

PRESSE-INFORMATION

IT-06-10-20

LÜNENDONK-STUDIE „DIGITAL OUTLOOK 2025: FINANCIAL SERVICES“ -
WIE BANKEN UND VERSICHERUNGEN DIE DIGITALISIERUNG ANGEHEN

- **Digitalisierung und Transformation sind Prioritäten für Banken und Versicherer**
- **Kürzere Innovations- und Technologiezyklen sind große Herausforderung, ebenso wie Entwicklung digitaler Produkte**
- **Hohe Akzeptanz für Public Cloud und neue digitale Technologien**
- **Neue [Lünendonk-Studie](#) ab sofort kostenfrei verfügbar**

Mindelheim, 6. Oktober 2020 – Banken und Versicherungen sehen sich kaum von Disruption durch neue Anbieter bedroht, wollen aber dennoch ihre digitale Transformation vorantreiben. Dabei setzen sie auf digitale Plattformen und neue digitale Vertriebswege zur Ergänzung ihrer klassischen Geschäftsmodelle. Die Reaktion auf immer kürzere Innovations- und Technologiezyklen im Zuge der Digitalisierung sind für rund 60 Prozent der Banken und Versicherungen eine wichtige Zukunftsaufgabe, ebenso wie mehr Agilität im Unternehmen. Allerdings stellt eine Markteinführung über neue, digitale Vertriebskanäle jede zweite Bank und Versicherungsgesellschaft vor große Herausforderungen. Zudem hat bislang nur ein Drittel der befragten Unternehmen digitale Produkte von Start-ups oder Technologieunternehmen in ihr Produktportfolio integriert.

Für den Vertrieb der Zukunft setzt der überwiegende Teil der Banken und Versicherungen weiterhin auf ihr bestehendes Produktportfolio. Sie planen aber digitale Mehrwertdienste, um das Kundenerlebnis zu verbessern und die Kundenbindung hoch zu halten. Der persönliche Kontakt zum Kunden ist für

die meisten Banken und Versicherungen auch in Zukunft ein elementarer Bestandteil der Vertriebsstrategie.

Dies sind erste Ergebnisse der neuen [Lünendonk-Studie 2020 „Digital Outlook 2025: Financial Services“](#), die ab sofort kostenfrei verfügbar ist. Die Studie wurde in fachlicher Zusammenarbeit mit Core, KPMG, Q_Perior, Nexgen und Senacor konzipiert.

Customer Experience und Operational Excellence stehen im Fokus

Die Investitionsplanung für die nächsten Jahre spiegelt die wichtigsten strategischen Herausforderungen der befragten Banken und Versicherungen wider: Die untersuchten Branchen setzen künftig auf dieselben Schwerpunktthemen; allerdings haben Banken und Versicherungen jeweils eine andere Priorisierung: Demnach liegt bei den Banken die Digitalisierung der Kundenschnittstellen für eine bessere „Customer Experience“ an erster Stelle der Aufgaben (82 Prozent). 76 Prozent planen einen Fokus auf die Weiterentwicklung der bestehenden Produkte zu legen und diese durch digitale und datenbasierte Services zu ergänzen. Neben den kundenzentrischen Themen liegt ein dritter Schwerpunkt auf der Verbesserung der Operational Excellence mit Hilfe von digitalen Technologien.

Anders die Reihenfolge bei den Versicherungen: Höchste Priorität hat die Operational Excellence (82 Prozent), gefolgt von der Digitalisierung der Kundenschnittstellen (Customer Experience) und neuen digitalen Geschäftsmodellen (65 beziehungsweise 63 Prozent).

Veraltete IT-Landschaften modernisieren

Technologisch setzen die meisten befragten Banken und Versicherungen in den kommenden Jahren auf die Ablösung ihrer Individual-Software-

Landschaften durch moderne Standardsoftware. „Eine der zentralen Schwachstellen von Banken und Versicherungen bei der Umsetzung von neuen Strategien sind die historisch gewachsenen und veralteten Individual-Software-Landschaften“, beschreibt Mario Zillmann, Partner bei Lünendonk & Hossenfelder und Studienautor, als eine der größten Schwachstellen von Banken und Versicherungen. „Viele Anwendungen sind zu Monolithen geworden. Der Grund ist der jahrelange Anbau von neuen Individuallösungen – unter anderem, um regulatorische Vorgaben zu erfüllen – und eine fehlenden Vernetzung untereinander.“ Folglich legen 63 Prozent der Banken und 55 Prozent der Versicherungen einen Fokus auf die Modernisierung der IT-Landschaft. „Dabei spielen Technologien wie Open Source, APIs und Microservices eine große Rolle, ebenso wie die Abbildung von Geschäfts- und IT-Prozessen in der Cloud“, so Zillmann.

