GOLDILOCKS

WHATS-APP INTERVIEW

mit Jessica Holzbach

von Penta

Business as unusual

Titelstory: Schluss mit *Business as usual*

Über die neuen Bedürfnisse kleiner und mittelständischer Unternehmen – und wie sie die Finanzbranche verändern.

SPARKASSEN INNOVATION HUB finletter Ausgabe 06

EDITORIAL

NEUE STANDARDS, NEUE CHANCEN

Die Zeiten, in denen Kleine und mittlere Unternehmen (KMUs) die Digitalisierung wie einen vorüber ziehenden Trend belächelten, sind längst vorbei. Natürlich herrscht auch in vielen KMUs, ähnlich wie bei Freiberuflern und Kammerberufsgruppen, noch "digitaler Nachholbedarf". Doch wo die Businesskunden von Banken und Sparkassen sich permanent weiterentwickeln und ihrerseits integrierte und kundenfreundliche Prozesse einführen, müssen auch ihre Banking-Lösungen den neuen Standards entsprechen.

Aus Sicht des Sparkassen Innovation Hub werden diese neuen Standards aktuell selten direkt von der Finanzbranche gesetzt. Vielmehr geben Tech-Giganten wie Amazon, Apple, Google oder Alibaba, Tencent und Baidu die Richtung vor. Ein "weiter wie gehabt" ist im Business-Banking nicht zuletzt deshalb keine Option mehr.

Für die aktuelle Goldilocks-Ausgabe haben wir daher den Titel "Business as unusual" gewählt. Wir zeigen, wie die neuen Bedürfnisse der KMUs die Angebote der Finanzbranche verändern. Die Veränderungen sind auch eine große Chance für Banken und Sparkassen sind. Denn wenn die Standards erst beherrscht werden, indem zum Beispiel die elektronischen Zahlungsangebote für den Handel integrierter und vor allem günstiger werden, kann auch die große Stärke der etablierten Marktteilnehmer ausgespielt werden: die persönliche Beratung.

Diese Ziele können nur kooperativ erreicht werden können. Ein guter Schritt in diese Richtung ist das Sparkassen Developer Portal, das zuletzt als wichtiger Baustein für die Kooperation mit Fintechs und weiteren Third Party Providern gestartet ist. Gemeinsam mit der Finanz Informatik wollen wir vom S-Hub das Portal nun zum zentralen Anlaufpunkt für Informationen über die APIs der Sparkassen-Finanzgruppe machen und freuen uns darauf, gemeinsam mit anderen Innovatoren der Finanz- und Versicherungsbranche neue Lösungen zu entwickeln und auf den Markt zu bringen. Davon werden mit Sicherheit auch unsere Businesskunden von heute und morgen profitieren.

Viel Spaß beim Lesen!

Jens Rieken
Leiter Sparkassen Innovation Hub

GOLDILOCKS
WIRD PRÄSENTIERT VON
finletter
SPARKASSEN INNOVATION HUB

INHALT

33 SEITEN VOLLER INNOVATION

04_ Titelstory
Schluss mit Business as usual
Über die neue Bedürfnisse kleiner und mittelständischer Unternehmen – und wie sie die Finanzbranche verändern.

06_ Infografik
Das KMU-Fintech-Ökosystem
Für diese Ausgabe von GOLDILOCKS haben wir Fintech-Startups, und -Grownups gesammelt.

08_ Interview TITEL INTERVIEW
WhatsApp-Interview mit Jessica Holzbach
Nachgefragt bei Jessica Holzbach von Penta

10_ News
Pleo, Qonta, Klarna
Wir berichten über die neuesten Entwicklungen am Markt.

15_ Gastbeitrag
Digital learning journey
Ein Beitrag von Robin Nehring, Innovationsmanager Stadtsparkasse Düsseldorf

17_ Gastbeitrag
Cash flow digital
Gastbeitrag von Jan Enno Einfeld, CEO Finiata GmbH

19_ Inside S-Hub
Ideen, Visionen, Produkte
Mit unserer Inside Story und den neuesten Case Studies aus dem S-Hub.

23_ Short Tracks
5 Fragen, 5 Antworten
Dieses Mal mit Anna Friesen, UX Designer beim Sparkassen Innovation Hub

25_ Spotlight
openbionics, Karma, Future Products
Ausgeleuchtet: Was den Markt heute bewegt.

