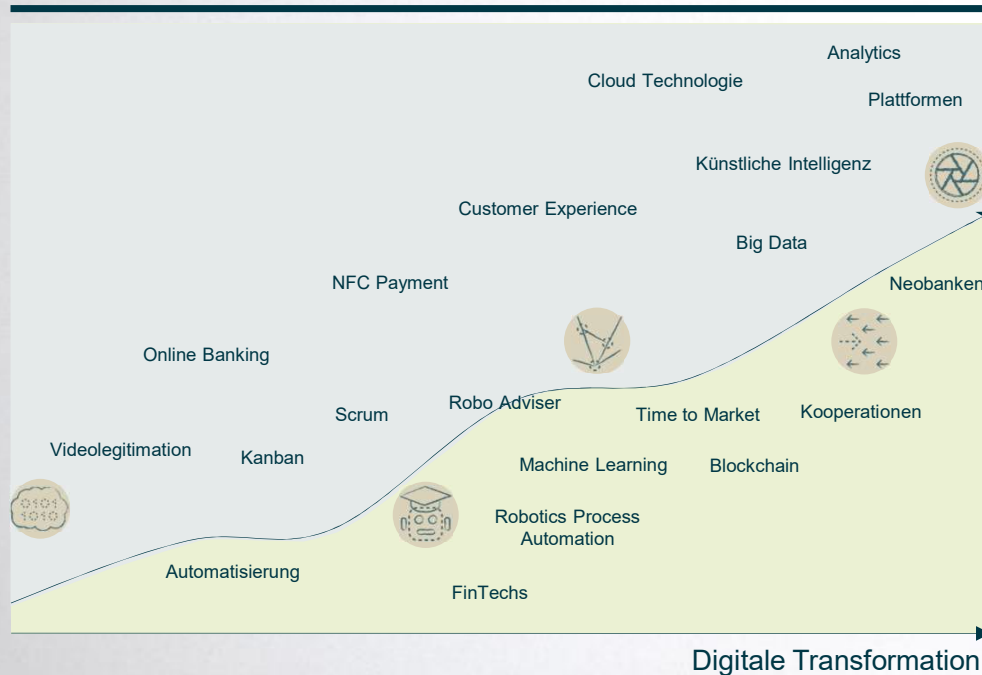


Aktuelle Entwicklungen im Rahmen der Digitalisierung

Digitalisierung ist eine permanente und alternativlose Aufgabe im Wettbewerb um Marktanteile

Kundenwünsche und Wettbewerb sind Treiber der Digitalisierung



Digitalisierung ist kein Sprint sondern Dauerlauf

Startups, Fintechs und Internetkonzerne drängen mit immer mehr innovativen Lösungen in die Märkte

Akzeptanz der Kunden für die Nutzung digitaler Kanäle wächst auch im Bankgeschäft stetig

Erfahrungen aus ersten Digitalisierungsvorhaben gilt es nun in die nächsten Digitalisierungsvorhaben einzubringen und anzugehen

Komfortable User-Experience ohne Medienbruch muss sich in internen Systeme und Prozessen (End-to-End) wiederfinden

Unterschiedliche Geschwindigkeiten bei der digitalen Transformation sind die Realität und essenziell bei der Steigerung von Agilität und Time-to-Market-Fähigkeit

Corona-Krise befeuert Zwang zur Digitalisierung – auch Traditionalisten stärken digitale Geschäftsmodelle



Die Krise offenbart die Schwachstellen – Digitalisierungsgrad ist entscheidend für

