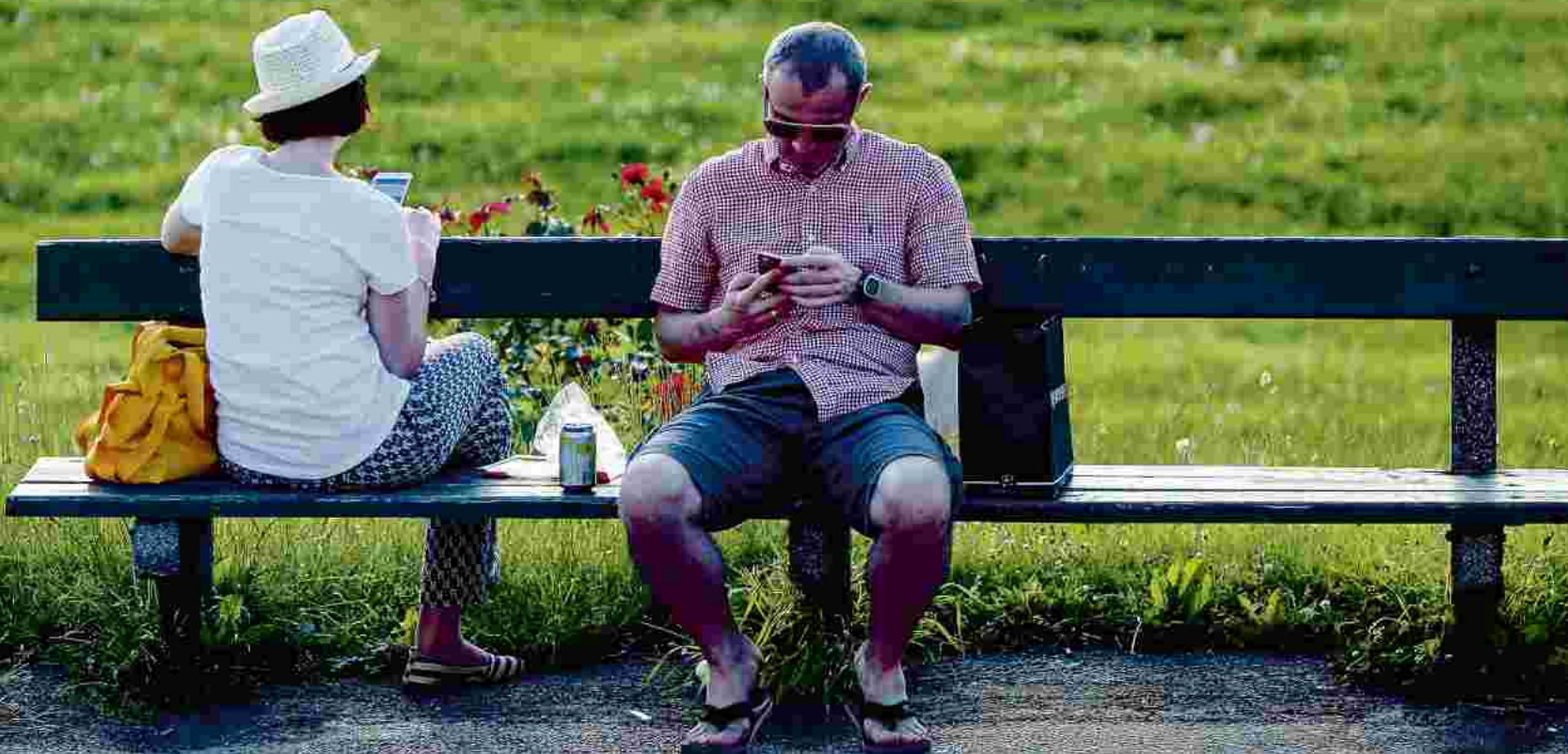


# Die Bank der Zukunft



Bankgeschäfte auf dem Smartphone kann man auch auf der Parkbank machen. Brauchen wir bald keine Banken mehr?

