

Ist die Höhe der IT-Kosten für Banken überhaupt noch wichtig?

Institut für Finanzdienstleistungen Zug IFZ
CC Financial Services
Dr. Felix Buschor
Dozent

T direkt +41 41 757 67 37
felix.buschor@hslu.ch

Rotkreuz 23. Juni 2021

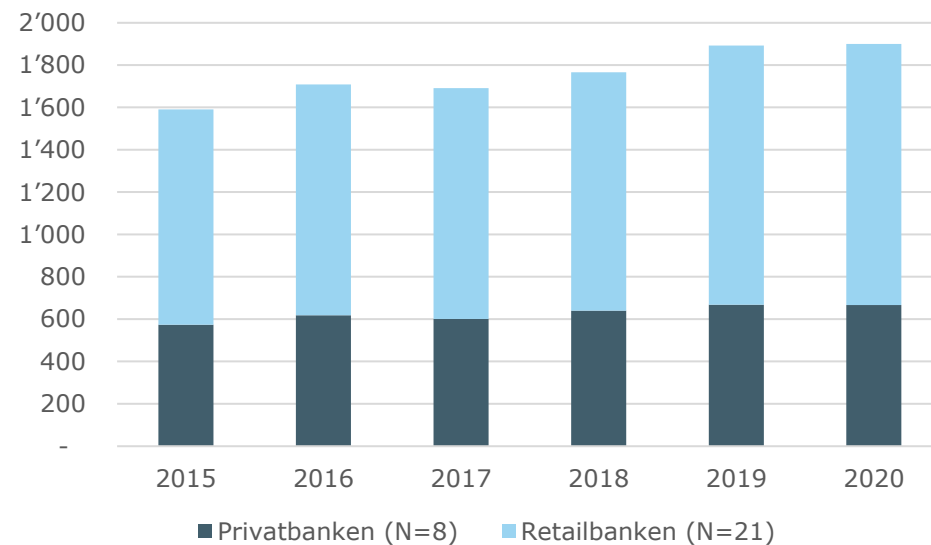
Inhaltsverzeichnis

- Ungebrochenes Wachstum der IT-Kosten
- Mitbewerber als Erklärung für steigende IT-Kosten
- Die Auswirkungen der agilen Bewegung auf die IT-Kosten
- Skalierung ist das Gebot der Stunde

Ungebrochenes Wachstum der IT-Kosten

Vermeehrt hört man die
Meinung:

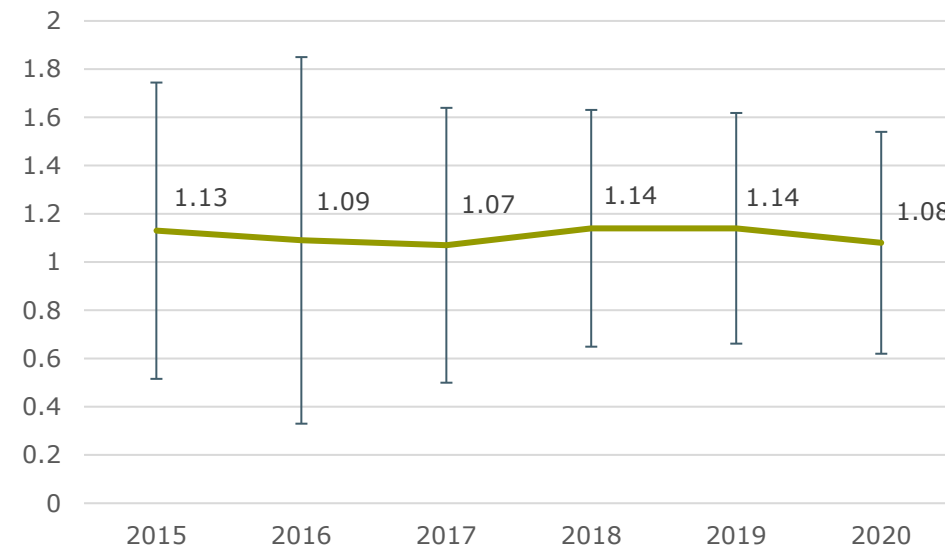
«Nicht die Kosten, sondern *Time-to-Market*, d.h. die rasche und effektive Bereitstellung von Leistungen sind heutzutage die grösste Herausforderung des CIO.»



