

The background of the slide is a photograph of a modern building's facade, characterized by sharp, angular lines and a grid of windows. The lighting is dramatic, with a color gradient from deep purple on the left to bright blue on the right, creating a sense of depth and architectural complexity.

# Die Top Trends im Firmenkundenbereich

August 2022

# Um wettbewerbsfähig zu bleiben, beobachten wir unter anderem fünf Trends, mit denen sich Banken beschäftigen.



# Trend 1: Customer Experience und Individualisierung gewinnt auch im Firmenkundenbereich an Bedeutung

Die Bedeutung von **Customer Experience** und **Individualisierung** ist nun auch im Firmenkundenbereich angekommen.

Gewinner sind Banken, die Kund:Innen kontinuierlich in das Zentrum ihrer Geschäftstätigkeit stellen.



## Antizipation & Verständnis von Bedürfnissen

- Nutzung von D&A zur effizienten & zielgerichteten Potenzialidentifizierung
- Einspielen der Betreuungshinweise ins CRM
- Proaktiver Vorschlag eines individuellen Angebots

## Modulares Produktangebot

- Angebot von zielgerichteten Lösungen, bei gleichzeitiger Komplexitätsreduzierung trotz Heterogenität des Segments
- Flexibilität und Entscheidungsfreiheit für Firmenkund:Innen

## Zukunftsbezogene Segmentierung

- Ablösung klassischer Segmentierungsmethoden (zB nach Umsatz oder Regionen)
- Heranziehen zukunftsbezogener Kriterien zB Share of Wallet, Bedürfnisse (Stichwort: Personas), Potenziale; Unternehmensphase

## Unternehmenszyklus und B2B Customer Journeys

- Klares Verständnis aller Schnittstellen der Kundeninteraktion (Touchpoints) und der wichtigsten Kundenmomente (Moments of Truth)
- Aktive Gestaltung der Touchpoints abgestimmt auf die jeweilige Phase des Unternehmens (Gründung, Wachstum, Reife, Expansion)

## Trend 2: B2C Digitalisierungsgrad lässt die Erwartungen auch im B2B Bereich steigen

Firmenkund:Innen haben heute höhere **Anforderungen** an ihre Banken aufgrund der Erfahrungen im B2B-Bereich.

Sie erwarten hochwertige und **miteinander verknüpfte Plattformen** und ziehen auch branchenfremde Benchmarks wie Amazon oder Uber heran.



### Auswirkung auf die Produkte/Services und Beratung

#### Integration des Bankings in Kundenprozesse

- Nutzung von Technologien wie zB API zur Verknüpfung und Integration von Bankenanwendungen in ERP-Systemen von Firmenkund:Innen
- Automatisierung und Vereinfachung von Finanz-, und Treasury-Prozessen zB durch Abruf von Liquidität und Working Capital-Daten in Echtzeit durch vereinfachten Datenaustausch

#### Convenience & Self-Service

- Erweiterung des „on-the-go“ Bankings durch neue Features in den Banking Apps
- „Super apps“ zur Verwaltung aller finanziellen Angelegenheiten (wie bei der PayPal App für B2C), zB Rechnungen direkt im E-Banking oder digitales Vertragsarchiv

#### Spannungsfeld Automatisierung & Mensch

- Automatisierung der Dienstleistungen auf Vormarsch
- In Zukunft kaum Unterschiede zwischen Chat-/Videobot und menschlicher Beratung
- Fokus der Berater:Innen auf qualitativer und persönlicher Ebene (vor Ort sein)

#### Sofort-Kreditvergabe

- Beurteilung der Kreditwürdigkeit vermehrt durch datengetriebene und kognitive Tools (AI und ML-Technologie)
- Erhöht Genauigkeit und Schnelligkeit der Kreditbeurteilung
- Kreditvergabe in Zukunft in wenigen Minuten auch für Firmenkund:Innen

## Trend 3: Um weiterhin als Bank profitabel wirtschaften zu können, ist der Blick in Richtung Beyond Banking unumgänglich

Banken überdenken vermehrt ihre Tätigkeitsbereiche, um den erhöhten Anforderungen der Kund:Innen gerecht zu werden.

„**Beyond Banking**“ ist dabei ein neues potenzielles Differenzierungsmerkmal für Banken



### Auswirkung auf die Produkte/Services und Beratung

#### „Out-of-the box“-Produkte & Services

- Kundenerwartungen an Banken gehen über klassische Bankprodukte hinaus
- Moderne Produkt- und Serviceangebote beinhalten Bilanzbenchmarking, Finanzamtsleistungen oder Produktivitätstools

#### Ökosysteme

- Schaffung eines Marktplatzes für vorhandene Kundenbasis, wo diese sich gegenseitig ihre Produkte & Services anbieten (Verdienst aus Vermittlung)
- Orchestration der kommerziellen Banking-Ökosysteme über FinTechs

#### Banking as a Service

- Vertrieb von Bankleistungen über Dritte an deren Endkund:Innen – Bank als Produktlieferantin
- Partnerschaft zur Vergabe von Kredite zwischen Banken und BigTechs zB Goldman Sachs und Amazon zur Vergabe von Krediten bis USD 1 Mio in Echtzeit an Händler

#### Kundenberater:Innen als Ambassadors

- Cross-Selling Potenzial durch Beyond Banking-Angebot
- Kundenberater:In als Katalysator für die neuen Services -> Sicherstellung einer offenen Haltung und Kulturwandel

## Trend 4: Der Nachhaltigkeitsboom ist ein mögliches Differenzierungsmerkmal für Banken

Die regulatorischen und gesellschaftlichen Anforderungen in Bezug auf das **Thema ESG** steigen. Dabei ist es schwierig den Überblick zu behalten. ESG kann ein potenzielles **Differenzierungsmerkmal** und zusätzliches Ertragspotenzial für Banken darstellen.