Banken und Versicherungen setzen zunehmend auf Public Cloud

72 Prozent der Banken und 68 Prozent der Versicherungen sind bereits in der Cloud. Lediglich für einen kleinen Teil der Studienteilnehmer ist dieses Thema auch in Zukunft nicht relevant. IT-Security steht mit der Nutzung von Cloud Services in einem engen Zusammenhang und ein Großteil der Banken und Versicherungen hat gleichermaßen eine dedizierte IT-Security-Strategie in der Unternehmensstrategie verankert wie auch bereits mit der Operationisierung der IT-Security-Strategie begonnen. „Sowohl die Cloud als auch Cyber Security sind zwei elementare Bestandteile der IT-Strategien von Banken und Versicherungen. Sie ermöglichen es, neue Geschäftsmodelle zu skalieren und stellen die Sicherheit der eigenen Daten sowie der Kundendaten sicher“, bestätigt Mario Zillmann die hohe Relevanz und das Zusammenspiel von Cloud und Cyber Security.

Rund drei Viertel der untersuchten Unternehmen verwenden bereits die Public-Cloud-Plattformen der Hyperscaler (Amazon Web Services, Microsoft

Azure, Google Cloud). Aktuell arbeiten die meisten Banken (51 Prozent) und Versicherungen (36 Prozent) mit Microsoft Azure zusammen. „Google Cloud holt allerdings im deutschen Banking-Markt auf“, beobachtet Zillmann.

Über die aktuelle Lünendonk-Studie

Die neue [Lünendonk-Studie „Digital Outlook 2025: Financial Services“](#) steht ab sofort zum kostenfreien Download bereit unter www.luenendonk.de.

Für die Studie wurden 129 Führungskräfte aus der IT oder dem operativen Geschäft von Banken und Versicherungen befragt. Innerhalb der Banken wurden sowohl Genossenschaftsbanken und Sparkassen als auch Privatbanken untersucht. 39 Prozent der untersuchten Banken wiesen 2019 eine Bilanzsumme von über zehn Milliarden Euro auf. Das Spektrum der Versicherungen deckt Komposit- sowie Lebensversicherungen ab. Der Großteil (68 Prozent) der Unternehmen hat den Hauptsitz in Deutschland, 20 Prozent in Österreich, 12 Prozent in der Schweiz. Die Studie wurde in fachlicher Zusammenarbeit mit Core, KPMG, Q_Perior, Nexgen und Senacor realisiert.

Unternehmensprofil**Lünendonk: Informationen zur Orientierung**

Lünendonk & Hossenfelder mit Sitz in Mindelheim (Bayern) analysiert seit dem Jahr 1983 die europäischen Business-to-Business-Dienstleistungsmärkte (B2B). Im Fokus der Marktforscher stehen die Branchen Management- und IT-Beratung, Wirtschaftsprüfung, Steuer- und Rechtsberatung, Facility Management und Instandhaltung sowie Personaldienstleistung (Zeitarbeit, Staffing).

Zum Portfolio zählen Studien, Publikationen, Benchmarks und Beratung über Trends, Pricing, Positionierung oder Vergabeverfahren. Der große Datenbestand ermöglicht es Lünendonk, Erkenntnisse für Handlungsempfehlungen abzuleiten. Seit Jahrzehnten gibt das Marktforschungs- und Beratungsunternehmen die als Marktbarometer geltenden „Lünendonk-Listen und -Studien“ heraus.

Langjährige Erfahrung, fundiertes Know-how, ein exzellentes Netzwerk und nicht zuletzt Leidenschaft für Marktforschung und Menschen machen das Unternehmen und seine Consultants zu gefragten Experten für Dienstleister, deren Kunden sowie Journalisten. Jährlich zeichnet Lünendonk zusammen mit einer Medienjury verdiente Unternehmen und Unternehmer mit den Lünendonk-Service-Awards aus.

Weitere Informationen

Lünendonk & Hossenfelder GmbH
Mario Zillmann
Partner
Telefon: +49 8261 73140-0
E-Mail: zillmann@lunenendok.de

vibrio. Kommunikationsmanagement
Dr. Kausch GmbH
Sascha Smid
Telefon +49 89 321 51604
E-Mail: lunenendok@vibrio.de

Lünendonk & Hossenfelder GmbH

Maximilianstraße 40, 87719 Mindelheim
Telefon: +49 8261 73140-0 Telefax: +49 8261 73140-66
Homepage: <https://www.lunenendok.de>

vibrio. Kommunikationsmanagement Dr. Kausch GmbH

Rundfunkplatz 2, 80335 München
Telefon +49 89 321 5170
Homepage: <https://vibrio.eu/>

Diese Presseinformation und die Grafiken finden Sie im Internet unter:

<https://www.lunenendok.de/aktuelles/presseinformationen/>