

# FIRMENKUNDENBANK

## neu fokussiert



network effects

emotion banking®  
ANALYTIK. BERATUNG. INNOVATIVES MARKETING.

### ZUKUNFT GESTALTEN

### WIR BENÖTIGEN EINEN PERSPEKTIVENWECHSEL

Für regional verankerte Banken ist das Firmenkundengeschäft eine der wichtigsten Säulen im Geschäftsmodell und häufig **DER zentrale Ertragsbringer**. Daher ist es erfreulich, dass viele Institute im deutschsprachigen Raum eine erfolgversprechende Ausgangssituation mit zufriedenen Firmenkunden aufweisen. Doch bei der **Loyalität der Kunden beginnt es zu bröckeln**. Mit fortschreitender Digitalisierung **ändern sich die Erwartungen der Firmenkunden**, die gefordert sind, das eigene Geschäft zu wandeln. Hieraus ergeben sich **neue Möglichkeiten zur Gestaltung einer sowohl digital wie auch physisch erlebbarer Beziehung** zwischen Bank und Firmenkunde im beiderseitigen Nutzen. Wer bei Firmenkunden punkten möchte, muss deren Dynamik mitgehen!

Unsere Infografik zeigt die wichtigsten Aspekte des Firmenkundengeschäftes. Aus unseren Analysen des **Omni Channel Monitors** zeigen wir, wie divergent der Anspruch der unterschiedlich großen Unternehmen an Ihre Bank ist. Und wir laden Sie ein mit uns die Zukunft neu zu gestalten. Mit dem **Perspektivenwechsel-Firmenkundenbank neu fokussiert** bieten wir Ihnen eine flächendeckende Kunden- & Mitarbeiterbefragung, deren Ergebnisse wir gemeinsam in einen für **Ihr Institut passenden Fahrplan für Ihre erfolgreiche Neu-Fokussierung** überführen. Wir sind tief überzeugt, dass bei all der Diskussion über Disruption & Innovation der Blick auf die **Kunden und die eigenen Stärken** nicht vergessen werden darf.



Dipl.Kfm. (FH) Sebastian Fischer  
Partner network effects group,  
GF network effects Austria



Dr. Christian Rauscher  
Geschäftsführender Gesellschafter  
emotion banking®

### NEUES SPIEL: FIRE, FIRE, FIRE

### WIR BENÖTIGEN EIN NEUES EMPFINDEN FÜR GESCHWINDIGKEIT

Bereits vor 15 Jahren hatte uns Tom Peters (einer der renommiertesten Managementvordenker) gewarnt, das neue Paradigma würde nicht mehr „Anlegen, Zielen, Feuer“ lauten, sondern „Feuer, Feuer, Feuer“. Mit allem was dazugehört ...

Heute wissen wir, er hatte recht. Wir umschreiben diese Erkenntnis mit dem Begriff der „Agilität“ die wir zunehmend fördern dürfen bzw. der Disruption die es zu erreichen gilt. Der Unterschied zwischen „sehr gut“ und „fintech“ liegt bei rund 100% mehr Umsatz pro Mitarbeiter und einer 100fachen Wachstumsgeschwindigkeit zu Gunsten letzterer!

Quelle: Geschäftsbericht JPMorgan 2018, Homepage Stripe, Aufruf 2019 sowie Validierung durch Wikipedia, Owl und Pressemeldungen

	J.P.Morgan	stripe
Kerngeschäft	Consumer & Community Banking, Commercial Banking, Investmentbanking, Private Wealth	Zahlungsverkehr, Fraud Detection, Payment Solutions
Umsatz	109 Mrd. USD	1,5 Mrd. USD
Mitarbeiter	256.000	2.000
Gründungsjahr	1871	2011
Umsatz pro MA	425 tsd. USD	750 tsd. USD
Entwicklung der AZ der Mitarbeiter (vergangene 2 Jahre)	+5%	+100%
Umsatzentwicklung (vergangene 2 Jahre)	+15%	+1.500%

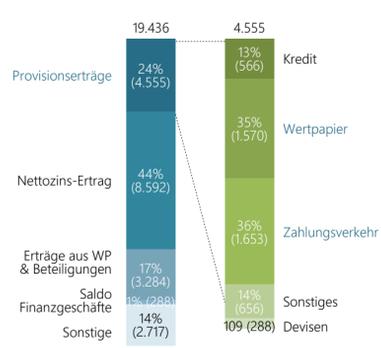
### HAND AUF'S HERZ

Wie steht es um **EFFIZIENZ, DYNAMIK und WACHSTUM** in Ihrer BANK?  
Wie stark können Sie im **FIRMENKUNDENGESCHÄFT** zulegen?