Foto: Weibold

**Kaum eine Branche ist so im Umbruch wie jene der Banken. Werden wir schon in absehbarer Zukunft nur noch virtuell Geldgeschäfte abwickeln? Sicher nicht, sagen Banker und Experten. *Von Hermann Neumüller***

**B**anking wird gebraucht, Banken nicht.“ Dieses Statement des Microsoft-Gründers Bill Gates wird gerne gebraucht, um die künftige Rolle der Banken zu beschreiben. Gates machte diese Aussage 1998, am Höhepunkt der ersten Internet-Euphorie. Seither ist einiges geschehen, unter anderem eine Welt-Finanzkrise, die die Bankenbranche zusätzlich unter Druck, vor allem unter Kostendruck brachte. Sind also Digitalisierung und das Zusperrern der Filialen der einzige oder zumindestens ein denkbarer Weg?

Die OÖNachrichten haben junge Bankerinnen und Banker aus den oberösterreichischen Instituten gefragt, wie sie die Zukunft ihrer Arbeitgeber sehen. Dass sie sehr wohl eine Zukunft sehen, ist wenig überraschend. Wer will schon seinem

Dienstgeber die Zukunftsfähigkeit absprechen. Aber die Argumente, die sie bringen, sind überzeugend, und sie decken sich mit der Ansicht von Experten.

„Unsere Filialstrategie und das konsequente Investieren in die Digitalisierung, das ist kein Entweder-Oder“, sagt Isabella Lehner. Die 32-jährige Linzerin ist seit Oktober Gruppenleiterin „Online-Marketing & digitale Medien“ bei der Oberbank. Der Kunde wolle selbst entscheiden, wie und wo er mit seiner Bank kommuniziere bzw. seine Geschäfte abwickle.

Der Kunde entscheidet. Das ist der rote Faden, der sich durch die Gespräche mit den Jungbankern, aber auch mit Experten zieht. Der Kunde ist freilich ein anderer geworden. Er lässt sich bei der Veranlagung nicht mehr mit Standardprodukten abpeisen. Und beim Kreditgeschäft ha-

ben sich „die Machtverhältnisse verschoben“, sagt Alexander Wiener-Fererhofer, seit kurzem Filialdirektor der VKB-Bank in Wels und dort auch Teamleiter für Firmenkunden. Prüfte früher nur die Bank die Bonität des Kunden, müsse jetzt auch das Institut selbst Farbe bekennen.

Selbstverständlich müsste eine Bank auch digital auf der Höhe der Zeit sein, aber auch der „Offline-Kanal“ sei wesentlich. „Wir müssen den digitalen Weg mitgehen, aber unsere Kunden wollen weiterhin einen Berater, dem sie vertrauen“, sagt Wiener-Fererhofer.

Der 34-jährige Jung-Banker hat sich bereits bei seiner Doktorarbeit bei Helmut Pernsteiner, dem Leiter des Instituts für Finanzwirtschaft an der JKU, mit Familienunternehmen auseinandergesetzt. Das komme ihm jetzt zugute. Diese Familienunternehmen, die Hauptzielgruppe der VKB-Bank, haben sich in der Finanzkrise stark gewandelt. „Sie sind nachhaltiger und vorsichtiger geworden“, sagt Wiener-Fererhofer. Das gilt nicht nur für die Firmenkunden.

➔ Auch die Privatkunden sind anspruchsvoller geworden. „Sie kommen meist gut informiert in die Filiale“, sagt Miriam Wallnöfer, Filialdirektorin der Sparkasse Oberösterreich in Linz. Dort will er dann schnell eine Lösung, so wie er es beim Online-Banking gewohnt ist. Die Herausforderung sei, den Online-Auftritt in die Filiale zu bringen. Hier befinde man sich freilich im Spannungsfeld von Regularien und Datenschutz.

