

Bücher

Geschäftsmodelle der nächsten Generation

Oliver Everling/Robert Lempka (Hrsg): Finanzdienstleister der nächsten Generation. Die neue digitale Macht der Kunden, 1. Auflage, 462 Seiten, gebunden, Frankfurt School Verlag, Frankfurt am Main, 2013, ISBN 978-3-940913-62-3, 59,90 Euro

Vor drei Jahren erregte der US-Amerikaner Brett King mit seinem Buch „Bank 2.0“ großes Aufsehen. Der Gründer der Movenbank stellte anschaulich die Auswirkungen des veränderten Kundenverhaltens und der technologischen Innovationen auf die Zukunft der Finanzdienstleistungen dar. Das Werk avancierte in kürzester Zeit zum Bestseller und galt vielen Verantwortlichen in der Branche als Fundus frischer Ideen für das zukünftige Bankgeschäft. Seit Ende letzten Jahres gibt es dieses Werk in neuer Auflage als „Bank 3.0“.

Einen ähnlichen Spannungsbogen wie die beiden Bücher von Brett King umfasst der vorliegende Herausgeberband von Oliver Everling und Robert Lempka. Ausgangspunkt sind auch hier die dramatischen Auswirkungen von Internet und digitaler Revolution auf Gesellschaft und Wirtschaft im Allgemeinen und Finanzbranche im Speziellen. In insgesamt 27 Beiträgen stellen zahlreiche Autorinnen und Autoren die entsprechenden Trends vor, diskutieren mögliche Anpassungsprozesse und neue Geschäftsmodelle und geben Ausblick auf zukünftige Herausforderungen. Die einzelnen Abschnitte lauten dabei „Finanzwelt im Umbruch“, „Digitale Revolution in Vertrieb und Kommunikation“ sowie „Kunden an die Macht: neue Geschäftsmodelle“, wobei die trennscharfe Abgrenzung nicht immer möglich und sinnvoll war.

Anders als beim Buch von Brett King handelt es sich bei dem vorliegenden Heraus-

geberband im Wesentlichen um eine Ansammlung von Fachartikeln, die sich im weitesten Sinne mit dem Oberitel des Buches beschäftigen. Wie bei solchen Büchern üblich, ist die Qualität der Beiträge dabei sehr unterschiedlich, etwa hinsichtlich umfassender Problemdarstellungen oder konkreter Lösungsansätze. Darüber hinaus schimmern in dem einen oder anderen Text durchaus werbliche Elemente für das eigene Leistungs- oder Produktangebot durch. Auffällig ist, dass von den 39 Autorinnen und Autoren gemäß Autorenverzeichnis lediglich zwei aktuell in Banken beschäftigt sind. Die Mehrzahl arbeitet für Unternehmensberatungen sowie für Technologie- und Softwareunternehmen. Dies sagt sicherlich noch nichts über die Qualität der Beiträge aus, unterstreicht allerdings die eher konzeptionelle als praxisorientierte Ausrichtung des Buches. Darüber hinaus betreiben einige Autoren von der Branche vielbeachtete Blogs, sodass ihre Ideen und Ausführungen für manche Leser bereits bekannt sein dürften.

Aufgrund der verschiedenen Blickwinkel bietet das Buch einen facettenreichen Überblick über die aktuellen Herausforderungen von Finanzdienstleistern. Die bereits zu diesem Themenkomplex vorhandenen Werke bearbeiten die Problematik in der Regel zwar systematischer und redundanzfreier, konzentrieren sich aber in erster Linie auf den US-amerikanischen Bankenmarkt, sodass ihre Ergebnisse und Handlungsempfehlungen allenfalls mit Abstrichen für Deutschland anwendbar sind. Deshalb stellt der vorliegende Herausgeberband durchaus eine Bereicherung dar und kann für Entscheider sowohl in Banken und Finanzdienstleistern als auch in Technologieunternehmen und Beratungsgesellschaften von Nutzen sein. **KD**