nutzen Online oder Mobile Banking, 40 Mal pro Jahr

**22 %**

nutzen eine Banken App, auch 15 % der über 50-jährigen

**22 %**

nutzen Online-Bezahldienste wie PayPal

**18 %**

haben Potenzial für Online-Abschluss Finanzprodukte

Gestern habe ich mein neues Auto online konfiguriert. Das hat Spaß gemacht. Warum geht das nicht mit meinem Wertpapierdepot?

Ich möchte meine Bank auch am Abend anrufen können. Tagsüber habe ich oft keine Zeit dazu.

Mein Handy ist mein ständiger Wegbegleiter. Ich möchte damit auch alle Bankgeschäfte einfach abwickeln können.

Ich kaufe regelmäßig übers Internet ein. Warum nicht auch Finanzprodukte?



Quelle Daten: Austrian Internet Monitor Banken, Integral 2016

# Europaweit sind Kunden noch viel weiter



**82 %**

vertrauen ihrer derzeitigen Bank, aber ...

**12 %**

... nur sehen ihre Bank als voll und ganz innovativ an

**54 %**

würden keine traditionelle Bank mehr wählen (sondern z.B. reine Online Bank)

**33 %**

würden die Bank wechseln für Zugang zu aktuellster Technologie

- Banken haben Vertrauenskrise überwunden, sind aber zu wenig dynamisch
- Kunden sind bereit digitale Angebote anzunehmen, Loyalität könnte erodieren
- Nicht-Banken wie Google und Apple, aber auch Banken mit Digital-Fokus finden einen veränderungsbereiten Markt vor



**57 %**

sind an Bank-Dienstleistungen von Web 2.0 Unternehmen oder Mobiltelefon-Anbietern interessiert

**81 %**

würden persönliche Informationen preisgeben für verbesserte Dienstleistungen oder Konditionen

Quelle: sopra banking, 2015, 5.000 Personen zwischen 18 und 75 Jahre, in 6 EU-Ländern (Frankreich, Großbritannien, Deutschland, Spanien, Belgien, Niederlande)



# Daher müssen wir uns jetzt gemeinsam darauf einstellen und handeln



Digitalisierung verändert das Geschäftsmodell: Payment, Sparen, Wertpapier, Finanzierung, ...

Digitalisierung bringt neue Marktchancen und mehr Effizienz

Digitale Angebote sind meist unter einheitlichen Marken bzw. Plattformen zu finden (z.B. Amazon Marketplace)

Time-to-Market sinkt rapide, Herausforderung für Bankensteuerung

Nutzung digitaler Angebote steigt, auch in ländlichen Regionen und bei Älteren

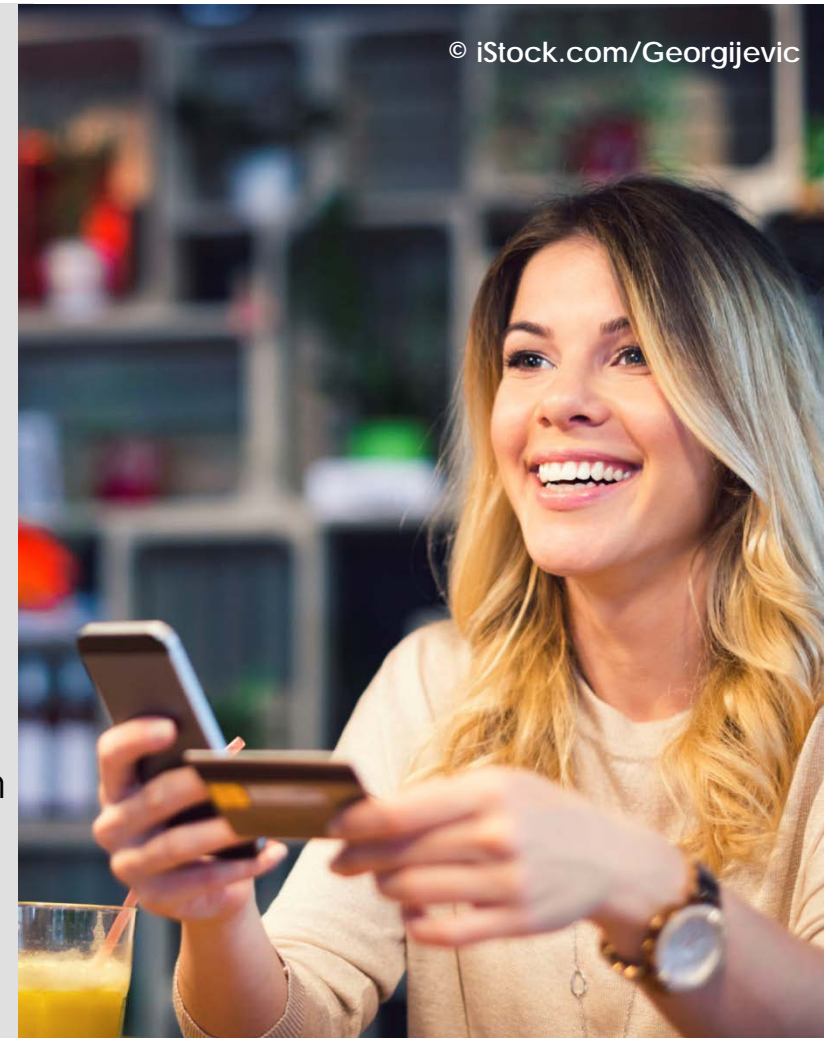
Druck von allen Seiten: Bestehende und neue Mitbewerber