Entwicklung der IT-Kosten für 29 Banken in Mio CHF (Quelle itopia)

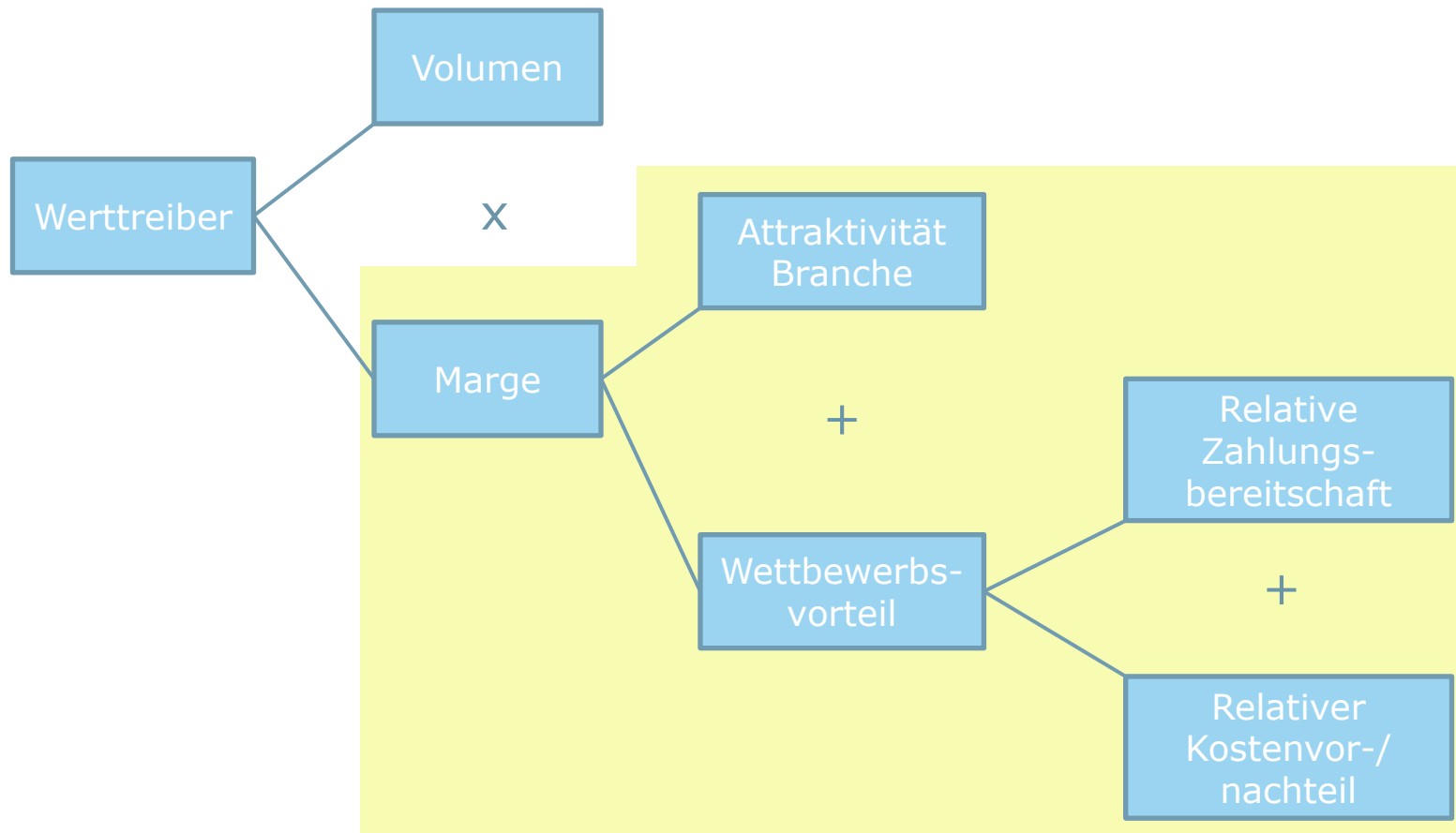
Sind die IT-Kosten ein Beispiel für Herdenverhalten?