Ob digital oder auf herkömmlichem Weg: „Wir müssen die Kunden dort abholen, wo sie abgeholt werden wollen“, sagt Wallnöfer. Derzeit teste man innerhalb des Sparkassen-Sektors und in der Sparkasse OÖ selbst eine Reihe von Filialkonzepten. Klar sei auch, dass der Bedarf an spezialisierten Beratern steige. Das klassische „Schaltergeschäft“ verlagere sich in die digitale Welt. Aber in bestimmten Lebenssituationen werde die Filiale aufgesucht: „Ich nenne das die big points im Le-

ZITIERT



„In unseren Banken gibt es Menschen, die sich wie Roboter verhalten. In Zukunft werden wir Roboter beschäftigen, die sich wie Menschen verhalten.“

■ John Cryan, früherer Chef der Deutschen Bank



„Alle Plattformen – egal ob Apple, Google oder Microsoft – werden zukünftig eine Funktion für Zahlungen haben.“

■ Bill Gates, Gründer des Software-Konzerns Microsoft

ben, etwa wenn geheiratet wird oder Kinder kommen. Dann verändert sich auch oft die finanzielle Situation grundlegend“, sagt Wallnöfer. Da sei dann Beratung gefragt, hochspezialisiert, aber es müsse dabei auch „menscheln“.

**Persönlicher Kontakt statt Roboter**

Persönlicher Kontakt, Vertrauen und auch die Filiale „um die Ecke“ bleiben offenbar die entscheidenden Faktoren im Verhältnis zwischen Bank und Kunden. Aber wie sieht das Mischungsverhältnis von Digitalisierung und persönlichem Kontakt aus?

Dieses zu finden ist Aufgabe von Barbara Wagner. Die 30-Jährige leitet den „Innovation Hub“ der Raiffeisenlandesbank Oberösterreich (RLB). Sie beschäftigt sich mit Megatrends in der Gesellschaft und welche Auswirkungen die auf die Kunden und damit auch auf die Bank selbst haben. ➔



Barbara Wagner Foto: RLB OÖ

ZITIERT

„Wir brauchen neue Arbeitsweisen in der Bank, aber keine Unruhe. Wir sollten auch von den Erfahrungen anderer Branchen mit der Digitalisierung lernen.“

■ Barbara Wagner, RLB

**Ideenschmiede**

Barbara Wagner wohnt in Gallneukirchen und ist seit 2010 in der Raiffeisenlandesbank (RLB). Nach der HAK in Linz-Auhof machte sie ein Bachelorstudium an der IMC Fachhochschule in Krems. Bei der RLB arbeitete sie zuerst in der Fondsverwaltung, bevor sie ins Cash Management wechselte. Ab September 2017 hat sie sich intensiv um die Zusammenarbeit mit startup300 gekümmert. Seit August leitet sie den „Innovation Hub“.



Alexander Wiener-Fercherhofer Foto: VKB

ZITIERT

„Wir müssen den digitalen Weg mitgehen, aber unsere Kunden wollen weiterhin einen Berater, dem sie vertrauen.“

■ Alexander Wiener-Fercherhofer, VKB-Bank

**Kritische Kunden**

Der Welser Alexander Wiener-Fercherhofer hat nach seiner Matura an der HAK seiner Heimatstadt in Innsbruck BWL studiert. Das Interesse für das Bankgeschäft sei schon immer dagewesen, sagt der 34-Jährige. Nach seiner Doktorarbeit an der JKU mit Fokus auf Familienunternehmen kam er vor drei Jahren zurück nach Wels. Seit eineinhalb Jahren arbeitet er dort für die VKB-Bank und ist jetzt dort Filialdirektor und Teamleiter Firmenkunden.

„Wir müssen auch darüber nachdenken, woher wir kommen und was uns abhebt“, sagt Wagner. Im Falle Raiffeisens ist das die Herkunft: die Genossenschaft und die damit einhergehende starke Verankerung in der Region.