# Millenials: Die Generation, die Banking verändern wird

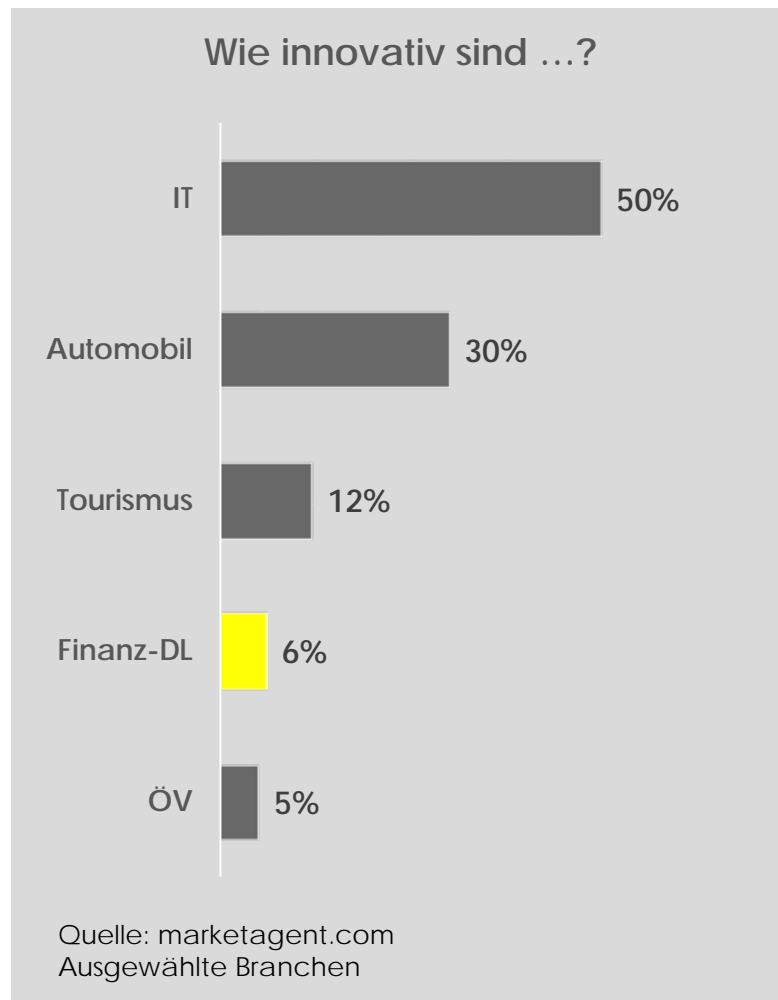


- 73% finden es interessant, neue Finanzprodukte von einer Technologiefirma wie Google, Amazon, Apple oder Paypal zu beziehen.
- 70 % denken, dass in 5 Jahren sich die Art wie wir zahlen komplett verändert hat
- 68 % denken, dass in 5 Jahren, die Art wie wir an unser Geld kommen, ganz anders sein wird
- 53 % denken nicht, dass ihre Bank etwas anderes offeriert als eine andere Bank
- 49 % zählen darauf, dass Tech Start-Up's das Bankensystem verändern werden
- 33 % glauben daran, keine Bank zu brauchen und sie sind offen, ihre Bank in den nächsten Tagen zu wechseln



Anmerkung: Generation geboren 1981 – 2000  
Quelle: Boston Consulting Group 2016 MDI (Millennial Disruption Index)