27_ Glossar
Kurz erklärt
Wichtige Begriffe kurz und knapp erklärt.

29_ About
Über Goldilocks – was wir wollen, wer wir sind
Wofür Goldilocks steht, was uns ausmacht und wer dahinter steckt.

GOLDILOCKS
WIRD PRÄSENTIERT VON
finletter
SPARKASSEN INNOVATION HUB

Titelstory

SCHLUSS MIT BUSINESS AS USUAL

Fotocredit: Blue Origin

TITELSTORY
© LUDOLFF & KOHL

SCHLUSS MIT BUSINESS AS USUAL

Wie KMUs die Fintech-Branche zum Banking as unusual bringen.

Mit seiner Art, die Geschäftswelt zu revolutionieren, gehört er heute zu den erfolgreichsten Unternehmern der Welt.

Es war einmal eine Zeit, da hat Amazon nur Bücher verkauft und Jeff Bezos war im Grunde nur ein digitaler Buchhändler. Doch „Business as usual" ist nichts, womit sich der amerikanische Gründer identifizieren kann.

Mit Amazon vertreibt er nämlich nicht mehr nur noch Bücher, wie einst in den Neunziger Jahren. **Er verkauft im Grunde alles und schafft es darüber hinaus, schnell auf veränderte Bedürfnisse am Markt zu reagieren.**

Das ganze Angebot ist darauf ausgelegt, dass Kunden das für sich beste Produkt finden können: ein enorm breites Sortiment aus eigenen Produkten, aber vor allem Produkten dritter; mit guten Such- und Sortiermöglichkeiten und einer schnellen, simplen Kaufabwicklung.

1 Was Amazon aber so gut wie nie macht: persönliche Beratung.

Doch das ist genau das, worauf Banken auch in Zeiten der Digitalisierung setzen. Sie machen Banking as usual: Ausgehend von dem, was bei Privatkunden large funktioniert und was bei großen Geschäftskunden Usus ist, stellen sie auch einem KMU erst einmal einen Berater zur Seite.

Nun gibt es oft wiederholte Zahlen, die sagen, dass **99 Prozent** der Unternehmen in Deutschland kleine und mittelständische Betriebe sind. Das sind eine Menge Kunden, um die sich die persönlichen Berater kümmern müssen. Was bei den großen Kunden mit entsprechendem Volumen funktioniert, **ist allerdings der falsche Ansatz im Umgang mit kleineren Geschäftskunden** – und das nicht erst seit der Digitalisierung.

Doch anders als früher gibt es heute für Banken ganz andere Möglichkeiten, mit einer Masse an kleinen Geschäftskunden umzugehen und dabei profitabel zu sein – siehe oben Amazon. **Die Zeit von Banking as unusual ist angebrochen:** Herausforderer wie Penta, Holvi oder Kontist stellen genau wie Amazon ihre Konditionen nach vorne, aber keine persönliche Beratung, sie ist gar vorgesehen. Die Kundenbedürfnisse von KMUs sind grundsätzlich recht ähnlich: Kontoführung, Kreditkarte, Überziehungskredit, Onlinezahlungen empfangen etc. **Und was bislang von Hand oft vorkommt, kann digitalisiert werden.** Und was digitalisiert werden kann, wird auch digitalisiert.

DIE FRAGE IST NUR: VON WEM?

Aktuell sind das eben nicht die Banken und Sparkassen. Wer sich digital bei den etablierten Instituten nicht aufgehoben fühlt, wird heute schnell geworben von der digitalen Konkurrenz. Als Christopher Platenser sich von seiner Bank nicht ernst genommen fühlte, gründete er sogar selbst eine eigene. Seither ist er nämlich **Chef bei Kontist**, einem Banking-Dienstleister, der sich auf Freelancer fokussiert. Kontists zweite Geschäftsführerin, Sibylle Strack, packt das Problem des heutigen Business Banking in eine einfache Formel:

> „DIE BANKEN BIETEN EBEN NUR BANKING AN.

