Alexander Kregiel, Andreas Strunz

Strategie- und Planungsprozess in Zeiten disruptiven Wandels

Wie wird Banking in den nächsten Jahren aussehen?

Diese Frage steht im Fokus unserer Artikelserie **„Bank der Zukunft“**. An der These, dass wir angesichts einer Vielzahl von Megatrends wie Plattformökonomien, FinTechs und künstlicher Intelligenz inmitten eines disruptiven Wandels stehen, besteht inzwischen kein Zweifel mehr. Und disruptiv deshalb, weil wir davon ausgehen müssen, dass die Spielregeln einer gesamten Branche neu definiert werden.

Folgerichtig stellt sich jetzt die Frage: Wie müssen Banken in diesem Umfeld den Strategie- und Planungsprozess gestalten, um für die zukünftigen Herausforderungen gerüstet zu sein?

Klassischerweise wird einmal im Jahr die Geschäfts- beziehungsweise Unternehmensstrategie im Rahmen des Budgetplanungsprozesses in die Hand genommen: Die Vision beziehungsweise Mission wird diskutiert, eine SWOT-Analyse wird durchgeführt, Investitionen werden in der Budgetplanung niedergelegt und möglicherweise werden Maßnahmen in der Balanced Scorecard definiert. Und dann? Dann kehren allzu oft alle wieder zum Tagesgeschäft zurück. Veränderungen? Wenige bis keine. Im herausfordernden Alltag fällt es einfach schwer, ständig die übergeordnete Sichtweise im Blick zu behalten.

Doch warum sollte der Strategie- und Planungsprozess in disruptiven Zeiten überhaupt anders aussehen als sonst?

- Weil viele Paradigmen, die über Jahre hinweg als gesichert galten, heute so nicht mehr gelten (beispielsweise durch Negativzinsen, sich verändernde Kundenpräferenzen, digitale Kompetenzen der Kunden)
- Weil sich die Veränderungen mit immer rascherer Geschwindigkeit vollziehen (beispielsweise geringe Markteintrittsbarrieren für FinTechs, Time-to-Market technologischer Innovationen)
- Weil die Einschläge durch aufkommende Konkurrenz seitens der FinTechs und BigTechs immer näher kommen und daher die Strategieentwicklung zu einer Frage der Existenzsicherung wird

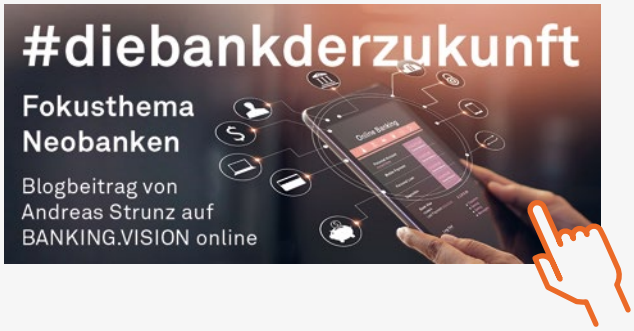
Im Rahmen der kommenden msgGillardon NEWS werden wir diese Fragestellungen vertiefen. Wir werden uns mit der Frage auseinandersetzen, was sich in Zeiten disruptiven Wandels anders gestaltet. Und wir werden Hinweise geben, wie sich Banken und Sparkassen im kommenden Strategie- und Planungsprozess besser darauf vorbereiten können.

In diesem Zusammenhang werden wir auf die Bank der Zukunft eingehen und die Frage diskutieren, wie stark die Veränderungsbereitschaft einer Bank ist. Unter anderem werden wir die Begriffe „Vision“ und „Mission“ einsortieren, Möglichkeiten zur Operationalisierung des Strategieprozesses beschreiben und Hinweise zum laufenden Strategieüberprüfungsprozess geben. Dabei helfen uns wichtige Werkzeuge wie KPIs und Dashboards oder die Funktionalität der agilen Strategieentwicklung.

msgGillardon bietet für diesen Prozess entsprechende Lösungen an: sowohl im Rahmen der Strategie- und Organisationsberatung als auch mit Softwareprodukten zur Bankplanung, zum Risikomanagement und Controlling (beispielsweise THINC, THINC.ICAAP).

Ansprechpartner

Andreas Strunz
Leiter CoC Financial Artificial Intelligence
andreas.strunz@msg-gillardon.de

Center of Competence
Financial Artificial
Intelligence

Alexander Kregiel
Partner Business Consulting
Bankstrategie & Bankplanung
alexander.kregiel@msg-gillardon.de