Darüber hinaus versucht man bei Raiffeisen, über den Tellerrand des Bankgeschäfts zu schauen. Was läge näher, sich Start-ups anzuschauen. Die gehen nicht nur neue Wege bei ihren Produkten, sie sind auch anders organisiert. „Ich bin zwei bis drei Tage in der Tabakfabrik, um in dieses Ökosystem hineinzukommen“, sagt Wagner. Auf die Frage, ob die Start-up-Mentalität auch in der Bank übernommen werden soll, verneint sie vehement. „Neue Arbeitsweisen in der Bank werden wir brauchen, aber keine Unruhe.“ Es sei eher ein evolutionärer Prozess, der zielführend sei. „Man sollte nicht immer gleich die Komplettlösung anstreben“, sagt Wagner.

Digitalisierung ja, aber mit Filialen und persönlicher Beratung, so kann man die Meinung der Jung-Banker zur Zukunft der Branche zusammenfassen. Ist das das Pfeifen im finsternen Wald? Offenbar nicht.

Teodoro Cocca, Professor für Asset Management, kommt in seinen Untersuchungen beim Private Banking auf ähnliche Ergebnisse. Bei der Auswahl zwischen Mensch und Maschine entscheide sich die klare Mehrheit für den Menschen. Sie seien sogar bereit, dafür Mehrkosten in Kauf zu nehmen. Das gilt heute. Was in zehn Jahren sein wird, darüber wagt derzeit niemand eine Prognose. ■



Isabella Lehner Foto: Monika Aigner

ZITIERT

„Unsere Filialstrategie und das konsequente Investieren in die Digitalisierung, das ist kein Entweder-Oder.“

■ Isabella Lehner, Gruppenleiterin bei der Oberbank

### Online zuhause

Die 32-jährige Linzerin Isabella Lehner kam während ihres Studiums der Wirtschaftswissenschaften an der JKU als Praktikantin zur **Oberbank**. Obwohl sie als Schwerpunkt beim Studium Wirtschaftsprüfung und Organisationsentwicklung hatte, war sie dort beim Aufbau des Online-Auftritts der Bank maßgeblich beteiligt. Längst hat sie ihr Studium abgeschlossen, und seit Oktober leitet sie die Gruppe Online-Marketing und digitale Medien.



Miriam Wallnöfer Foto: Sparkasse OÖ

ZITIERT







„Für 95 Prozent unserer Kunden sind wir die Universalbank. Die sind mit uns offensichtlich zufrieden, auch wenn wir vielleicht etwas teurer sind.“

■ Miriam Wallnöfer, Sparkasse OÖ

### Quereinsteigerin

Als gelernte Einzelhandelskauffrau kam Miriam Wallnöfer (37) im Jahr 2001 eher zufällig zur **Sparkasse Oberösterreich**, wo sie die Karriereleiter nach oben kletterte. Seit 2015 ist sie Filialdirektorin in der Wiener Straße. Vier Filialen mit insgesamt 30 Mitarbeitern gehören zu ihrem Bereich. Sie ist stolz darauf, dass rund 95 Prozent ihrer Kunden die Sparkasse als Universalbank sehen und mit ihren finanziellen Anliegen die persönliche Beratung schätzen.

### ■ OBERÖSTERREICHS BANKEN IM VERGLEICH

						
Bilanzsumme in Mrd. Euro	40,3	20	12,01	7,17	2,9	2,26
Zahl der Geschäftsstellen	51	161	162	13	34	30
Mitarbeiter	5788	2137	1708	420	605	494
Betriebsergebnis in % der Bilanzsumme	1,4	0,93	0,9	0,28	0,46	0,26
Cost/Income-ratio	57,5	62,4	64,3	72,45	82,25	91,0
Kernkapitalquote	15,8	15,41	15,04	11,2	16,87	12,68

\*Einzelabschluss der AG 2017 nach UGB