Die Banken scheinen sich
in ihrem Ausgabeverhalten
in der IT immer mehr
anzunähern



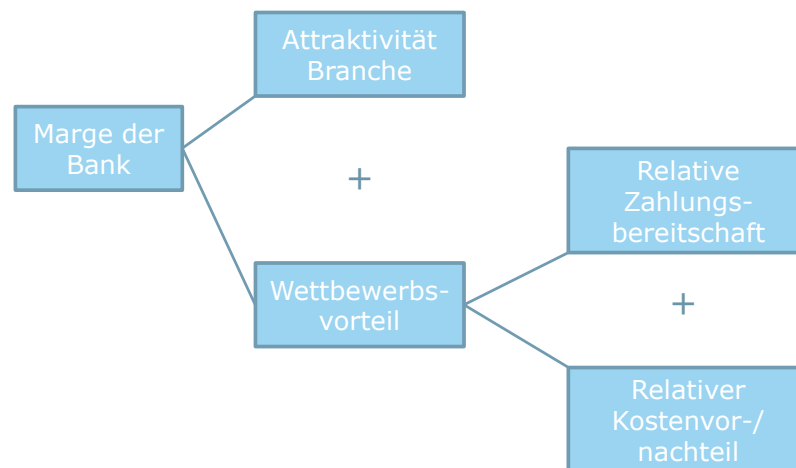
Median und Standardabweichung des itopia IT Kostenkoeffizienten iRadj (Quelle itopia)

