

Abstract

Digital Leadership – Erfolgreich führen in der digitalen Transformation im Retail Banking

Kurzzusammenfassung Banking 4.0 setzt digitale Führung voraus. Aktuell befindet sich die Finanzbranche in der digitalen Transformation, wobei der Wandel mit einer hohen Dynamik voranschreitet. Führungskräfte sollen die Zeit nutzen, ihre Kompetenzen entlang der evaluierten Erfolgsdeterminanten von Digital Leadership weiterzuentwickeln. Für den erfolgreichen digitalen Wandel wird eine hohe Managementattention zum Thema Digitalisierung vorausgesetzt. Die aktive Erarbeitung der neuen Kultur gilt als Fundament und bildet die Grundvoraussetzung für eine erfolgreiche Orchestrierung der fortführenden Themen: Faktor Mensch, Digital Mindset, Netzwerk anstelle Hierarchie und Führung im Vertrieb als Erfolgsfaktor.

Verfasserin Madlene Breitenmoser (BSc ZFH in Betriebsökonomie)

Herausgeber Prof. Dr. Lukas Scherer, oec. HSG

Veröffentlichung 05. Juli 2019

Zitation Madlene Breitenmoser, 2019, Digital Leadership – Erfolgreich führen in der digitalen Transformation im Retail Banking.

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

Schlagworte Digital Leadership, Digital Transformation, Retail Banking

Ausgangslage

Es findet ein revolutionärer Wandel in der Finanzbranche statt. Die Verschmelzung der physischen und webbasierten Technologien bezeichnet die Branche als Banking 4.0. In einer hierarchisch getriebenen Bankenwelt werden Prozesse automatisiert und Produkte, sowie klassische Beratungen digitalisiert. Der Ursprung liegt in der Finanzkrise 2008/2009, wo radikale Kostensparpakete geschnürt wurden. Das Retail Banking gilt als standardisiertes Massengeschäft einer Bank und ist gezeichnet durch Skaleneffekte und Effizienzsteigerungen, um Wettbewerbsvorteile zu erzielen. Die Kundenbedürfnisse sollen vermehrt ins Zentrum gestellt werden, wobei eine Verlagerung hin zu einer Pull-Nachfrage festzustellen ist. Die Banken versuchen diese veränderte Nachfrage mit einer effektiven, digitalisierten Omnichannel-Strategie zu befriedigen. Die Tatsache, dass die digitale Transformation unausweichlich wird, stellt speziell Führungskräfte vor grosse Herausforderungen. Sie sind es, welche die strategischen Stossrichtungen des Managements hin zur Digitalisierung operationalisieren müssen mit ihren Teams.

Ziel

Die Arbeit liefert eine Erklärung zur Bankenform Retail und begründet die Wichtigkeit der digitalen Transformation. Sie liefert zudem eine Erklärung zu den themenbezogenen Begrifflichkeiten, Digital Transformation und Digital Leadership im Kontext der Schweizer Retail Banken. Ziel der Masterthesis ist es, aus Theorie und Praxis eine Nennung der Erfolgsdeterminanten zu Digital Leadership aufzuzeigen. Entlang dieser sollen die Vor- und Nachteile der KPI-gesteuerten Zielsetzung genannt und eine Handlungsempfehlung abgeleitet werden.

Vorgehen

Anhand einer initialen Literaturrecherche werden die themenbezogenen Begriffe definiert und modellhaft zusammengefasst. Mit qualitativen Tiefeninterviews wird das Verständnis von Digital Leadership und Transformation, sowie die individuellen Erfahrungen der Experten zum Zielvereinbarungsprozess erfragt. Die Erkenntnisse werden graphisch in einem Modell festgehalten. Dieses Modell basiert auf einem iterativen Prozess, wobei es im Verlauf der Arbeit angepasst und ergänzt wird.

Erkenntnisse

Die Ergebnisse aus den Interviews widerspiegeln das Bild der Literaturrecherche. Es sind keine einheitlichen Definitionen der Begrifflichkeiten abzuleiten. Die Erkenntnisse aus der Praxis erweitern das ursprüngliche Modell. Eine hohe Managementattention, sowie der Einfluss der

Kultur werden als Grundvoraussetzung für einen erfolgreichen Transformationsprozess erachtet. Die Annahme, dass Führung auch in der digitalen Transformation eine hohe Wichtigkeit hat, wird bestätigt. Es lassen sich mehrere Erfolgsdeterminanten zur digitalen Führung ausmachen, diese sind unter anderem die Vorbildfunktion leben, vernetzt Denken und Handeln, mutig und offen gegenüber Veränderungen sein und den Mitarbeitern das nötige Vertrauen schenken. Speziell in einer risikoaversen Branche spricht man dabei von einer beidhändigen Führung. Nur eine selbstreflektierte Führungskraft, welche sich ihrer Stärken und ihres Entwicklungspotenzials bewusst ist, wird die eigenen Mitarbeiter erfolgreich durch die digitale Transformation begleiten können.