

Abstract

Titel: Die Neupositionierung des Schweizer Retail Bankings und die damit verbundene Transformation des Geschäftsmodells

Kurzzusammenfassung: Die Retail Banking Branche ist mit Herausforderungen historischen Ausmasses konfrontiert. Der Veränderungsdruck ist stark wie nie zuvor und ganze Geschäftsmodelle stehen zur Disposition. Und dennoch: Ein Markt im rasanten Wandel bietet die Möglichkeit, sich neu zu positionieren und sich für die Zukunft in eine gute Ausgangslage zu bringen. Auch in diesem schwierigen Umfeld sind Profitabilität und Wachstum möglich. An diesem Punkt setzt die vorliegende Arbeit an und analysiert systematisch die Zukunftsfähigkeit des aktuellen generischen Geschäftsmodells von Schweizer Retail Banken im Kontext der veränderten Rahmenbedingungen.

Verfasser: Lukas Huber

Herausgeber: Prof. Dr. Rigo Tietz

Veröffentlichung: 1. Juli 2016

Zitation: Lukas Huber, 2016, Die Neupositionierung des Schweizer Retail Bankings und die damit verbundene Transformation des Geschäftsmodells.

FHS St.Gallen – Hochschule für Angewandte Wissenschaften: Masterarbeit MSc in Business Administration

Schlagworte: Geschäftsmodell, Retail Banking, Handlungsempfehlungen, Neuausrichtung, Neupositionierung, Omni-Channel

Ausgangslage

Stagnierende Ertragspotenziale, ein intensiver Wettbewerb, die historische Niedrigzinsphase in Verbindung mit der globalen Finanzkrise, veränderte Kundenbedürfnisse, problematische Kostenstrukturen sowie ein hoher regulatorischer Druck. – Die Retail Banking Branche ist mit Herausforderungen historischen Ausmasses konfrontiert. Der Veränderungsdruck ist stark wie nie zuvor und ganze Geschäftsmodelle stehen zur Diskussion. Und dennoch: Ein Markt im rasanten Wandel bietet die Möglichkeit, sich neu zu positionieren und sich für die Zukunft in eine gute Ausgangslage zu bringen. Auch in diesem schwierigen Umfeld sind Profitabilität und Wachstum möglich. Demnach besteht die eigentliche Herausforderung für Banken darin, eine adäquate Reaktion zu zeigen und ein zukunftsfähiges sowie nachhaltiges Geschäftsmodell zu entwickeln.

Ziel

An diesem Punkt setzt die vorliegende Arbeit an und analysiert systematisch die Zukunftsfähigkeit des aktuellen generischen Geschäftsmodells von Schweizer Retail Banken im Kontext der veränderten Rahmenbedingungen. Im Zentrum der vorliegenden Arbeit stehen demzufolge die folgenden zwei Forschungsfragen:

1. *Inwiefern hat sich das generische Geschäftsmodell der Schweizer Retail Banking Branche seit Ausbruch der Finanzkrise verändert?*
2. *Welche Transformationen sind notwendig, um die gegenwertigen Herausforderungen erfolgreich meistern zu können und nachhaltig profitabel aufgestellt zu sein?*

Vorgehen

Die Annäherung an die Thematik erfolgt in der vorliegenden Arbeit sowohl in Form einer Primär- als auch Sekundärforschung, um die formulierte Fragestellung umfassend zu beantworten. An der durchgeführten qualitativen Untersuchung beteiligten sich verschiedene Experten aus der Retail Banking Branche, die wertvolle Beiträge und neue Erkenntnisse beisteuerten.

Erkenntnisse

Der Transformationsbedarf ist offensichtlich und so hinterfragen im Moment alle Banken ihre Geschäftsmodelle kritisch und prüfen zielführende Veränderungsmassnahmen. Während dem es in den vergangenen Jahren allerdings eher darum ging, Effizienzgewinne zu realisieren, um die Kostenstruktur zu verbessern, muss die zukünftige Ausrichtung darauf abzielen, die Effektivität zu erhöhen und neue Ertragsquellen aufzuspüren. Die Umsetzung von solch tiefgreifenden Veränderungsprojekten, mit dem Ziel das Geschäftsmodell nachhaltig anzupassen, kann allerdings nicht von heute auf morgen bewerkstelligt werden. Im Rahmen der vorliegenden Arbeit wurden sechs Handlungsempfehlungen erarbeitet, um eine nachhaltige und langfristig ausgerichtete Geschäftsmodelltransformation einzuleiten und damit einhergehend neue vielversprechende Chancen zu nutzen.