Orientierung an Mitbewerbern als Erklärungsansatz



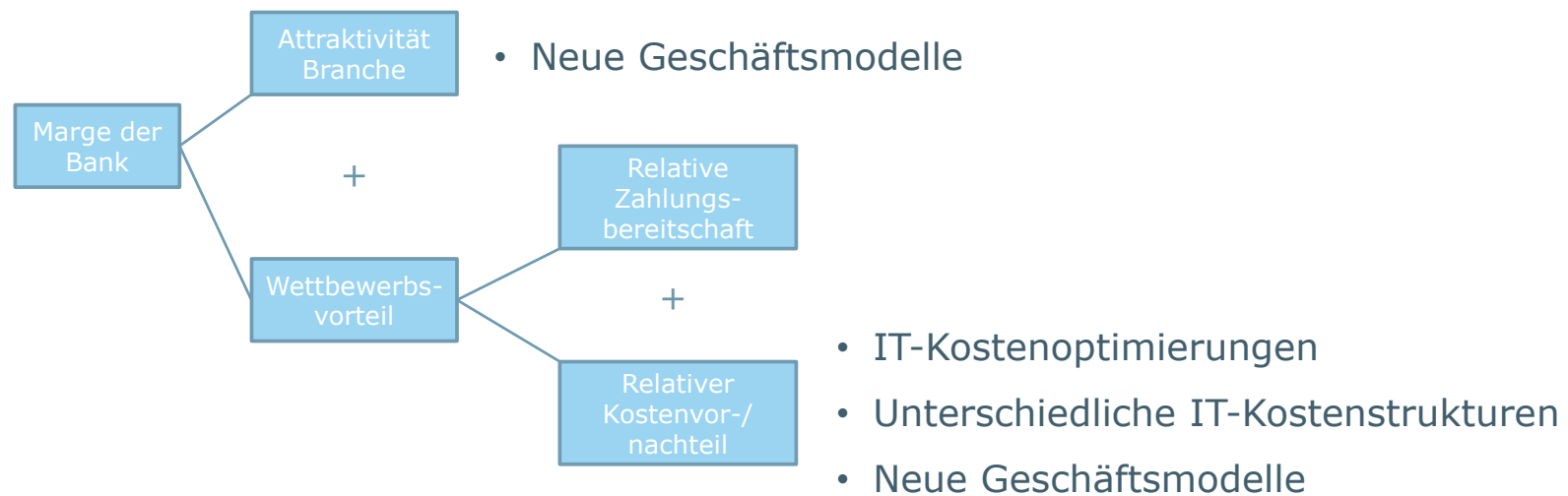
Schema in Anlehnung an Ghemawat, Pankaj

Erhalt und Stärkung der Wettbewerbsposition als Begründung für steigende IT-Kosten



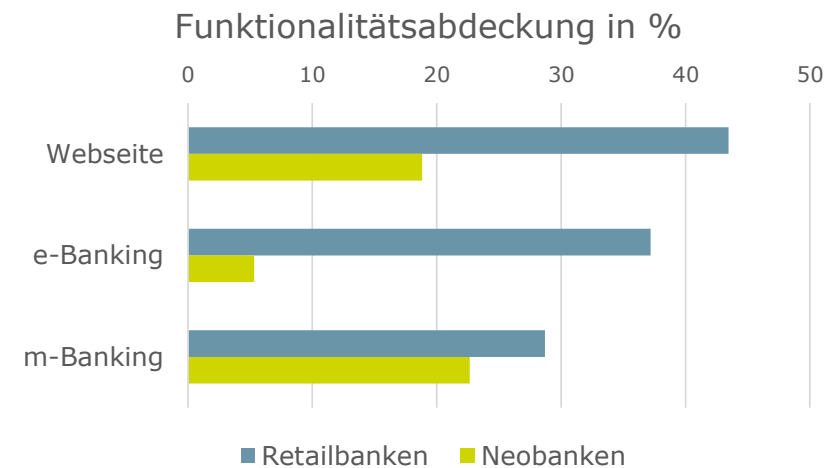
- Cost-of-Doing Business
- Differenzierung durch Innovation

Möglicher Druck zur Reduktion der IT-Kosten



Neobanken als Beispiel für ein neues Geschäftsmodell

- Neobanken fokussieren auf m-Banking
- Nur 2 der 6 untersuchten Neobanken haben überhaupt ein e-Banking

