



Kooperationsmanagement

Mit Partnerschaften die Zukunft gestalten

Der Markt für Finanzdienstleistungen ist dynamischer denn je. Institute wissen: Angesichts hoher Kundenerwartungen und steigendem Kostendruck ist ein schnelles und effizientes Go-to-Market entscheidend für eine erfolgreiche Positionierung. Kooperationen können hier eine Schlüsselrolle einnehmen. Die Chance, entsprechende Veränderungen anzugehen, ist – pandemiebedingt – günstig wie nie. Kunden und teilweise auch die Institute selbst haben notgedrungen einen Crashkurs in Sachen Digitalisierung hinter sich. Das öffnet Räume für neue digitale Finanzangebote.

Relevant bleiben

Natürlich kennen Banken und Finanzdienstleister die Nutzerfreundlichkeit großer Plattformen, und dies nicht nur im E-Commerce, sondern auch im Finanzumfeld. An deren hohe Servicequalität haben sich Verbraucher inzwischen gewöhnt. Jetzt ist die Finanzbranche um so mehr gefordert, mit Serviceleistungen und passgenauen Angeboten bei ihren Kunden relevant zu bleiben.

Genossen traditionelle Player früher noch einen Loyalitätsvorsprung, da sie für Vertrauen und Sicherheit standen, zählen für Bankkunden heute ganz andere Attribute: Geschwindigkeit und Bequemlichkeit sind heute K.-o.-Kriterien für den Erfolg eines Produktangebotes. Daraus er-

geben sich Konsequenzen für die Marke und das weitere Wachstum. Eine passgenauere Gestaltung des eigenen Produktportfolios durch Dritte kann dabei helfen, Kundenrelevanz zu erhalten.

Denken und Handeln in Ökosystemen

Mittlerweile schließen sich Unternehmen unterschiedlichster Größen und mit verschiedenartigsten Angeboten im Rahmen von Marktplatzmodellen zusammen. So werden übergeordnete Kundenbedürfnisse komplett abgedeckt. Das markterprobte Vorgehen der PPI AG hilft, das passende Ökosystem respektive den richtigen Partner zu identifizieren.



Systematische Suche

„Zu jedem Topf passt ein Deckel“ – diese Redensart enthält zwei gute und wichtige Botschaften für Kooperationen:

- Ein Partner wird sich finden lassen.
- Die Zusammenarbeit muss für beide passen und stimmig sein.

Doch wie findet ein Unternehmen den passenden Partner? Viele Finanzdienstleister beobachten seit den 2010er-Jahren das Start-up-Umfeld, hier und da starteten auch einzelne Kooperationen. Aber im Rückblick wurde der erwartete Mehrwert oft nicht erreicht, gerade mit Blick auf Kundenrelevanz und Kosteneffizienz.

Die PPI AG steht Banken und Finanzdienstleistern als Mittler zwischen beiden Welten zur Seite. Einerseits kennt PPI das Geschäftsmodell, die Infrastruktur und versteht die fachlichen Herausforderungen von Finanzinstituten. Andererseits kuratiert PPI Lösungen von Start-ups und etablierten Playern – auch vor dem Hintergrund des eigenen Innovationsanspruchs. Beide Komponenten bringt PPI passgenau zusammen.

Erprobtes Werkzeug – das Anbieter-Tool

PPI screent und evaluiert mit der selbst entwickelten Lösung mehrere hundert Anbieter aus dem deutschsprachigen Raum. Dabei spielen folgende Kriterien eine Rolle:

- Funktion/Nutzen der Lösung
- Abgrenzung zum Wettbewerb
- Nutzung bereits in der Finanzwirtschaft
- technologische Relevanz
- Integrationsfähigkeit

Bei der Bewertung steht die Passgenauigkeit auf den Pain Point des Kunden genauso im Vordergrund wie die konkrete Umsetzung unter den vorhandenen Rahmenbedingungen.

Bei Fragen und für weitere Informationen:



Astrid Freier
Head of Fintech
+49 151 65233087
astrid.freier@ppi.de



Stephan Heinze
Innovationsmanagement Banken
+49 170 611 5672
stephan.heinze@ppi.de

Alles aus einer Hand

Das PPI-Vorgehensmodell identifiziert und operationalisiert mögliche Partner in kurzer Zeit. Dabei werden drei Anwendungsfälle berücksichtigt:

- Kooperation für die Bearbeitung eines einzelnen Use Cases
- Zutritt zu einem bestehenden Ökosystem
- Aufbau eines eigenen Ökosystems

PPI arbeitet eng mit den Beschäftigten der Finanzinstitute sowie deren Kunden zusammen. Dadurch entstehen relevante Mehrwerte. Je nach Anwendungsfall sind folgende Ergebnisse möglich:

- Übersicht über die relevanten Player für die gewünschte Kooperation
- Bewertungsmatrix
- Roadmap für die Umsetzung
- Umsetzung

Hier gibt es häufig Anknüpfungspunkte zum PPI-Innovationsmanagement, in dem Experten Wissen zur Operationalisierung von Innovationen vermitteln und die Innovationskultur steigern.

Das Morgen greifbar machen

Sich zukunftsorientiert aufzustellen bedeutet: das Morgen greifbar zu machen. Genau hier setzt PPI an und bringt den Erfahrungsmix aus Kunden- und Anbietersicht genauso ein wie Aspekte aus Fachlichkeit und IT. Die Experten von PPI sind überzeugt: Die Zukunft zeichnet sich durch eine flexible Vielfalt aus Eigen- und Drittlösungen aus. Auch wird der Aufbau eigener Ökosysteme so selbstverständlich sein wie eine Teilhabe an Marktplatzmodellen anderer Unternehmen. Für die PPI AG stehen dabei die gezielte Ausrichtung auf die Kundensituation und die Umsetzung im Sinne eines schnellen, relevanten Marktzugangs im Fokus. Dabei bleibt auch die Kosteneffizienz nicht außer Acht.

Wir gestalten die Zukunft mit Ihnen gemeinsam.

PPI AG
Moorfuhrweg 13
22301 Hamburg
Germany