Reaktionsgeschwindigkeit








Flexibilität und Rentabilität

Kundenzufriedenheit

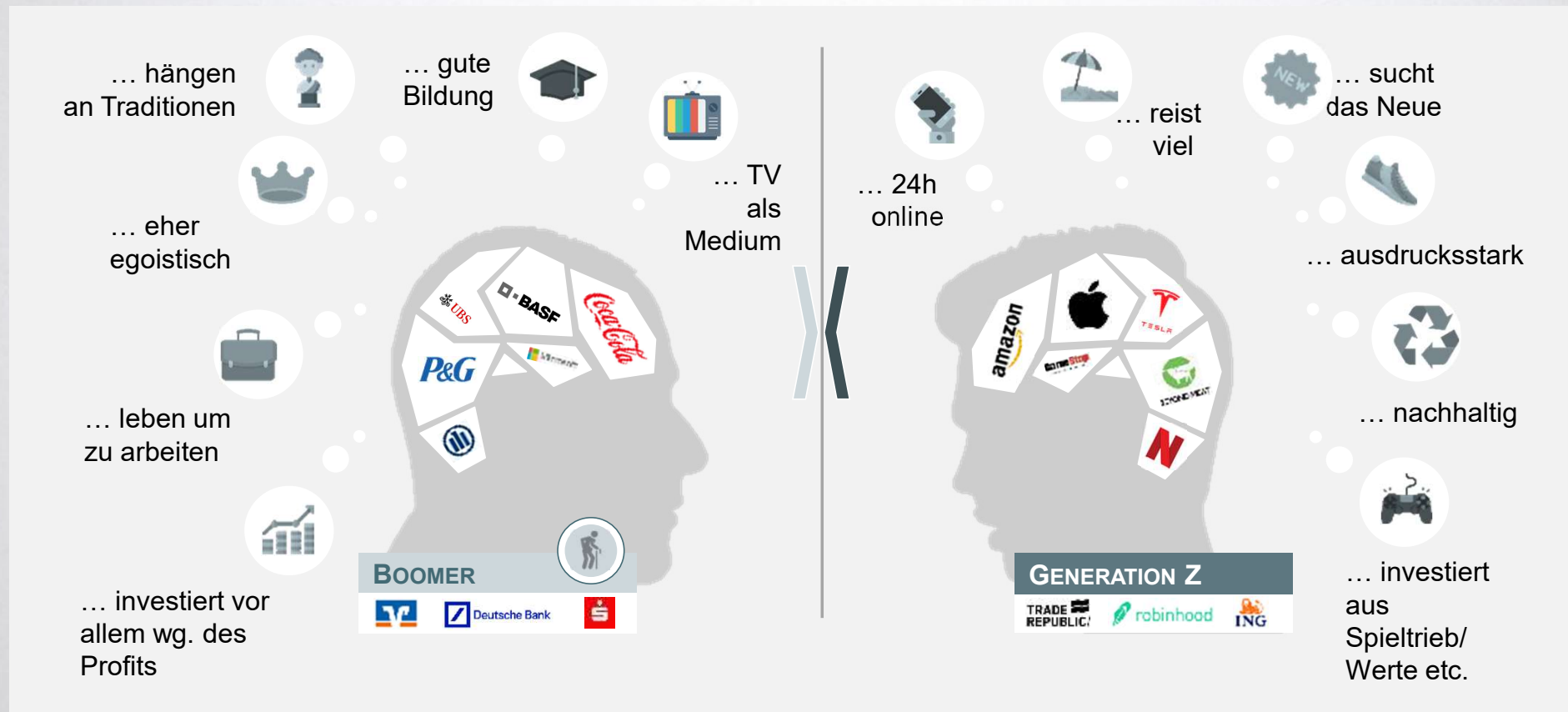
Durch COVID-19 nimmt Akzeptanz der Kunden für die Nutzung digitaler Kanäle bei Produktabschlüssen, aber auch in der Beratung stärker zu

Remotefähigkeit und Digitalisierung sämtlicher Elemente des Geschäftsmodells und Ausbau der Kundenschnittstelle ist zwingend erforderlich