# Finanz-Dienstleistungsunternehmen gelten als wenig innovativ



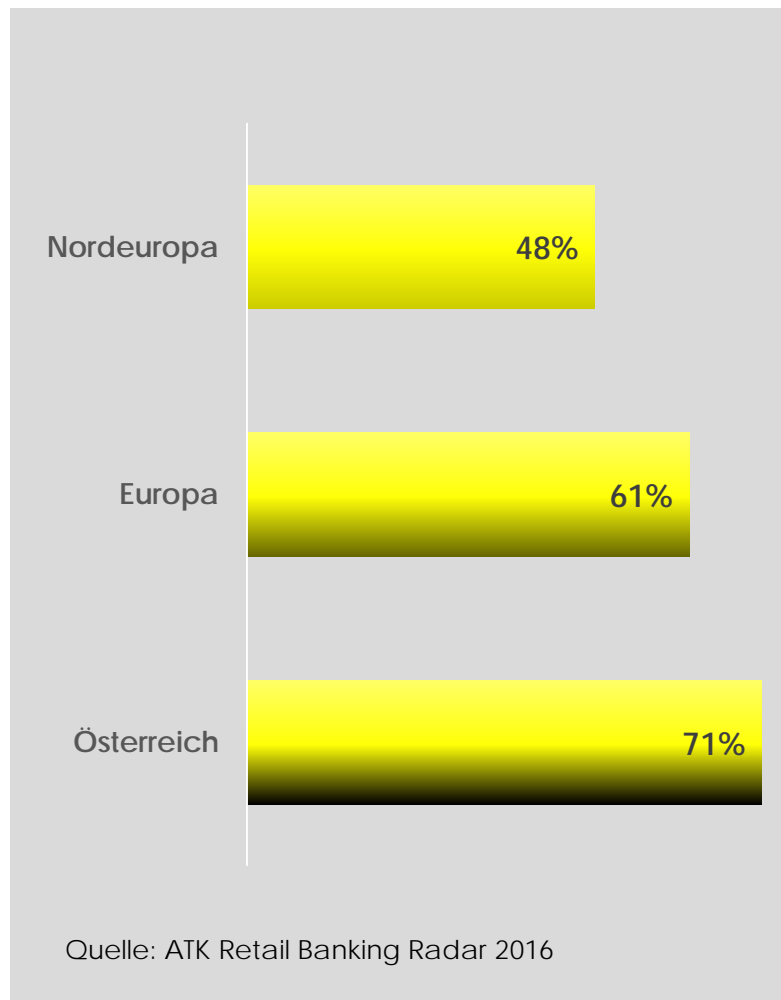
- Aus Sicht der österreichischen Bevölkerung gelten Finanz-Dienstleistungsunternehmen als wenig innovativ (marketagent.com, 2014, n = 1003)
- Spitzenreiter sind IT- und Automobilindustrie
- Das ist kein objektiver Befund, aber eine Wahrnehmung der eigenen Kundinnen und Kunden
- Innovation steht in engem Zusammenhang mit Kompetenz zur Problemlösung. Den Finanzunternehmen wird in dieser Beziehung somit wenig zugetraut

# Ertragsdruck bringt Veränderungsdruck

## Schwaches Cost-Income-Ratio (CIR)



Empfehlung: eigene  
CIR ergänzen



- Österreichische Banken haben nach wie vor unterdurchschnittliches CIR: 71 % im Vergleich zu 61 % im Europa-Durchschnitt (24 Länder; Erhebung und Berechnung AT Kearney)
- Auch im gehobenen Privatkundenbereich

# App-Nutzung nach Bildungsgrad, Beruf und Einkommen



## Austrian Internet Monitor 2016

höhere Bildung und Einkommen führt zu einer deutlich gesteigerten Bekanntheit und Nutzung von Apps im Allgemeinen und Banken Apps im Besonderen

<i>Angaben in %</i>	Nutzen Smart-phone/Tablet	Nutzen Apps generell		Kennen Banken Apps	Nutzen Banken Apps
<b>Gesamt</b>	72	63		47	23
<b>Geschlecht</b>					
<b>Bildung</b>					
Ohne Matura	65	55		43	22
Mit Matura	92	85		58	25
<b>Einkommen</b>					
Bis 2.000€	59	46		32	13
Über 2.000€	83	78		60	31

## LGT/Prof. Cocca Private Banking Report 2016

Abbildung 32: Nutzung Online-Banking (Ländervergleich)