### WETTBEWERB UM PROVISIONSGESCHÄFT

### ERTRÄGE AUS WERTPAPIER UND ZAHLUNGSVERKEHR ZUNEHMEND UMKÄMPFT

Ertragsituation österreichischer Banken 2018 (in EUR Mio)



Knapp **ein Viertel des Betriebsertrages** österreichischer Banken wird durch Provisionen erzielt  
Hiervon entfallen **>70% auf Wertpapier & Zahlungsverkehrsdienstleistungen**  
Diese werden **durch Technologien & neue Anbieter am stärksten verändert**  
Regionalinstitute müssen Strategien entwickeln, **um dieser Bedrohung pro-aktiv zu begegnen!**

Quelle: OeNB Ertragslage der Kreditinstitute 2018 - Langversion

### DIE UMSETZUNGSLUCKE

### 80% DER BANKEN ERKENNEN CHANCEN; NUR 1 VON 3 INSTITUTEN HABEN KAPAZITÄT FÜR WANDEL

Permanente Suche nach Chancen:  
(In unserer Bank suchen wir stets nach den Chancen für die Zukunft)



Vorbereitende Maßnahmen:  
(In unserer Bank treffen wir vorbereitende Maßnahmen, um auch in Umbruchs- und Krisenzeiten handlungsfähig zu sein.)



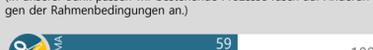
Leistungsreserven für Unvorhergesehenes  
(In unserer Bank achten wir darauf, dass wir Leistungsreserven für Unvorhergesehenes haben.)



Zukunftsorientiertes Handeln  
(In unserer Bank handeln wir stark zukunftsorientiert.)



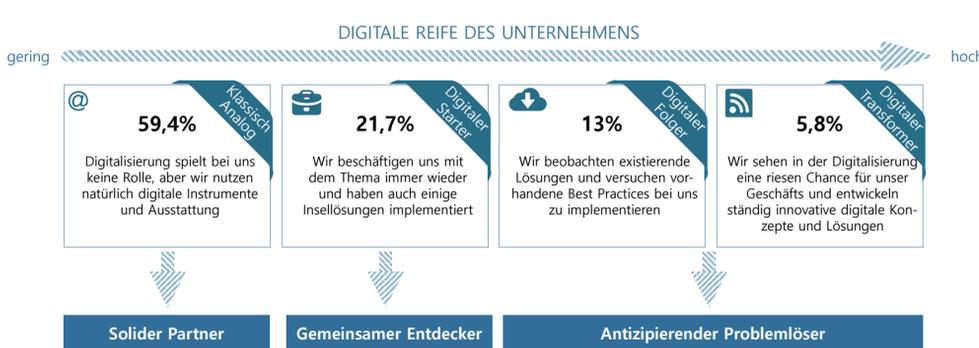
Anpassung der Prozesse  
(In unserer Bank passen wir bestehende Prozesse rasch auf Änderungen der Rahmenbedingungen an.)



Die ausgewiesenen Indexwerte zeigen die Sicht der Mitarbeiter (=MA) und Führungskräfte (=FK) und können zwischen 0 (= Minimum) und 100 (= Maximum) liegen. Somit gilt, je höher der Indexwert, desto besser die Leistung.  
Quelle: emotion banking; aggregierte Werte von Omni Channel Monitor Nutzern 2018

### JEDER 5TE FIRMENKUNDE SIEHT SICH DIGITAL FIT

### EIN ZEITFENSTER (UND VERPFLICHTUNG), UM SICH DIGITAL FIT ZU MACHEN



Frage: Wie würden Sie den digitalen Fitnessgrad Ihres Unternehmens einschätzen? (nur eine Antwort möglich); n = 3.500 Quelle: emotion banking; aggregierte Werte von Omni Channel Monitor Nutzern 2018, Befragt wurden Firmen- und Gewerbetekunden von Banken, Sparkassen und Genossenschaftsinstituten in AUT und D