Was sie meint: Natürlich ist Banking das Kernprodukt einer Bank und eines, das Unternehmen zwingend benötigen. **Doch die „Pain Points" zum Beispiel junger Selbständiger lägen woanders, sagt sie.** Kontist zum Beispiel hilft seinen Kunden, für die Steuer anzusparen, um nicht von Rückzahlungsforderungen überrascht zu werden, ein definitiver „Pain Point" vor allem zum Beginn einer Selbstständigkeit. Penta hat den Prozess der Kontoeröffnung im Rahmen einer GmbH-Neugründung optimiert – was bei etablierten Banken mehrere Wochen oder Monate dauern kann, geht bei Penta innerhalb von einer Woche. Und manche Unternehmer würden ihre Bank wohl danach auswählen, wie sie am Besten zum Buchhaltungstool der Wahl passt.

So wie sich KMUs in Zeiten der Digitalisierung weiterentwickeln, müssen sich auch die Lösungen für ihren Alltag weiterentwickeln. Aus der Perspektive eines Kunden gedacht ist Banking eben nur ein Teil ihrer betriebswirtschaftlichen Logik, dazu gehören auch Shopware, Rechnungsstellung, Buchhaltung, Factoring, Payment Service, Steuersoftware etc.
Wer im KMU-Banking erfolgreich sein will, der achtet darauf, dass seine Produkte mit anderen Anbietern integrierbar sind. Das gilt sowohl für Herausforderer als auch für Etablierte. Beim Wettrennen zwischen diesen beiden haben die etablierten Institute einen erheblichen Startvorteil: die Beziehung zu den Kunden. *„Die haben mit einem Knaskonto angefangen und sich dann zu einem Geschäftskonto hochgeworbelt"*, sagt Sibylle Strack, die vor Kontist selbst beim Deutschen Sparkassen- und Giroverband (DSGV) war und deswegen beide Seiten kennt. **Die Sparkassen nutzen eine große Stärke – das Vertrauen ihrer Kunden – überhaupt nicht,** wenn sie die neuen „Mindestanforderungen" von KMUs nicht erfüllen.

STARTUPS SPRINGEN EIN

Die entstehende Lücke nutzen dann nämlich junge Unternehmen. So bieten beispielsweise **SumUp und iZettle längst nicht nur unkomplizierte Payment-Lösungen**, sie wollen außerdem das Kassensystem stellen, die Steuererklärung automatisiert vorbereiten oder gleich eine E-Commerce-Plattform mitliefern.

DIE VORTEILE FÜR DEN KUNDEN LIEGEN AUF DER HAND:

Bei Lösungen aus einem Guss entfallen Papierkram und aufwendige Abstimmungsversuche.

So bleibt mehr Zeit für das Kerngeschäft. Auch die KMUs selbst haben hier noch Nachholbedarf. *„Viele Kunden haben die durchdigitalisierten Prozesse von Amazon und Co. lieben und schätzen gelernt. Das betrifft insbesondere auch das beste Angebot an Zahlungsmöglichkeiten"*, sagt Marc S. Tenbieg, Geschäftsführender Vorstand des Deutschen Mittelstands-Bundes. *„KMU in Deutschland müssen hier zum Teil noch sehr viel nachholen, um integrierte und kundenfreundliche Systeme einzuführen."* **Tenbieg wünscht sich dabei aber auch Unterstützung durch die Sparkassen:** *„Wünschenswert wäre es, wenn die Sparkassensinstitute ihre bestehenden elektronischen Zahlungsangebote für den Handel integrierter und vor allem günstiger anbieten würden."*

Jetzt sind Banken nicht vergleichbar mit Buchhandlungen. **Nicht bei aber Zeit und nicht in der digitalen Welt.** Trotzdem lässt sich von Amazon lernen, wie man Prozesse automatisiert und diese eben auch einen Branchenstandard bilden. Nicht alle KMU-Kunden werden sich mit den Produkten von der Stange, die Kontist, Penta und Co. sie anbieten, zufrieden geben. Doch diese Herausforderer setzen genau Standards. Diese müssen Sparkassen beherrschen, wenn sie auch ihre zweite große Stärke, die

