



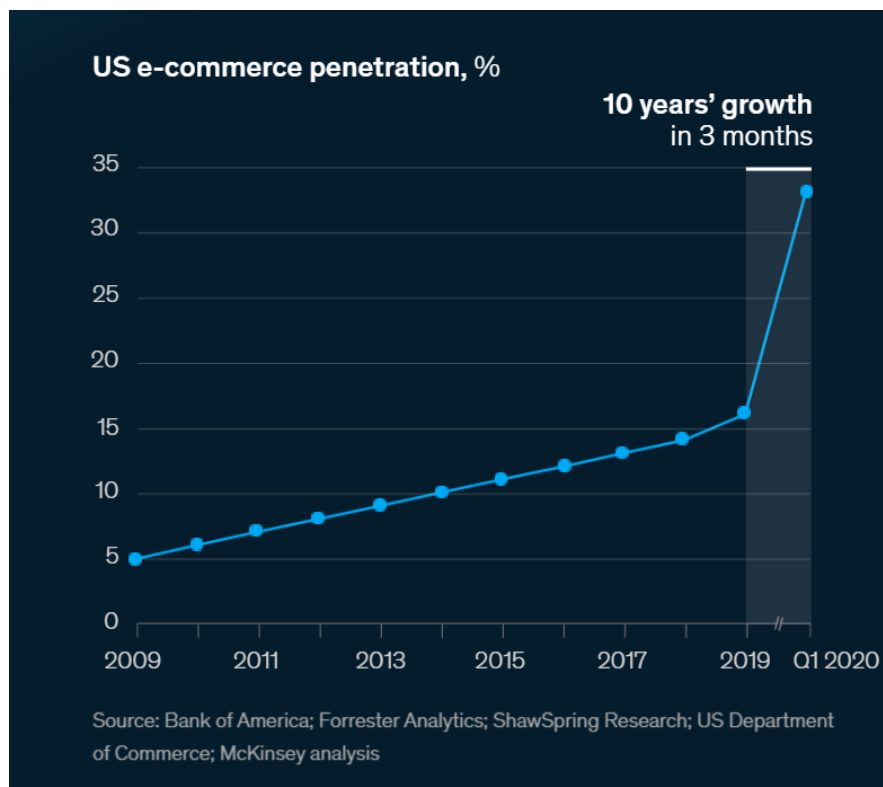
Tech &
Trends

Unsere "Neue Normalität" und ihre Auswirkungen auf die Finanzindustrie

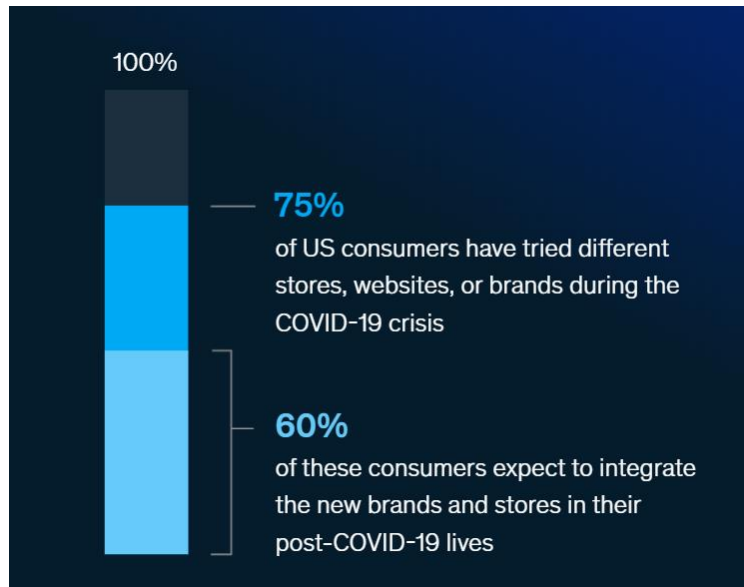
9. Dezember 2020

In nur wenigen Monaten der COVID-19-Krise haben wir mehrere Veränderungen in der Wirtschaft beobachtet. Bei Belvoir verwandelten wir Vorstandssitzungen in virtuelle Diskussionen über Zoom und begannen, Technologie und digitale Plattformen in alltägliche Aufgaben und Abläufe zu integrieren. Diese neue Art der Arbeit wird nicht verschwinden, da unsere Art zu arbeiten, zu kommunizieren und als Unternehmen zu wachsen sich permanent verändert hat, und dies ist nicht nur die Realität für Belvoir, sondern für die gesamte Investment- und Bankenbranche.

Bereits vor der Pandemie hatten sich die Verbraucher an Online- und digitale Dienste gewöhnt. Die COVID-19-Krise hat diese digitalen Verhaltensmuster jedoch massiv beschleunigt. Nehmen Sie den E-Commerce als ein kurzes Beispiel: In dem Jahrzehnt vor der Krise wurden nur 15% der Einzelhandelskäufe online getätigt. Nun ist dieser Anteil in nur wenigen Monaten auf fast 35% gestiegen und es ist unwahrscheinlich, dass die Verbraucher in alte Muster zurückfallen.



Um mit diesen digitalen Anforderungen Schritt halten zu können, müssen Unternehmen schnell die technologischen Entwicklungen annehmen und die Art und Weise ändern, wie Geschäfte gemacht werden. Vor allem der Finanzsektor muss digitale Dienstleistungen anbieten, um die Erwartungen eines technisch versierteren Publikums zu erfüllen.



Dies ist eine Wachstumschance für die Finanzindustrie; die Gewinnung neuer Kunden ist für die Expansion unerlässlich. Dies sollte jedoch auch als Warnung dienen: Wenn Kunden mit dem Service, den sie erhalten, nicht wirklich zufrieden sind, werden die Hürden für einen Wechsel des Finanzberaters oder der Anlageplattform weiter schrumpfen. Die Kunden werden mehr Macht übernehmen und weiterhin auf verbesserte und rationalisierte Dienstleistungen drängen. Wenn Sie jedoch einen agilen Best-in-Class-Service anbieten, wird ein Kunde nicht versucht sein, Sie gegen einen einfacheren, digitalen und effizienteren Service einzutauschen.