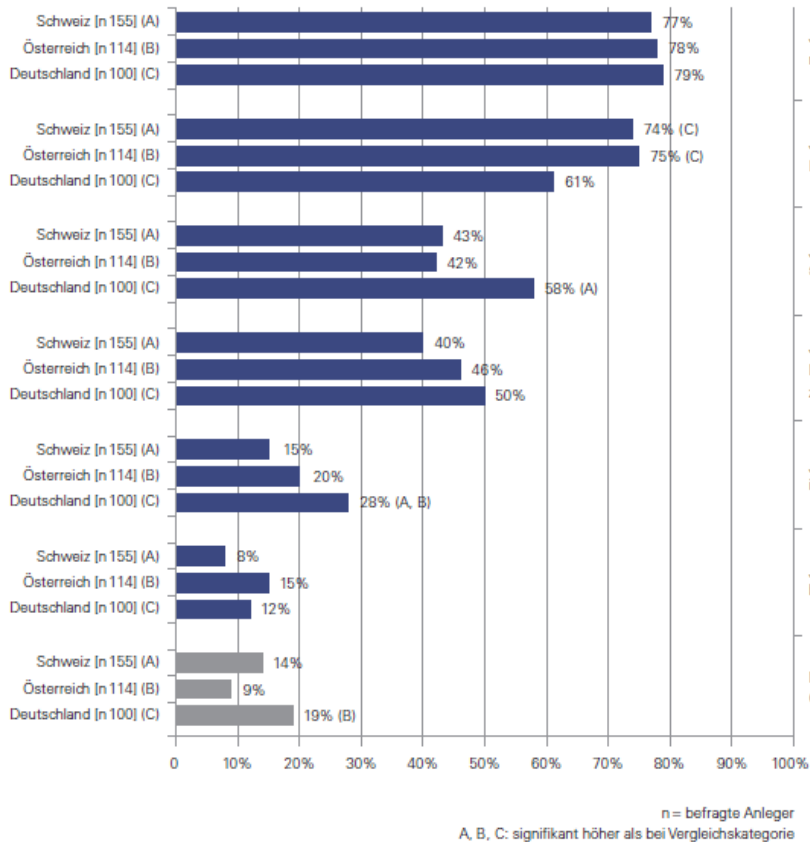
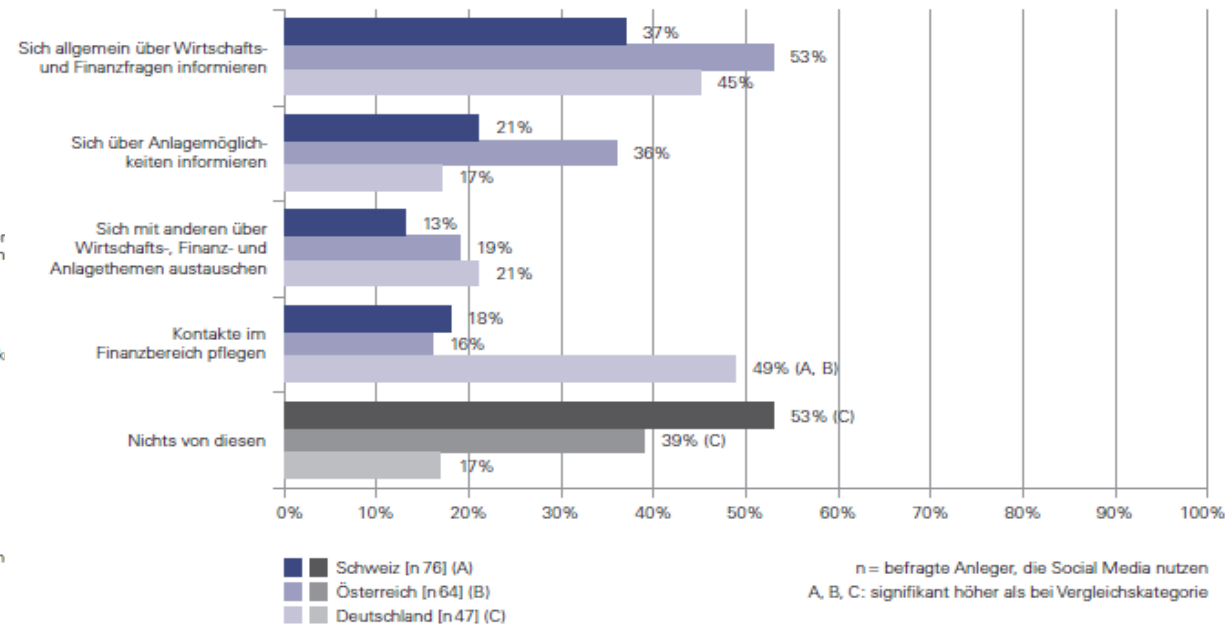


Abbildung 36: Nutzung von Social Media für Finanzthemen (Ländervergleich)



# Vermögende Privatkunden / Digitalisierung



## LGT/Prof. Cocca Private Banking Report 2016

Abbildung 30: Relevanz des Technikeinsatzes (Ländervergleich)

