

# Pressemitteilung

Gemeinsame Untersuchung mit Prof. Dr. Heinemann, Leiter des eWeb Research Centers der Hochschule Niederrhein

## Plattformökonomie im Banking – Studie deckt Potenziale in der Sparkassen-Finanzgruppe auf

**Berlin, 13. Mai 2020: Eine gemeinsame Studie von FINMAS und Herrn Prof. Dr. Gerrit Heinemann, vom eWeb Research Center der Hochschule Niederrhein, analysiert die Entwicklungen im bankfremden E-Commerce und überträgt die Ergebnisse auf das Banking. Sie erhebt die Digital Readiness der Sparkassen-Finanzgruppe, zeigt auf, welche Mehrwerte die Institute ihren Kunden künftig bieten müssen, betrachtet verschiedene plattformökonomische Geschäftsmodelle und gibt konkrete Handlungsempfehlungen für die strategische Weiterentwicklung von Geschäftsmodellen.**

Plattformökonomie gewinnt in der Finanzbranche zusehends an Bedeutung. Sie verändert etablierte Geschäftsmodelle so umfassend und gründlich, wie es noch kein anderer technischer Wandel vermochte. Kunden übertragen die auf global etablierten Plattformen wie Amazon, Facebook und Co. erlebten Services verstärkt auf ihre Anforderungen an modernes Banking. Sie erwarten von ihrer Bank ein lösungsorientiertes, transparentes und anbieterunabhängiges Leistungsangebot, das per Knopfdruck abrufbar ist. Die Sparkassen-Finanzgruppe muss sich diesen Herausforderungen stellen und Voraussetzungen schaffen, die eine plattformökonomische Weiterentwicklung ihrer Geschäftsmodelle ermöglichen, so ein Ergebnis der Studie.

„Die Plattformökonomie basiert auf der Theorie zweiseitiger Märkte. Diese verbinden zwei Interaktionspartner miteinander, ähnlich wie bei den Börsen oder Auktionen“, erklärt Dr. Gerrit Heinemann, Professor für Betriebswirtschaftslehre, Management und Handel. Der wissenschaftliche Leiter der Studie erläutert weiter: „Typisch sind indirekte Netzwerkeffekte zwischen den Partnern, die für eine Skalierung ursächlich sind. Je mehr Nutzer eine Plattform hat, desto interessanter ist sie für Anbieter, die gegen Vergütung die Plattform als Intermediär nutzen und die Umsätze treiben. Der höhere Umsatz ermöglicht Investitionen in die Plattform, was wiederum immer mehr User anzieht. Erfolgsfaktoren sind Reichweite, Skalierbarkeit, Kundenzentrierung und Erfüllung der Regulatorik.“

Der Autor zahlreicher Fachbücher zu Themen wie Digitalisierung, Online- und Multi-Channel-Handel, ergänzt: „Moderne Geschäftsmodelle in der Plattformökonomie zeichnen sich dabei durch einen technologisch unterstützten All-in-one-Ansatz aus und verbinden Bankdienstleistung mit banknahen sowie bankfremden Produkt- und Serviceangeboten. Klassische Wertschöpfungsketten werden hierdurch horizontal erweitert und bieten Kunden sowie Anbietern Mehrwerte. Erfolgreiche Geschäftsmodelle paaren dabei Inside-Out-Ansätze, bei denen unternehmenseigene Leistungen Dritten verfügbar gemacht werden, mit Outside-In-Ansätzen. Diese ermöglichen eine breite Besetzung der Kundenschnittstelle mit bisher nicht angebotenen Produkten und Services, welche über dritte Kooperationspartner bezogen werden.“

„Wir zeigen mit der Studie auf, welche Mehrwerte Sparkassen ihren Kunden künftig bieten müssen und arbeiten konkrete Handlungsempfehlungen für die strategische Weiterentwicklung von Geschäftsmodellen heraus“, so Klaus Kannen, Geschäftsführer der FINMAS GmbH, die 2009 als gemeinsame Initiative des Ostdeutschen Sparkassenverbandes (OSV) und der Hypoport SE als Technologiepartner gegründet wurde. „Dabei steht die Frage im Mittelpunkt, wie wir dem Kunden neben Bankdienstleistungen auch bankfremde Services anbieten können, um hierdurch Provisionserlöse zu steigern, Wettbewerbsvorteile zu generieren und den Kunden nachhaltig zu binden.“

Nähere Informationen zur Studie und der Möglichkeit, diese und angrenzende Dienstleistungen zu beziehen, finden Sie unter [www.finmas.de/plattformstudie](http://www.finmas.de/plattformstudie).

## **Über die FINMAS GmbH**

Digitale Finanzmarktplätze für Sparkassen - FINMAS gestaltet digitale Ökosysteme und bietet innovative End-2-End Lösungen. Diese dienen der finanziellen Erfüllung von Kundenwünschen und stärken die Customer Journey, beginnend bei der ersten Idee bis hin zu einer festen und erfolgreichen Kundenbeziehung. Durch Schaffung von Transparenz und Flexibilität für Endkunden ist es Ziel, die Sparkassen zu befähigen und zu unterstützen die Schnittstelle zum Kunden exklusiv zu besetzen. Moderne Datenanalyse unterstützt dieses gemeinsame Handeln.

## **Pressekontakt**

FINMAS GmbH  
Klosterstraße 71  
10179 Berlin  
Internet: [www.finmas.de](http://www.finmas.de)

Winnie Wahnschaffe  
Referentin für Marketing und Kommunikation  
Tel.: +49 (0)30 / 42086 - 1108  
E-Mail: [presse@finmas.de](mailto:presse@finmas.de)