In seinem [Live-Webinar](#) mit dem Titel "Five Priorities for Rapid Revenue Recovery during COVID-19" erläutert McKinsey & Company einen detaillierten Plan für alle Sektoren, wie mit den aktuellen Herausforderungen umgegangen werden soll. Wir haben diese Vorschläge speziell auf den Banken- und Finanzsektor angewandt:

- **Multi-speed management.**

Nachdem die Märkte wieder öffnen, ist es für das Management von entscheidender Bedeutung, einen detaillierten Plan zu erstellen, der die aus dieser Krise gezogenen Lehren nutzt und aufzeigt, wie diese Erfahrungen zur Verbesserung des Geschäfts genutzt werden können. Dieser Plan sollte über die COVID-19-Krise hinausblicken und sich mit der Frage befassen, wie das Unternehmen agiler werden kann, um für eine zukünftige Krise oder Wendung der Ereignisse gerüstet zu sein. Dieser Plan sollte

kundenorientiert sein und speziell auf die Kundenerwartungen und die Anforderungen zukünftiger Kunden in dieser neuen, digitaleren Welt eingehen.

- **Business reimagination.**

Für Kundenbetreuer könnte dies eine Neubewertung der Kunden- und Investorenerwartungen bedeuten. Haben sich die Erwartungen seit dieser Pandemie verändert? Werden zukünftige Kunden mehr digitale Erfahrungen erwarten? Über die Kundenbeziehungen hinaus sollten die Anlageverantwortlichen neu bewerten, welche Sektoren und Themen nach der Pandemie ein vielversprechendes Wachstum aufweisen. Schließlich sollten Führungskräfte und CEOs ihre Dienstleistungen und Angebote neu bewerten und sich eingehender damit befassen, wie sie den Kunden in dieser "neuen Normalität" bessere Lösungen anbieten können.