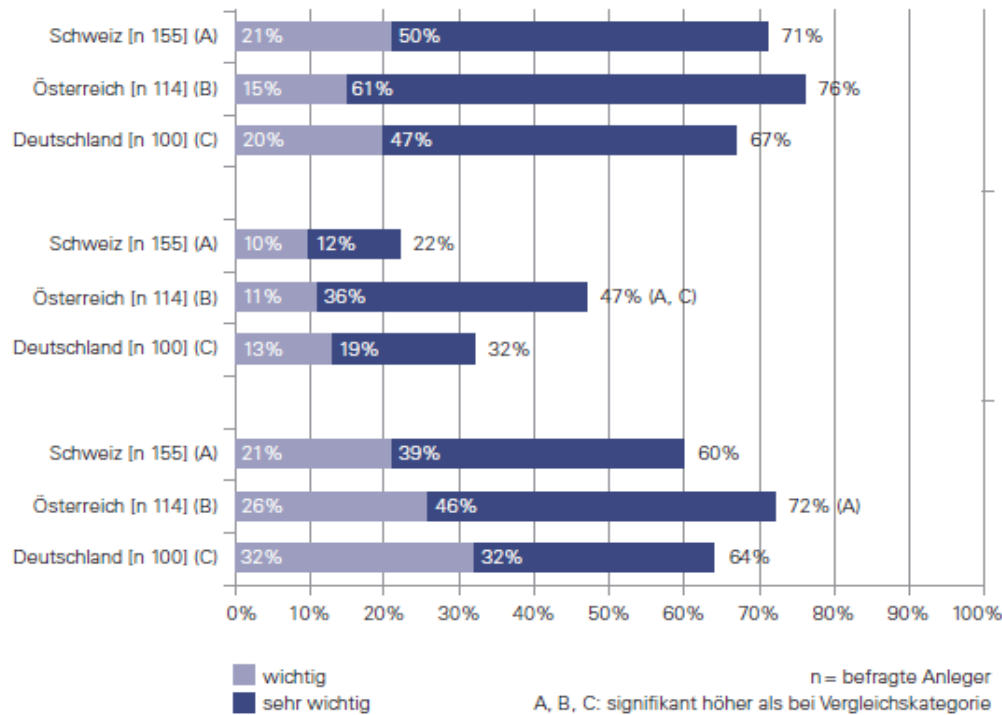
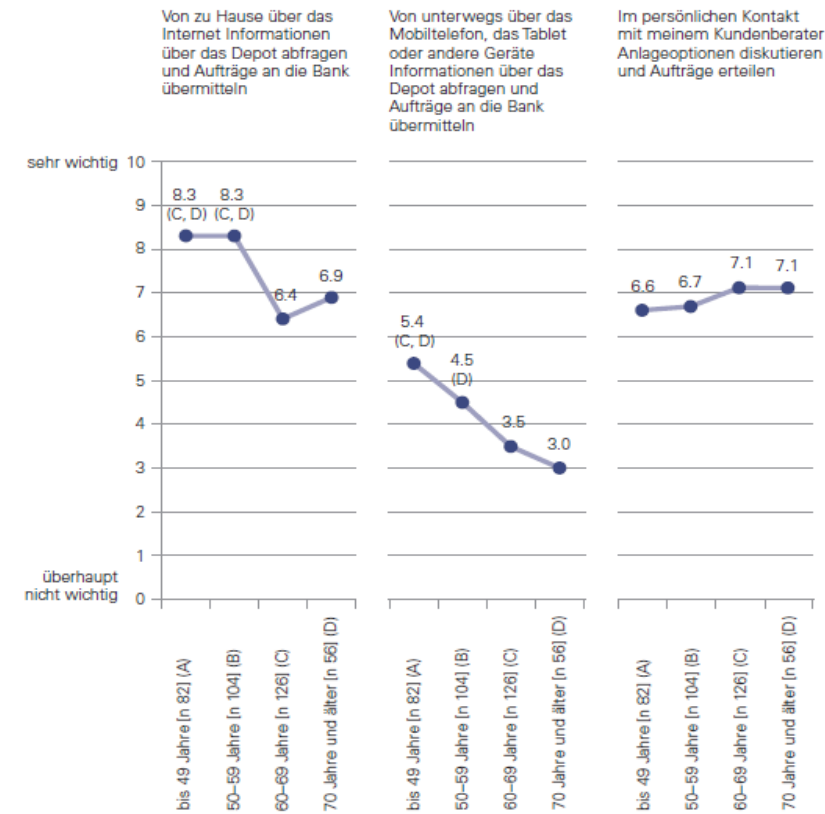


Abbildung 31: Relevanz des Technikeinsatzes (Altersvergleich)



n = befragte Anleger aus der Schweiz, Österreich und Deutschland  
A, B, C, D: signifikant höher als bei Vergleichskategorie

Was heißt es GANZ PERSÖNLICH & REGIONAL NAH AM KUNDEN zu sein, in einem veränderten Marktumfeld mit neuen Rahmenbedingungen?





# Um Digital Banking zu ermöglichen, müssen Mythen widerlegt werden



## Mythos ...

*'Die Filiale ist tot, durch die Digitalisierung werden persönliche Kontakte teilweise oder ganz verschwinden'*

*'Bei der Digitalisierung geht es um den Aufbau eines modernen Frontends bzw. einer Online-Bank'*

*'Bei der Digitalisierung geht es um die Optimierung von Prozessen'*

## ... Realität

### "Die Digitalisierung braucht den Menschen"

- Durch die Digitalisierung **steigt die Zahl der Interaktionen**, Filialen spezialisieren sich auf Interaktionen von hoher Qualität
- Die Mehrzahl der Kunden präferiert einen **Mix aus persönlichen und digitalen Kontakten**, die auch über Remote-Kanäle stattfinden können (Video, Chat etc.)