### JE GRÖßER, DESTO STÄRKER FORDERUNG NACH DIGITAL

### WÄHREND DIE MEHRZAHL DER GEWERBEBETRIEBE NOCH ANALOG ARBEITET, SIND DIE ATTRAKTIVEN FIRMENKUNDEN LÄNGST DIGITAL

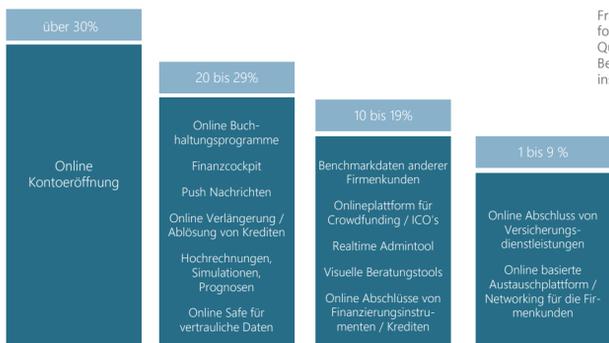
Das Kleingewerbe ist analog  
Ab 10 Mitarbeitern starten erste Pilotprojekte  
Ab 50 Mitarbeitern ist bereits eine klare Digitalstrategie vorhanden

	Klassisch Analog	Digitaler Starter	Digitaler Folger	Digitaler Transformer
Kreuzung mit MA-Anzahl	59,4%	21,7%	13%	5,8%
1	58%	21%	17%	4%
2-10	69%	23%	9%	6%
11-50	28%	44%	15%	14%
51-100	0%	0%	51%	49%
>100	0%	0%	6%	94%

Frage: Wie würden Sie den digitalen Fitnessgrad Ihres Unternehmens einschätzen? Kreuzung mit Anzahl der Beschäftigten 2018; n = 3.500  
Quelle: emotion banking; aggregierte Werte von Omni Channel Monitor Nutzern 2018, Befragt wurden Firmen- und Gewerbetekunden von Banken, Sparkassen und Genossenschaftsinstituten in AUT und D

### JEDE MENGE CHANCEN DAS ANGEBOT ZU OPTIMIEREN

### DIGITALE SERVICES WÜRDEN DEN FIRMENKUNDENALLTAG VERSÜßEN



Frage: Denken Sie bitte an das digitale Angebot einer Bank. Wie attraktiv wären für Sie die folgenden digitalen Leistungen? (Top2 Box - „sehr attraktiv“ + „attraktiv“); n = 3.500  
Quelle: emotion banking; aggregierte Werte von Omni Channel Monitor Nutzern 2018, Befragt wurden Firmen- und Gewerbetekunden von Banken, Sparkassen und Genossenschaftsinstituten in AUT und D

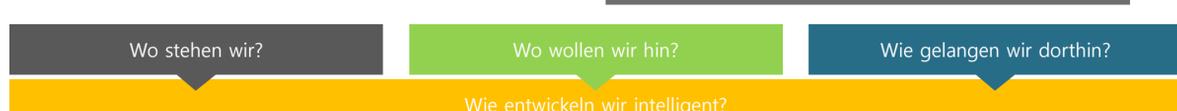
### DIE AMBITION: 2 WEGE FÜHREN IN DIE ZUKUNFT ...

### ... ABER NUR EINER ZUM ERFOLG!



### VERÄNDERUNG BEGINNT MIT DEN RICHTIGEN FRAGEN

### 4 ENTSCHEIDUNGSFELDER DER DIGITALEN TRANSFORMATION



### DER WEG ZUR NEU FOKUSSIERTER FIRMENKUNDENBANK



### KOMPETENTE PARTNER AN IHRER SEITE

Dipl.Kfm. (FH) Sebastian Fischer  
Partner network effects group,  
GF network effects Austria  
network effects Austria  
Wassergasse 22-26/ TOP 9+10  
A-2500 Baden  
Phone: +43 2252 93 1808  
sebastian.fischer@networkeffects.at

Dr. Christian Rauscher  
Geschäftsführender Gesellschafter  
emotion banking®  
emotion banking  
Theaterplatz 5  
A-2500 Baden  
Phone: +43 2252 25 48 45  
christian.rauscher@emotion-banking.at