- **Granulare Granularität.**

Dieses Jahr war für die Investmentbranche ein volatiles Jahr. Einer der schnellsten Einbrüche und Wiederaufschwünge auf dem Markt hat die Portfoliomanager und Anlageverantwortlichen ziemlich beschäftigt, während die Investoren etwas zögerlich waren, in diesen unzuverlässigen Markt einzusteigen. Um Unternehmen wieder auf einen Wachstumskurs zu bringen, müssen die Unternehmen schnell erkennen, woher die Nachfrage kommt und welche Möglichkeiten sich bieten. Dazu könnte die Analyse von Marktdaten erforderlich sein (Welche Sektoren verzeichnen ein Wachstum? Welches sind die am schnellsten wachsenden Finanzsektoren?) und Daten auf Kundenebene (Kundensegmentierung: Welches Alter haben neue Kunden? Welches Geschlecht? Wie sind ihre Ausgabenmuster?). In der Investmentbranche könnte eine Ebene darin bestehen, neue Bereiche von Investitionsmöglichkeiten wie Biotechnologie, die Kreislaufwirtschaft oder das Hinzufügen einer Ebene des Risikomanagements zu überdenken und zu erforschen.

- **Virtuelle Agilität.**

Nutzung virtueller Kanäle durch Umverdrahtung von Systemen, um Geschwindigkeit und Agilität zu priorisieren. Dies bedeutet, Ihrem Team die Werkzeuge und Technologien zur Verfügung zu stellen, die es benötigt, um für seine Kunden da zu sein, entweder im Büro oder virtuell. Es ist an der Zeit, neue Technologien zu implementieren und sie zur Rationalisierung der Arbeit einzusetzen. Es ist wichtig, beim Voranschreiten agil zu sein, denn wenn diese Pandemie etwas bewiesen hat, dann, dass sich die Dinge im Handumdrehen ändern können.

- **Selbstfinanziertes Wachstum.**

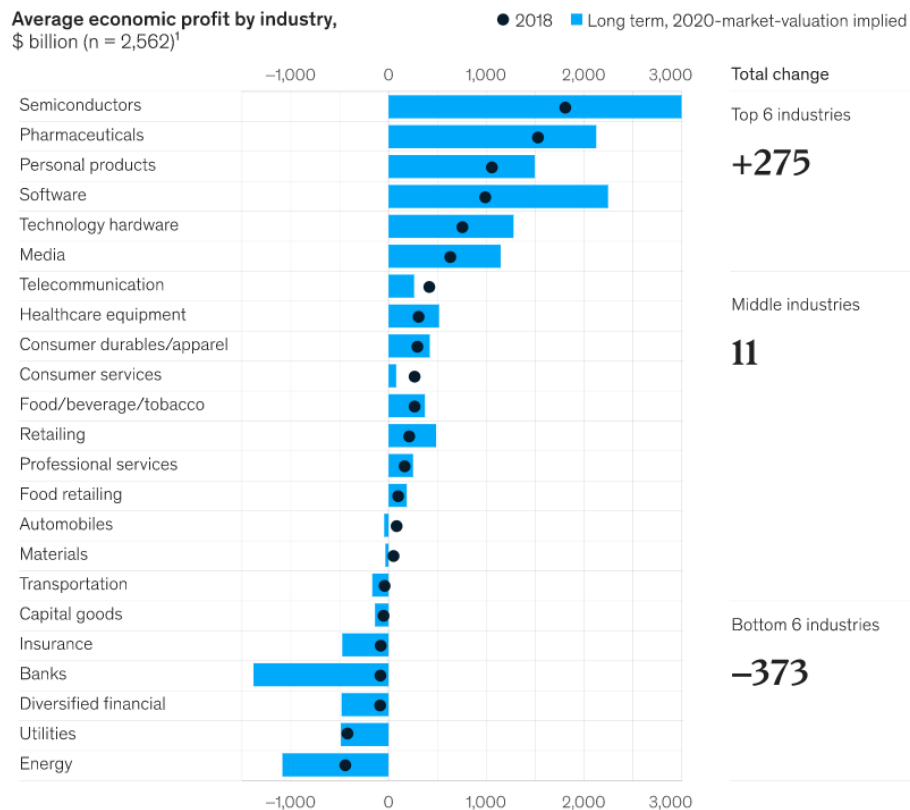
Aufgrund der neuen Technologien und der Notwendigkeit einer kosteneffizienteren Struktur ist es an der Zeit, neu zu evaluieren, welche Aktivitäten am besten intern durchgeführt und welche am besten ausgelagert werden. Es ist wichtig zu erkennen,