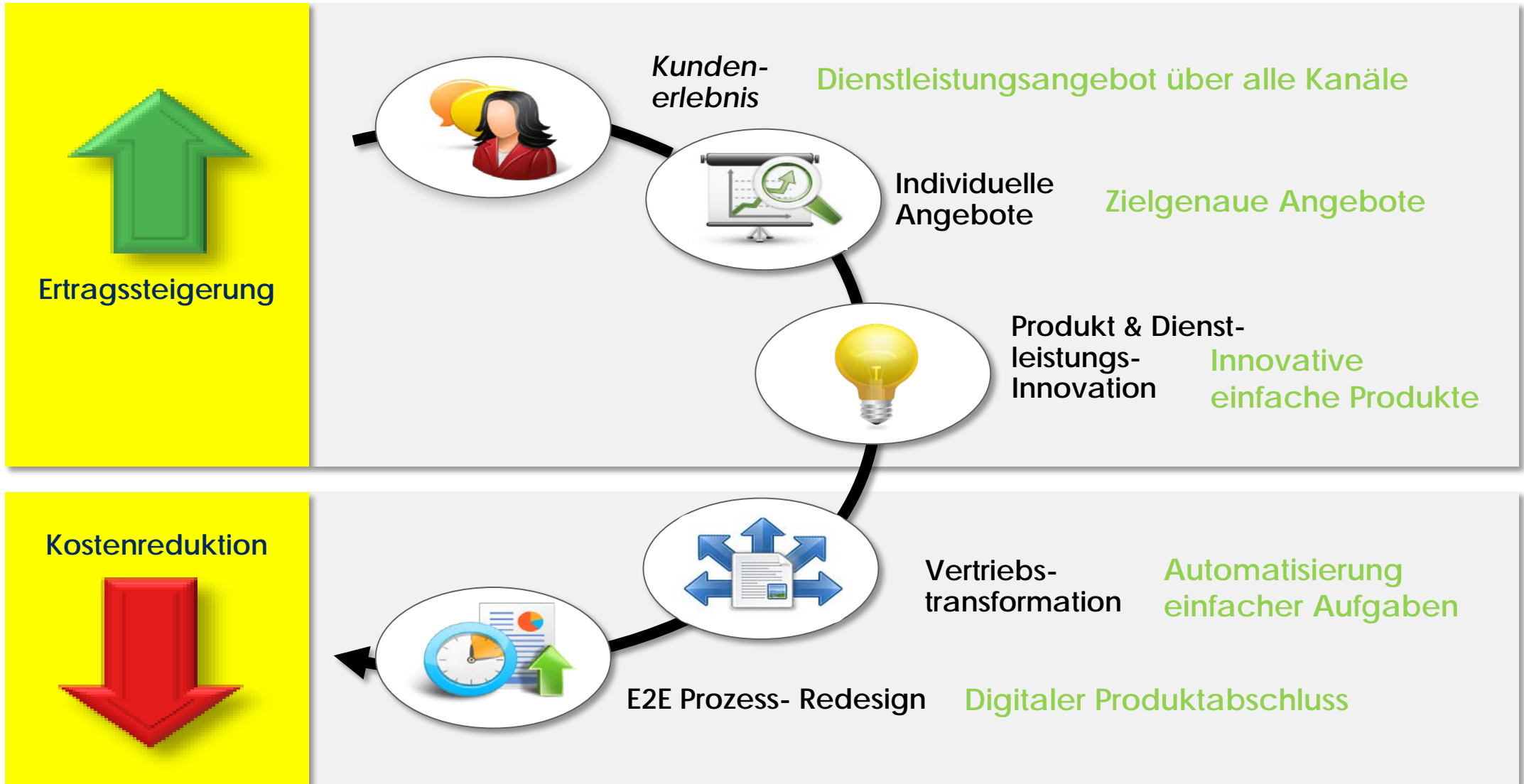
### "Die Digitalisierung muss in das traditionelle Geschäft integriert werden"

- Die Vermittlung einer Amazon-ähnlichen Erfahrung erfordert die **Erfüllung wichtiger Kundenerwartungen** und eine umfassende Neudefinition digitaler Prozesse
- Es geht darum, vorhandene Daten zu nutzen, um Kunden eine **individuelle Erfahrung** zu vermitteln

### "Bei Digitalisierung geht es um Kundenerfahrung"

- Effizienz ist zwar ein wesentlicher Vorteil der Digitalisierung, es geht jedoch darum, **Kunden** optimal in Bezug auf Geschwindigkeit, Zugang zu Know-how etc. zu bedienen
- Studien belegen, dass für Kunden **einfache Features** wie exzellente Lieferung u. intuitiver Zugang am wichtigsten sind

# Multikanal-Integration hat positive Auswirkungen auf Kosten und Ertrag!



# Vision 2020 – alle Kanäle sind vernetzt



Kontoeröffnung über Smartphone, Authentifizierung über Videocall

Kunde findet auf der Website ein 360° Angebot – zum Beispiel für den geplanten Hauskauf

Wenige Minuten später startet Kunde Mobile-App



In der Bankstelle wird der Kunde zu Hauskauf beraten, inkl. Experte per Video-Konferenz

Bankberater berät Kunden für sein künftiges Wertpapier-Depot mit Hilfe einer Tablet-App. Der Kunde kann die Empfehlungen zu Hause überdenken und ergänzen

Vor einem Handygeschäft (Raiffeisen-Kunde) wird dem Kunden über die Raiffeisen Mobile-App ein lokations-abhängiger Gutschein übermittelt

Beispielhafte Use Cases!