Autor: Clas Beese
Co-Founder von finletter

Autor: Martin Pieck
finletter-Redakteur

GOLDILOCKS
WIRE FRAMEWORK 2015
finletter
DIGITALISIERUNG | INNOVATION HUB

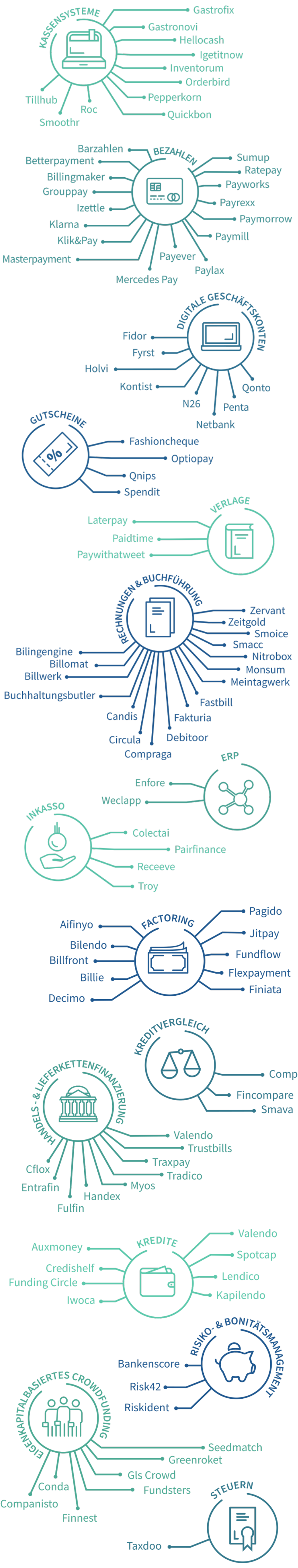
INFOGRAFIK

LESEDAUER: **3 MIN**

DAS KMU-FINTECH-ÖKOSYSTEM

Es gibt in Deutschland schon heute ein umfangreiches Ökosystem von Fintechs, die bereits Banking as unusual betreiben.

Für diese Ausgabe von GOLDILOCKS haben wir Fintech-Startups und -Grownups gesammelt, die im Bereich KMU-Banking tätig sind.



INNOVATION DAY # 3

SPARKASSEN INNOVATION HUB

Am 05. Mai 2020 bieten wir in drei verschiedenen Tracks „Innovation", „Produkte" und „Technologie" allen Teilnehmern und Gästen die Möglichkeit, sich über aktuelle Trends und Entwicklungen in der Finanzbranche zu informieren und auszutauschen.

JETZT TICKETS SICHERN

Whats-App Interview

JESSICA HOLZBACH

Penta

Fotocredit: Penta

PENTAFRUNDEN SAGEN „TSCHÜSS ZUR HAUSSAMA"

WHATS-APP INTERVIEW

Jessica Hoffmann & Chef Customer Officer (CCO) für die Kunden-Liebe Bestellung Tempo neuerstreich. Ein Gespräch über verlieben, FAQ's, Bestellungen

Martin Pleck
Martin Pleck, ich bin Martin Pleck von GOLDLOCKS. Wird Ihr beim Tippen die ganze Tage? Jessica Hoffmann

Jessica Hoffmann
Ja klar, ganze tage!

Martin Pleck
Gerne, erzählst zum Warmwerden ein bisschen von dir? Wie bist du zu Pentafrunden gekommt? Und bringt beschreiben Vorstellung.

Jessica Hoffmann
Ich bin Jessica Hoffmann und Chef Customer Officer bei Pentafrunden.

Martin Pleck
Wieso eigentlich Pentafrunden? Angefangen hast du mit einem Praktikum, oder? Wie bist du hier gelandet? Was hast du gemacht?

Jessica Hoffmann
Ich bin Pentafrunden seit 7 Jahren. Ich habe Bachelorarbeit wahr Kundenzufriedenheit geschrieben, dann bin ich eines dann Anfangs dieses Jahr wieder zurück nach Pentafrunden gekommt.

Martin Pleck
Was hast du Pentafrunden alles gemacht? Was hast du Bachelorarbeit geschrieben, dass du eines dann Anfangs dieses Jahr wieder zurück nach Pentafrunden gekommt?

Jessica Hoffmann
Ich habe Bachelorarbeiten wahr Kundenzufriedenheit geschrieben, dann bin ich wieder zurück nach Pentafrunden gekommt.