Die Merkmale und Werte der unterschiedlichen Generationen unterliegen im Zeitverlauf einem kontinuierlichen Wandel

| Geburtsjahre | vor 1964 | 1965 bis 1979 | 1980 bis 1994 | 1995 bis 2010 | 2011 bis 2025 | 2026 bis ... |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| Generation | (Baby) Boomer  | Generation X  | Generation Y  | Generation Z  | Gen. Alpha | Gen. Beta |
| Eigenschaften  | Ehrgeizig, ernüchtert bis zynisch Leistung, Geld und Status als primäre Ziele | Ich-Bezogen, hinterfragen Autoritäten, selbstbewusst Finanzielles Auskommen ist ausreichend | Idealistisch, kurze Aufmerksamkeits-spanne Gesellschaftliche Verantwortung ist wichtig | Denkt global und ohne geografische Grenzen Rundumversorgung durch Eltern (Helikopter) |  <p>Werte und Einstellungen der einzelnen Generationen wirken sich nachhaltig auf das Investitionsverhalten aus (z.B. Aktienwahl)</p> | |
| Arbeitswelt  | „Digital Immigrants“ Leben, um zu arbeiten (Workaholics) | „Dig. Immigrants/ Natives“ Arbeiten, um zu leben (Lebensqualität) | „Digital Natives“ Erst leben, dann arbeiten (Selbstbestimmung) | „Technoholics“ Leben und Arbeiten (mobil und flexibel) | | |

Die Einstellungen und Werte zwischen den Generationen sind unterschiedlich ausgeprägt



Auf Trends reagieren – gemeinsam die Zukunft im Wertpapiergeschäft gestalten



Banken und Sparkassen können mit multikanalem Angebot Bedarfe aller Generationen umfassend und hochwertig bedienen

Festigung und zukunftsfähige Ausgestaltung der Kundenschnittstelle durch Bereitstellung von multikanalen Lösungsangeboten für das Wertpapiergeschäft von Banken und Sparkassen

Forcierung des Ausbaus des modernen Kundenerlebnisses durch eine noch stärkere Verzahnung stationärer und digitaler Kanäle

Etablierung einer flächendeckenden Onlinefähigkeit der Kunden als Standard
– mobile Lösungen (**mobile first**) 24/7 erlebbar machen

Neobrokerage wird sich dauerhaft etablieren – insbesondere bei jüngeren Kunden

Aktive Ansprache von selektierten Kunden für die digitale Vermögensverwaltung, um diese langfristig in der Finanzgruppe halten zu können

Generation Z nutzt digitale Medien, Kommunikationsplattformen und einfache WP-Lösungen auch für gezielte Marktaktivitäten

Beispielhaft: „GameStop“, 3.2.2021



Diamond Hands

“Someone who is willing to hold onto their investments indefinitely”

Paper Hands

“Someone who is quick to sell their stocks.”



Generation Z (Reddit-Community)

Großteil der Privatanleger stammen aus der sog. Generation Z, als Kommunikationsplattform dient Reddit, welche auch den Start der ganzen Bewegung gefördert hat

Hedge Funds

Als Gegenpart agieren Hedge-Funds, z.B. Malvin Capital, welche auf den Misserfolg bestimmter Unternehmen spekulieren und diese shorten

NeoBroker

Als Katalysator der GameStop-Manie dienen NeoBroker, welche die Anforderungen der Zielgruppe (einfach, kosten-günstig, mobil) am besten bedienen

- ▶ „GameStop zeigt, dass sich die junge Generation in der gesamten Kundenreise (WP), von der Information bis zum Abschluss, von bisherigen Anlegern unterscheidet.“



-  Produkte
-  Beratung
-  Service-Center
-  Depot-Eröffnung

Video-Beratung

Ob digital oder persönlich
- wir sind Ihnen nah

Mehr erfahren 

Hallo, schön, Sie zu sehen! Ich bin Chatbot Linda, Ihre digitale Assistenz. Bitte stellen Sie mir einfach Ihre Frage. Am besten verstehe ich Sie, wenn Sie Ihre Frage kurz und präzise formulieren.