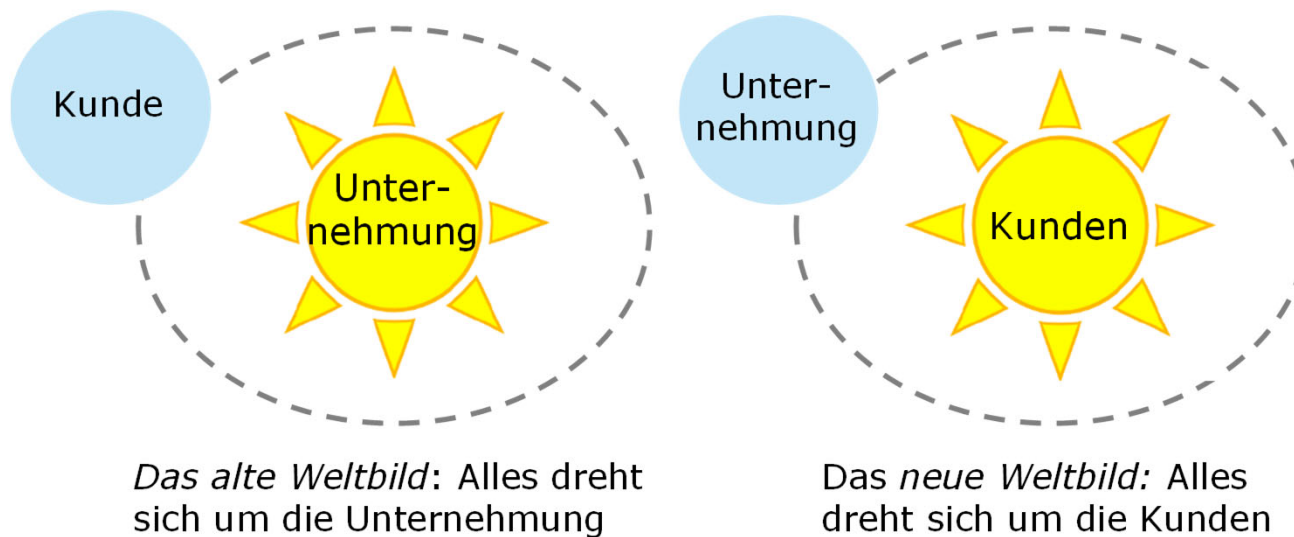


Zahlen von 35 Retailbanken und 6 Neobanken

Quelle: Benchmarking Studie: Online und Mobile Banking für Privatpersonen. Juni 2021. e.foresight in Zusammenarbeit mit Institut für Finanzdienstleistungen Zug

Die Agile Bewegung als Auslöser der kopernikanischen Wende im Management

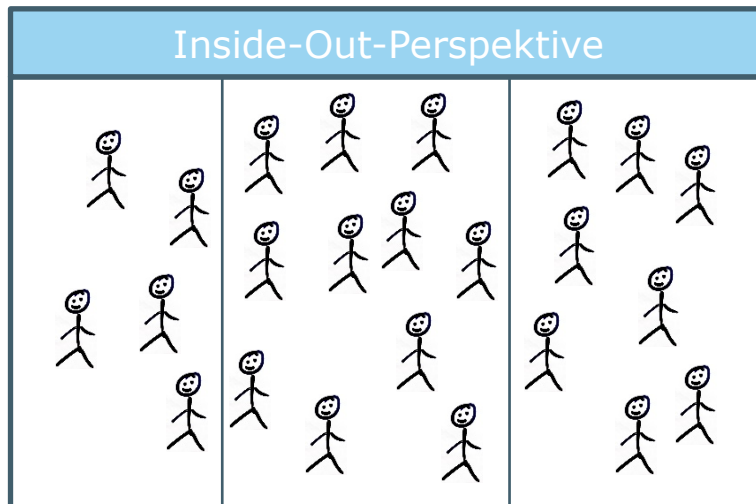
«Die Kundenbedürfnisse sind uns wichtiger als die Konkurrenz»



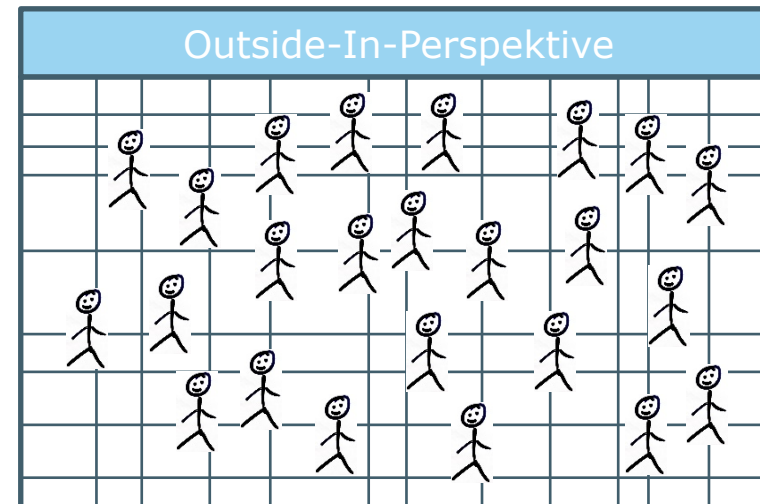
Quellen:

- Denning, S. 2013. [The Copernican Revolution In Management \(forbes.com\)](https://www.forbes.com)
- Marco Ippolito, CSS Versicherung im Interview mit stimmt AG. Veröffentlicht im Customer Experience Monitor 2021.