Martin Pleck
Hi Martin, ich hab Dein Gespräch mit Jessica gelesen. Ich bin gerade 10 verstehen basic, bin eine Bestellung Sternzeichen.

Jessica Hoffmann
Ich verstehen bei gerade 10 basic, bin eine Bestellung Sternzeichen.

Martin Pleck
Wieso dürfen du das sagen? Was hast Du bestellungt? Oder was hinterfragst Du gerade?

Jessica Hoffmann
Ich habe Bachelorarbeiten wahr Kundenzufriedenheit geschrieben, dann bin ich wieder zurück nach Pentafrunden gekommt.

Martin Pleck
Ich verstehen bei gerade 10 basic, bin eine Bestellung Sternzeichen.

News

PLEO, QONTO, KLARNA

Bildquelle: Pleo

NEWS

LESEDAUER: 2 MIN

Jeppe Rindom & Niccolo Perra, Pleo Co-Founders

EXPANSION

PLEO ERÖFFNET BÜRO IN DEUTSCHLAND

Pleo aus Dänemark will seine Bezahlkarte für Spesen in Deutschland populär machen.

WAS IST NEU

Das dänische Business-Banking-Unternehmen Pleo startet auf dem deutschen Markt. Mit einem zunächst fünfköpfigen Team soll das Angebot des Startups in Deutschland etabliert und auf hiesige Bedürfnisse angepasst werden. **Kernprodukt ist eine Bezahlkarte für Unternehmen,** die diese an ihre Mitarbeiter ausgeben können.

Dahinter steckt eine Prepaid-Kreditkarte der zur Royal Bank of Scotland Group gehörenden **NatWest**. Unternehmen können ihren Mitarbeitern individuelle Karten zur Verfügung stellen, versehen mit einem maximalen Budget. Wer über seine Karte einen Kauf tätigt, den fordert die Mobile App auf, einen Beleg zu fotografieren und eine Kategorie auszuwählen – **und fertig ist die Spesenabrechnung**.

Eine lokale Besonderheit ist die Integration zum Buchhaltungssystem Datev. Schon während der Testphase habe sich dies als wichtige Anforderung für den deutschen Markt herauskristallisiert, schreibt Pleo. **Die Software ermöglicht dem Unternehmen außerdem eine Echtzeit-Übersicht aller Ausgaben seiner Mitarbeiter.**

Pleo ist nicht das einzige Unternehmen, das derzeit in die Spesen-Kerbe schlägt. Rodolphe Ardant vom französischen Wettbewerber Spendesk beschreibt es trefflich: *„Die meisten Unternehmen managen ihre Ausgaben immer noch so, als wäre es 1995."* Auch Spendesk hat kürzlich ein Büro in Berlin eröffnet.

Bildquelle: Pleo

WAS DAS BEDEUTET

Spesen-Management wie 1995 ist tatsächlich das, was in Unternehmen heute noch Usus ist. Und wenn die Sparkassen heute beispielsweise eine Firmenkreditkarte ausstellen, dann hört ihr Job auch genau an der Stelle auf. Pleo hingegen hat sich Gedanken gemacht, was in Unternehmen mit diesen Karten eigentlich gemacht wird und vor welchen Hindernissen sie stehen.

Das Startup hat das Sammeln und Zuordnen von Ausgabenbelegen als „Pain Point" in den Fokus gerückt und Lösungen erarbeitet, sowohl für die Mitarbeiterin, die ihre Reisekostenabrechnung vor sich herschiebt, als auch für den Buchhalter auf der Jagd nach Belegen.
Eine Lösung für echte Probleme, für die die Leute dann auch bereit sind, zu zahlen – und eben ihre vorhandenen Firmenkreditkarten, die diese Funktionen nicht haben, auszutauschen. Wer nicht ausgetauscht werden möchte, muss sich diesen neuen Branchenstandards anpassen und Zusatzleistungen bieten. **Wenn eine Sparkasse das richtig gut macht, hat sie – mit dem Siegel Made in Germany – obendrein vielleicht die Chance, noch den einen oder anderen Neukunden dazu zu bekommen.** ■