Banken sind ortsunabhängig immer erreichbar.



Banken bieten relevante Informationen.



Das Angebot muss individualisiert und begeisternd sein.








„smart data“ bietet die Möglichkeit für neue und individualisierte Services.

**500 digitale Kundenkontakte – 1 persönlicher Kundenkontakt**

## Kernaspekt der Digitalisierung

- Steigerung der Kundenzufriedenheit / des Kundennutzen
  - Zeit- und Kosteneffizienz

-  Persönliche Beratung ist auch künftig der Kern unseres Angebots - aber der Kunde entscheidet wann und wie er mit uns in Kontakt tritt.
-  Wir sind über alle Kanäle für unsere Kunden da. Jeder Kunde erhält künftig alle wichtigen Produkte und Leistungen in jedem Kanal.
-  Kunde und Berater nutzen die gleichen Applikationen. Wir haben eine echte Kunden-IT, in der alle Kanäle miteinander vernetzt sind.
-  Es wird weiter Bankstellen als regionales Kompetenzzentrum geben, um die persönliche Nähe für Privatkunden und regionale Unternehmer zu sichern.
-  Regionalität und Kompetenz vor Ort sind auch in Zukunft unser zentraler USP.

# Beratung als zentrales Differenzierungsmerkmal



## Beratung als USP

- Beratung wird von Kunden geschätzt und als Differenzierungsmerkmal z.B. gegenüber Direktbanken und Vergleichsportalen wahrgenommen
- Die Raiffeisen-Beratung stellt einen Kernbestandteil des Angebots und Leistungsversprechens der Raiffeisenbank dar – Beratungserlebnis für Kunden als USP gegenüber Wettbewerbern

## Mehrwert für Kunden durch Qualität

- Die Raiffeisen-Beratung geht auf die Kundenbedürfnisse ein, ordnet sie in den finanziellen Gesamtrahmen des Kunden ein und liefert für den Kunden die optimale Lösung – sie ist bundesweit auf einem einheitlich hohen Qualitätsniveau verfügbar
- Durch die Raiffeisen-Beratung entsteht ökonomischer Mehrwert für den Kunden, sie ist Eckpfeiler einer dauerhaften Kundenbeziehung

## Berater mit entscheidender Rolle

- Die Raiffeisen-Beratung wird von hochqualifizierten Beratern der Raiffeisenbank erbracht und sich dadurch vom Wettbewerb differenziert
- Berater fokussieren Ihre Tätigkeit auf die Raiffeisen-Beratung und sind verantwortlich für die effiziente Erbringung der Beratungsleistung für ihre Kunden

## Omnikanale Verfügbarkeit von Beratung

- Kunden können über verschiedene Zugangswege auf Service- und Beratungsleistungen zugreifen. In der Bankstelle wird die umfangreichste Beratung erbracht, da neben den Beratungsinhalten durch die persönliche Beziehung die Grundlage für dauerhafte Betreuung gelegt wird
- Aufgrund des Kundenverhaltens gewinnen digitale Kommunikationsformen für den Kontakt zwischen Kunde und Berater an Bedeutung

**Beratung wird als Leistung wahrnehmbar & vermarktbar**

# Beratung wird auch für innovative Finanzdienstleistungen immer wichtiger



Direktbanken eröffnen Filialen



Wien bekommt eine Bitcoin-Adresse

Die Digitalisierung braucht keine Hologramme, sondern altmodische Gespräche. "Wir haben das schon in unserem Grazer Büro gemerkt", sagt Tertinegg: "Das Wichtigste für die meisten Menschen ist es, Ansprechpartner zu haben."

Im House of Nakamoto wird es Veranstaltungen geben. Und Partys. Und natürlich auch einen Bitcoin-Bankomaten, an denen man die Dinger gegen Cash kaufen kann - und verkaufen. "Aber vor allem geht es darum, präsent zu sein. Damit interessierte Menschen jemanden haben, mit dem sie über Bitcoin reden können. Der ihnen Fragen beantwortet: Was ist das? Was kann das?"

SAMSTAG, 11. FEBRUAR 2017 Die Presse SAMSTAG, 11. FEBRUAR 2017 FINANZ

## Wien bekommt eine Bitcoin-Adresse

**Digitalisierung.** Auf der Wiener Mariahilfer Straße gibt es jetzt ein Bitcoin-Zentrum. Die digitale Währung wird immer präsenter.

Die Zukunft ist digital. Das wissen wir. Von unzähligen Experten, von Regierungsinitiativen und Podiumsdiskussionen. Aber was bedeutet das konkret? Vor allem, wenn es um Geld Dinge geht. Einer dieser Experten meinte unlängst, dass wir in der Zukunft keine Bankbeamten mehr brauchen würden. Ein Hologramm würde es auch tun.

