

# PRESSE-INFORMATION

IT-03-03-21

## ZWISCHEN STRATEGIE UND UMSETZUNG: DIGITALISIERUNG IN BANKEN UND VERSICHERUNGEN

- **Banken und Versicherungen sehen digitale Plattformökonomie als große Herausforderung**
- **Mangelnde Inhouse-Expertise bei Digitalthemen**
- **Digitalisierungsbudgets steigen trotz Corona-Krise**
- **Lünendonk-Studie kostenfrei [verfügbar](#)**

**Mindelheim, 3. März 2021** – Regulatorische Anforderungen, der Mangel an Fachkräften mit Digital-Knowhow sowie immer kürzere Technologie- und Innovationszyklen sind die größten strategischen Herausforderungen, denen sich Banken und Versicherungen gegenübersehen. Zudem befasst sich die Mehrheit der Finanzdienstleister mit unternehmensübergreifenden, digitalen Plattformökosystemen. Digitalisierungsbudgets werden daher aufgestockt. Das sind Ergebnisse der Lünendonk-Studie „Digital Outlook 2025: Financial Services“.

### **Technologien und Plattformen ändern das Financial-Services-Geschäft**

Knapp zwei Drittel der Banken und Versicherungen sehen die hohe Geschwindigkeit der Innovations- und Technologiezyklen als Herausforderung. Es fehlt ihnen bei der Entwicklung digitaler Produkte und neuer Angebote aufgrund historisch gewachsener Strukturen und Prozesse oft an Agilität und Flexibilität. Ebenso problematisch sehen etwa 70 Prozent der Unternehmen den Mangel an Digital-Experten. Neben diesen internen Faktoren stellt der Trend zu plattformbasierten Geschäftsmodellen eine der

wichtigsten Hürden für die kommenden Jahre dar. Jede zweite befragte Bank und Versicherung stimmen dieser Aussage zu.

Gleichzeitig verfolgen 53 Prozent der Studienteilnehmer sehr konkrete Überlegungen, sich an Plattformen zu beteiligen und Teil von Ökosystemen zu werden. Weitere 23 Prozent evaluieren aktuell mögliche Ansätze. „Die Mehrheit der Banken und Versicherungen möchte zum Plattformanbieter werden, nicht zum Produktanbieter und damit weiterhin die Kundenschnittstelle besetzen. Jedoch wird dies nur wenigen Marktteilnehmern langfristig gelingen“, berichtet Mario Zillmann, Autor der Studie und Partner bei Lünendonk & Hossenfelder. „Es liegt in der Natur von Plattformökosystemen, dass sich nur wenige, dafür aber mächtige Anbieter etablieren und einen Markt besetzen. Dementsprechend intensiv sollten sich Unternehmen mit ihrer Rolle in der Plattformökonomie beschäftigen“, fügt Zillmann hinzu.

### **Digitalisierungsbudgets steigen – trotz oder wegen Corona**

Nicht nur in den Aufbau neuer digitaler Plattformen investieren Unternehmen, auch die Entwicklung Omnikanal-fähiger Produkte und Services sowie die IT-Modernisierung stellen wichtige Investitionsschwerpunkte dar. Fast 90 Prozent der Banken und Versicherungen werden daher in 2021 und 2022 ihr Digitalisierungsbudget erhöhen. Jedes dritte Unternehmen steigert das Budget sogar um über 10 Prozent. Damit steigt das Budget noch stärker als in den letzten drei Jahren.

### **Über die Lünendonk-Studie**

Die Lünendonk-Studie „Digital Outlook 2025: Financial Services“ steht zum kostenfreien Download bereit unter [www.luenendonk.de](http://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. Das Spektrum der Versicherungen decken Komposit- sowie Lebensversicherungen ab. 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](mailto:zillmann@lunenendok.de)

vibrio. Kommunikationsmanagement  
Sascha Smid  
Senior PR-Berater  
Telefon: +49 89 3215170  
E-Mail: [lunenendok@vibrio.de](mailto: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 3215170  
Homepage: <https://vibrio.eu/>

**Diese Presseinformation und die Grafiken finden Sie im Internet unter:**  
<https://www.lunenendok.de/presseinformationen/>