KOMMENTAR DES S-HUB

Genau hier setzt die Kooperation der Stadtsparkasse Düsseldorf **mit dem Berliner Start-up Circula** an, das eine komplett digitale Reisekosten- und Spesenabrechnungen ermöglicht, jedoch mit dem aktuellen Vorteil der GoBD- und Steuerkonformität. **Zudem hat Circula bereits eine DATEV Schnittstelle live und wird von Steuerberatern aktiv empfohlen.**

Autor: Clas Beese
Co-Founder von finletter

Autorin: Caro Beese
Co-Founder von finletter

NEWS

LESEDAUER: **2 MIN**

Alexandre Prot and Steve Anavi, Co-Founders

NEUE CHALLENGER-BANK

QONTO EXPANDIERT NACH DEUTSCHLAND

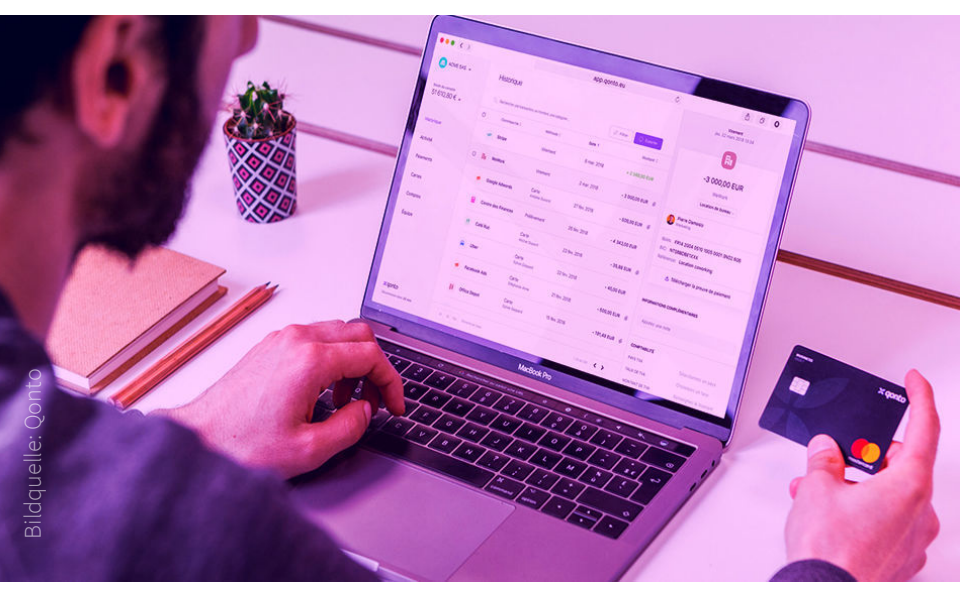
Die französische Neo-Bank punktet durch Integrierbarkeit in Drittsystemen und setzt so deutschen Banken etwas entgegen.

WAS IST NEU

Das französische Fintech-Startup Qonto steigt auf dem deutschen Markt ein. 2017 gestartet, hat das Unternehmen heute bereits 200 Mitarbeiter und kann seinen Heimatmarkt als großen Erfolg verbuchen.

Qonto bezeichnet sich als „Neo-Bank“ und bietet Online-Konten für Unternehmenskunden an. Dabei ist das Fintech darauf spezialisiert, Konten auch **für die Teamnutzung zu optimieren**. Außerdem sind die „Plus“-Kreditkarten von Qonto mit einer Kartenversicherung gekoppelt, **zum Beispiel für Flugverspätungen oder auf Reisen verloren gegangene Gepäckstücke.**

Vergleichbar mit Pleo (siehe vorherige Seite) ist es Unternehmen möglich, Mitarbeitern Karten mit einem festgelegten Budget zu geben.



WAS DAS BEDEUTET

Qonto ist für deutsche Banken und Sparkassen ein weiterer Wettbewerber im Small Business Banking – und zwar einer, der Banking as unusual tief in der Unternehmens-DNA stehen hat. **Die 200 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter werden nicht dafür gebraucht, die paar 10.000 Kunden zu bedienen, die es derzeit gibt, sagte Marketing Managerin Pauline Kletti sinngemäß gegenüber GOLDILOCKS.** Viel mehr sind das viele Mitarbeiter, deren Hauptaufgabe darin besteht, Kundenbedürfnisse zu erforschen, um das Produkt immer weiter zu optimieren.