Die Realität sieht freilich anders aus. Gerade in Österreich, wo analoges Geld (sprich Bargeld) immer noch extrem beliebt ist. Wer hierzulande in Sachen digitaler



**WERTSACHEN**

VON NIKOLAUS JILCH

Währungen etwas bewegen will, kann sich nicht auf Hologramme verlassen. Niemand weiß das besser als Max Tertinegg. Der Grazer Informationsdesigner und Musiker hat schon 2011 einen Song über Bitcoin auf YouTube veröffentlicht. „Damals war ein Bitcoin nur ein paar Euro wert. Ich hab auch etliche geschenkt bekommen von Fans des Songs. Die sind natürlich längst wieder weg“, sagt Tertinegg. Inzwischen betreibt Tertinegg mit seiner Firma Coinfinity und seinem deutschen Partner Bit-Trust ein Bitcoin-Informationszentrum mitten in Wien. Das House of Nakamoto, benannt nach Satoshi Nakamoto, dem mysteriösen Erfinder von Bitcoin. Die Adresse kann sich selten lassen: Mariahilfer Straße 49. Mitten auf der Shoppingmeile.

Bitcoin, das ist diese Internetwährung. Geld aus dem Computer. Den allermeisten Menschen ist Bitcoin ein Rätsel. Und nicht nur ihnen. Die Zentralbanken und Aufsichtsbehörden arbeiten sich weltweit an Bitcoin ab. Die einen wollen die Technologie dahinter, die sogenannte Blockchain, für ihre Zwecke nutzen. Die anderen wollen Bitcoin einfach verbieten. Das stellt sich aber als schwierig bis unmöglich heraus. Denn Bitcoin ist dezentral organisiert. Alle Unterbindungsversuche von staatlicher Seite sind bisher gescheitert. Währenddessen wächst Bitcoin in der Popularität. Und im Preis. Vor einem Jahr konnte man sie noch für 330 Euro kaufen. Seitdem sind sie um ein Vielfaches gestiegen.

Die österreichische Regierung hat Bitcoin in ihrer Digital Roadmap kürzlich sogar als „Meilenstein der Digitalisierung“ bezeichnet. Auch die Blockchain wird von offizieller Seite beleuchtet:

„Eine Blockchain ist ein dezentrales Protokoll, das dauerhaft und unveränderbar definierte Transaktionen zwischen zwei Parteien innerhalb eines Netzwerks erfasst. Dabei gibt es keinen Mittelsmann mehr, weil eine Blockchain öffentlich und weltweit für alle zugänglich ist. Sie gehört niemandem und ist durch diese Transparenz nahezu unmanipulierbar.“ Trotzdem: Bisher ist nur eine sehr kleine Gruppe von Menschen überhaupt mit Bitcoin oder der Blockchain in Berührung gekommen. Max Tertinegg und das Team im Wiener House of Nakamoto wollen das ändern. Seit gestern, Freitag, ist es offiziell eröffnet. Und es zeigt sich: Die Digitalisierung braucht keine Hologramme, sondern altmodische Gespräche. „Wir haben das schon in unserem Grazer Büro gemerkt“, sagt Tertinegg. „Das Wichtigste für die meisten Menschen ist es, Ansprechpartner zu haben.“

Im House of Nakamoto wird es Veranstaltungen geben. Und Partys. Und natürlich auch einen Bitcoin-Bankomaten, an denen man die Dinger gegen Cash kaufen kann - und verkaufen. „Aber vor allem geht es darum, präsent zu sein. Damit interessierte Menschen jemanden haben, mit dem sie über Bitcoin reden können. Der ihnen Fragen beantwortet: Was ist das? Was kann das?“

Diese zweite Frage ist freilich nicht einfach zu beantworten. Denn die Zukunft von Bitcoin ist tatsächlich offen. Was wir wissen: Das System ist so gebaut, dass bei 21 Millionen Coins Schluss ist. Dann werden keine neuen mehr erzeugt. Das Vorbild war, wie könnte es anders sein, das gute alte Gold. Aber was bedeutet das? Gold ist heute zu wertvoll, um als Zahlungsmittel eingesetzt zu werden. Bitcoin könnte das gleiche Schicksal ereilen. Heißt: Statt die städtischen Währungen zu ersetzen, könnte Bitcoin zu einer echten digitalen Wertanlage werden. Einfach deswegen, weil genügend Menschen es für wertvoll halten. Was Wunder, dass inzwischen auch erste Privatbanken das Thema für ihre betuchten Kunden ausleuchten. Die sind immer auf der Suche.

Aber! Bitcoin könnte sich auch morgen als Tulpenblase 2.0 herausstellen - und genau so schnell verschwinden, wie es aufgetaucht

A black tablet is shown at an angle against a bright yellow background. The screen of the tablet is also yellow and displays the text 'Regional, Digital, Überall.' in a bold, black, sans-serif font. The text is arranged in three lines, slanted to match the angle of the tablet. The tablet has a small circular camera lens on the right side.

**Regional,  
Digital,  
Überall.**