Die konsequente Ausrichtung an den Kundenbedürfnissen

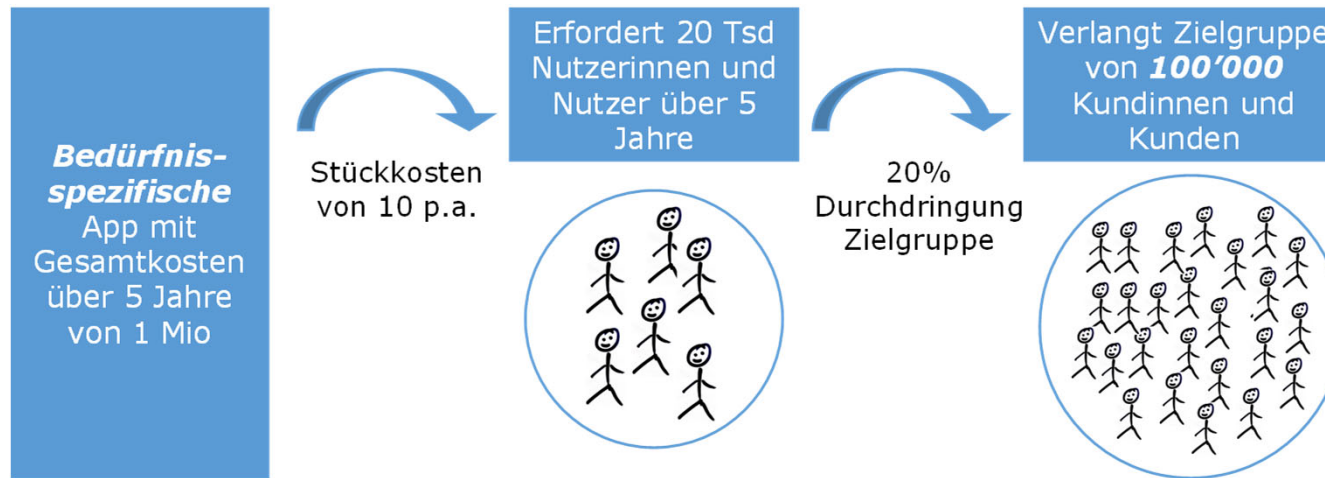


Traditionelle Kundensegmentierung:
Aufgrund weniger statischer Grössen



Moderne Kundensegmentierung:
Granular, situations- und zeitabhängig

Das kopernikanische Dilemma

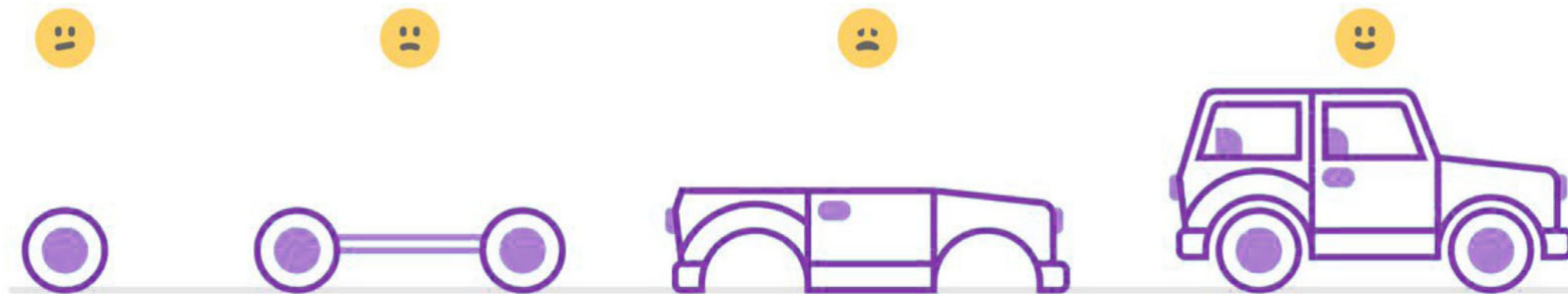


Das kopernikanische Dilemma

Widerspruch zwischen Berücksichtigung der individuellen Kundenbedürfnisse auf der einen Seite und der Wirtschaftlichkeit einer digitalen Lösung auf der anderen Seite

Wie auf Kunden zugeschnittene Leistungen entstehen

Dies ist kein MVP...



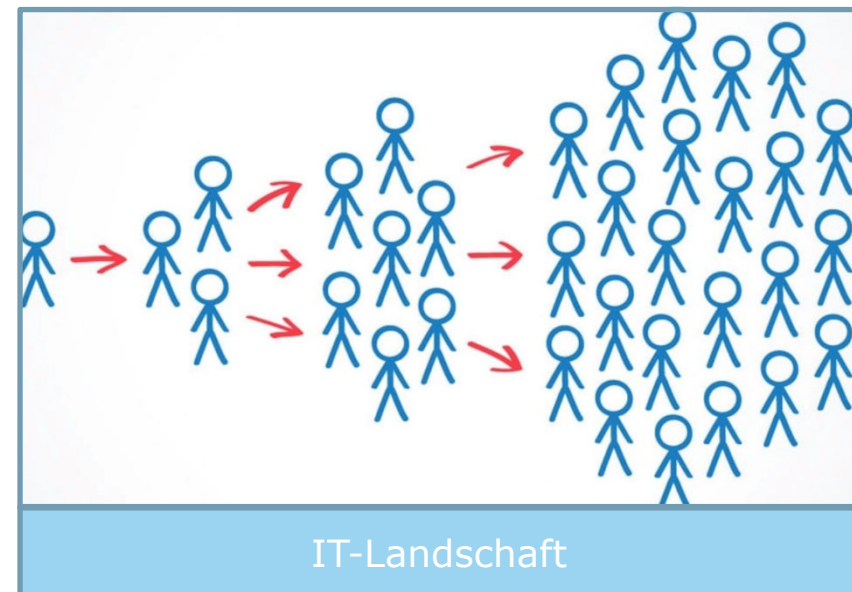
Dies ist ein MVP...



Quelle: x-staticmediagroup.com

Skalierung als Gebot der Stunde

Die Qualität einer Digitalisierungsstrategie zeigt sich darin, ob es gelingt, mit bedürfnisgerechten digitalen Lösungen möglichst grosse Benutzergruppen zu erreichen



Zusammenfassende Thesen

- Die IT-Kosten sind steigend.
- Als Grund wird in der Regel «alle haben steigende IT-Kosten» ins Feld geführt.
- Aber: Neue Geschäftsmodelle haben vorteilhaftere Kostenstrukturen und eine tiefere Kostenbasis, nicht zuletzt wegen geringerer Funktionalitätsabdeckung.
- Mit der «kopernikanischen Wende Im Management» rücken Leistungen ins Zentrum, die spezifische Kundenbedürfnisse verkörpern.
- Aber: Das kopernikanische Dilemma besagt «IT-basierte Lösungen für spezifische Kundenbedürfnisse sind kaum rentabilisierbar».
- Handlungsempfehlungen:
 - a. Massgeschneiderte Leistungen wachsen aus einem MVP im Dialog mit der Kundschaft
 - b. Rentable Erfüllung spezifischer Kundenbedürfnisse verlangt skalierbare Ansätze

Die Höhe der IT-Kosten muss in Zukunft wieder vermehrt ins Blickfeld rücken