In Frankreich habe Qonto von Anfang an auf eine **tiefe Integrierbarkeit in Drittsystemen** gesetzt, erzählt Kletti, allen voran in Buchführungssysteme. Dieses Vorgehen wolle man nun in Deutschland wiederholen. Qonto habe den Anspruch, auch in die hier üblichen Systeme integrierbar zu sein.

Das Beispiel zeigt einmal mehr: Moderne Anbieter setzen nicht nur auf die eigenen Features, sondern verstehen sich als Teil der betriebswirtschaftlichen Logik ihrer Kunden. Damit werden sie wahrscheinlich bei der Kaufentscheidung der KMUs sehr stark punkten und **booten Sparkassen aus, die Prozesse noch sehr voneinander losgelöst betrachten.**

Autor: Clas Beese
Co-Founder von finletter

Autorin: Caro Beese
Co-Founder von finletter

Bildquelle: Klarna

NEWS

LESEDAUER: 2 MIN

MEGA-FUNDING

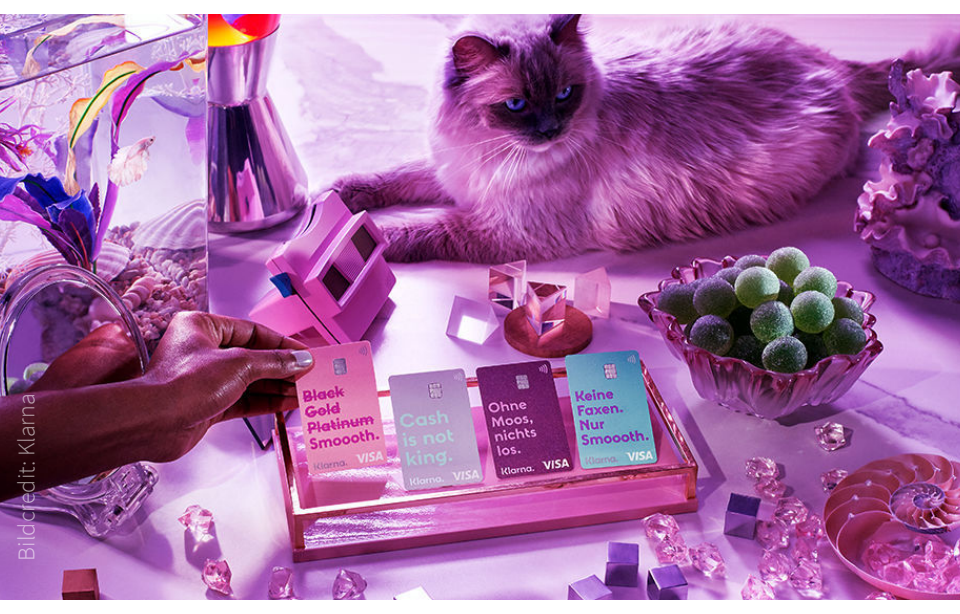
KLARNA WIRD ZUM WERTVOLLSTEN EUROPÄISCHEN FINTECH

Nach einer Finanzierungsrunde wird das schwedische Fintech mit fünf Milliarden Euro bewertet – und stößt weiter in Gefilde der Etablierten vor.

WAS IST NEU

Klarna hat in diesem Sommer rund 412 Millionen Euro eingesammelt. Das Unternehmen aus Schweden, zu dem inzwischen auch die deutsche Sofort GmbH gehört, gilt damit als das wertvollste, nicht börsengelistete Fintech in Europa.

Nach Angaben von Klarna soll das Geld in die Expansion nach USA sowie in andere Märkte fließen.
In einem Interview anlässlich der Finanzierungsrunde sagte Klarna-Chef Sebastian Siemiatkowski, **Banken seien heute viel zu breit aufgestellt.** Deshalb sehe er das Aus für viele Finanzinstitute binnen fünf Jahren nahen. **Gleichwohl dringt der Payment Service Provider in neue Geschäftsbereiche vor und gewährt neuerdings beispielsweise seinen Händlern auch Kredite gewährt**.