### Auswirkung auf die Produkte/Services und Beratung

#### Überarbeitung Produkt- & Serviceangebote

- Einführung ESG-konformer Produkte und Services zB Grüne Kredite, Analyse des CO2-Abdrucks der Firmenkund:Innen inkl Vergleich zu Peergroup
- Kooperationen mit Anbieter:Innen, die Energiewende vorantreiben zB PV Anlagen sowie Berücksichtigung der Entwicklung in Richtung Abo-Modelle für nachhaltigeres Wirtschaften

#### ESG als Bewertungskriterium

- Anreicherung der Kreditrisikobewertung und Preisgestaltung mit ESG-Kriterien zB mittels KPMG CLIMAID
- Ausschluss von diversen nicht ESG-konformen Branchen als Kund:Innen

#### Kund:Innen verstehen & proaktiv „führen“

- Tiefgehendes Verständnis der Berater:Innen für Geschäftsmodell, Branche, Regulatorik, und Risiken der Wertschöpfungskette der Kund:Innen
- Proaktives Aufzeigen von Möglichkeiten zur nachhaltigen Gestaltung des Geschäfts

#### Begleitung zu mehr Nachhaltigkeit

- Regelmäßige Integration von ESG in die Beratungsgespräche
- Erhebung ESG-Konformitätsanalyse und Angebot passender nachhaltiger Lösungen

# Trend 5: Hybride und übergreifende interne/ externe Zusammenarbeit als Erfolgsrezept der Zukunft

Erfolgreiche Banken der Zukunft arbeiten sowohl **intern bereichsübergreifend als auch extern mit Kooperationspartner:Innen zusammen.**

Die Nutzung von hybriden Methoden der Zusammenarbeit gewinnt an Bedeutung



## Auswirkung auf die Produkte/Services und Beratung

### Spezialisierung auf Kernbereiche

- Abdeckung der gesamten Produktpalette ist für viele Banken zu kapitalintensiv
- Spezialisierung auf Kernbereiche und Komplementierung durch Konkurrenzprodukte als neues Zukunftsbild vieler Banken, um die komplexen Firmenkundenbedürfnisse bedienen zu können

### Kundeneinbindung bei Innovationen

- Steigende Relevanz von Kunden- und Mitarbeiterfeedbacksystemen (VoC/VoE) zur Ermittlung von Pain & Gain Points
- Bereichs- & hierarchieübergreifende Bearbeitung der Pain Points zB über DesignSprints inkl Einbindung der Kund:Innen bei der Lösungsverprobung

### Kunden- statt Produktorientierung

- Ausrichtung der Organisation gemäß der Kundenbedürfnisse
- Zusammenarbeit bei der Kundenbetreuung mit Datenanalyst:Innen, Segmentmanager:Innen, Marketing- und Firmenkundenbetreuer:Innen

### Kundenberater:Innen als zentrale Drehscheibe

- Umfassende Betreuung statt Expertentum in der Firmenkundenberatung – Hinzuziehen von Expert:Innen bei Bedarf
- Kundenberater:Innen der Zukunft mit technischem und digitalem Know-how sowie weitreichendem internen und externen Netzwerk

## Kontakt

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an einen unserer Experten oder besuchen Sie uns unter [kpmg.at](https://www.kpmg.at)



**Alexander Lippner**  
Partner

T +43 664 8161085  
E [alippner@kpmg.at](mailto:alippner@kpmg.at)



**Florian Reindl**  
Director Advisory

M +43 664 816 1227  
[freindl@kpmg.at](mailto:freindl@kpmg.at)



**Peter Fritsch**  
Senior Manager Advisory

M +43 664 816 0997  
[pfritsch@kpmg.at](mailto:pfritsch@kpmg.at)

[kpmg.at](https://www.kpmg.at)



© 2022 KPMG Advisory GmbH, eine österreichische Gesellschaft mit beschränkter Haftung und ein Mitglied der globalen KPMG Organisation unabhängiger Mitgliedsfirmen, die KPMG International Limited, einer private English company limited by guarantee, angeschlossen sind. Alle Rechte vorbehalten.

Die enthaltenen Informationen sind allgemeiner Natur und nicht auf die spezielle Situation einer Einzelperson oder einer juristischen Person ausgerichtet. Obwohl wir uns bemühen, zuverlässige und aktuelle Informationen zu liefern, können wir nicht garantieren, dass diese Informationen so zutreffend sind wie zum Zeitpunkt ihres Eingangs oder dass sie auch in Zukunft so zutreffend sein werden. Niemand sollte aufgrund dieser Informationen handeln ohne geeigneten fachlichen Rat und ohne gründliche Analyse der betreffenden Situation. Unsere Leistungen erbringen wir vorbehaltlich der berufsrechtlichen Prüfung der Zulässigkeit in jedem Einzelfall.