dass Ihr Team nur so viel bewältigen kann. Führungskräfte sollten darauf achten, wann es an der Zeit ist, mehr Mitarbeiter einzustellen, oder wann es an der Zeit ist, einige Tätigkeiten an vertrauenswürdige Partner auszulagern.

COVID-19 hat eine neue Struktur und Arbeitsweise geschaffen, die hyperfokussiert auf die Lieferung von Mehrwert an Kunden ausgerichtet ist, und dies ist mit einem flinkeren und agileren Unternehmen möglich. Durch die Berücksichtigung der oben erläuterten Punkte können Finanzdienstleistungsunternehmen folgendes erreichen:

- Beschleunigung und Delegation der Entscheidungsfindung
- Verbesserung der Exzellenz der Ausführung
- Pflege außergewöhnlicher Partnerschaften
- Entfesselung flinker, befähigter Teams

The best industries are getting better, and the worst are getting worse.



¹Largest nonfinancial companies by revenue in 2018 with data for 2003–18 available.
Source: Corporate Performance Analytics by McKinsey

Die Finanzindustrie kann die neuen Technologien im FinTech- und DeFi-Bereich in vollem Umfang nutzen, und diejenigen, die dies tun, werden in Zukunft eine stärkere Position haben. Diejenigen, die nicht in der Lage sind, sich schnell zu bewegen und den Kunden das anzubieten, was sie brauchen, könnten Schwierigkeiten haben, neue Kunden zu gewinnen oder, schlimmer noch, bestehende Kunden verlieren. Von dieser "neuen Normalität" werden sowohl kleine als auch große Unternehmen mit innovativen Ideen und agilen Teams profitieren.



Alizé Marchand

Belvoir Capital AG

Alizé Marchand verfügt über einen Hintergrund in den Bereichen Vermögensverwaltung, nachhaltige Investitionen und digitales Marketing. Sie hat ein tiefes Verständnis der Finanzdienstleistungsbranche, der nächsten Generation von Investoren und der Wahrnehmung der sich entwickelnden Erkenntnisse und Trends im Finanzbereich. Alizé hat das einzigartige Wissen, um digitale Plattformen wirksam einzusetzen und arbeitet an der Schaffung innovativer Inhalte für Belvoir Capital.

Diese Publikation dient ausschliesslich zu Ihrer Information und stellt kein Angebot, keine Offerte oder Aufforderung zur Offertenstellung und/oder zum Kauf oder Verkauf von Anlageprodukten dar. Die in dieser Publikation enthaltenen Informationen und Meinungen stammen aus zuverlässigen Quellen. Dennoch lehnt die BELVOIR CAPITAL AG jede vertragliche oder stillschweigende Haftung für falsche oder unvollständige Informationen ab. Alle Informationen und Meinungen können sich jederzeit ohne Vorankündigung ändern.

KONTAKT

BELVOIR CAPITAL AG
Beethovenstrasse 9
CH-8002 Zürich
+41 (0) 44 206 30 40
info@belvoircapital.com