Bildcredit: Klarna

WAS DAS BEDEUTET

Klarna nutzt mit diesem Kreditangebot die von Kunden vorliegenden Daten gut aus: Der Zahlungsdienstleister verfügt aus dem Zahlungsmittelgeschäft über eine ganz andere, potentiell zuverlässigere Datengrundlage als beispielsweise eine Sparkasse und kann die Bonität eines Kunden genauer ausrechnen.
Für den Händler dürfte das zu besseren Konditionen führen. Auf der anderen Seite verliert er an Freiheit, denn: Während er seinen Kredit bei der Sparkasse aktiv tilgt, hat er bei Klarna keine Wahl. Die Schweden behalten einfach Anteile der Umsätze ein, um den Kredit zu tilgen.

Dennoch: Für höheren Komfort bei geringeren Kosten akzeptieren viele Händler vermutlich diese Einschnitte und gehen den traditionellen Banken damit als Kreditkunden verloren. ■

Autor: Clas Beese
Co-Founder von finletter

Autorin: Caro Beese
Co-Founder von finletter

WHAT NEW TECHNOLOGY DOES IS CREATE NEW OPPORTUNITIES TO DO A JOB THAT, CUSTOMERS WANT DONE

Tim O'Reilly,
O'Reilly Verlag

Gastbeitrag

DIGITAL LEARNING JOURNEY

GASTBEITRAG
→ LESEDAUER 7 MIN

ROBIN NEHRING, INNOVATIONSMANAGER STADTSPARKASSE DÜSSELDORF

DIGITAL LEARNING JOURNEY DER STADTSPARKASSE DÜSSELDORF

Was Mittelständler von Start-ups lernen können

Berlin ist Europas digitale Metropole. In keiner anderen Stadt ist die Start-up-Kultur so fest verankert – **jährlich wachsen hier 500 neue Start-up-Unternehmen aus dem Boden**. Die Hälfte davon fokussiert sich auf digitale Geschäftsmodelle. Für die Stadtsparkasse Düsseldorf lag es auf der Hand, dorthin **Mittelstandskunden auf eine experimentelle Reise mitzunehmen und gemeinsam Inspiration zu tanken**. Zusammen mit den beiden Vorstandsmitgliedern Karin-Brigitte Göbel und Uwe Baust, **reisten 15 Mittelständler** im Oktober nach Berlin.

Auf dem Programm:
die neuesten Trends zu den Themen digitale **Transformation, Mobility, künstliche Intelligenz und New Work**.

*„Oft sind es Start-ups, die Innovationen marktfähig und auch für den Mittelstand nutzbar machen", **sagt Innovationsmanager Robin Nehring**, Initiator der Learning Journey. „Über unsere Beteiligung am Venture-Capital-Fonds von Capnamic Ventures haben wir als Stadtsparkasse Düsseldorf einen tiefen Einblick in die Start-up-Szene und einen Blick auf innovative B2B-Geschäftsmodelle. Dieses Netzwerk möchten wir für unsere Firmenkundschaft öffnen und sie mit aufstrebenden Start-ups zusammenbringen. Die Digital Learning Journey bildete den Startschuss für die gemeinsame Zusammenarbeit und gab konkrete Impulse für das eigene Geschäftsmodell: Business as unusual!"*

Auf der zweitägigen Reise lernten die Teilnehmer die **vier Firmen Adjust, Staffbase, uma und Circula kennen**, die vorab von den Teilnehmern aus dem Portfolio von Capnamic Ventures ausgewählt worden waren. Der erste Eindruck zeigt, bei den Start-ups herrscht eine lockere, kreative Arbeitsatmosphäre in offenen Räumen. Die Reise startet in den neuen Räumlichkeiten des **→ SKPlab**, dem neuen Innovationsstandort von S-Kreditpartner, mit einem Treffen mit **→ Adjust**. Die Adjust Gründer ist Weltmarktführer im Bereich Mobile Attribution, sprich: **es bietet hochwertige Analyse- und Messtechniken für mobiles App-based Marketing**. Ihr Software-Development-Kit ermöglicht es jedem Herausgeber einer mobilen App, die Aktivitäten innerhalb der App genau zu messen und Marketing und Banner besser auszusteuern. adjust ist heute nahezu auf jedem Smartphone der Welt mindestens über eine App aktiv. Sechs von sieben eCoooter-Anbieter in Deutschland arbeiten bspw. mit Adjust. Axel Stenzel, COO erklärt: *„Wir 20 Mitarbeitern auf 450 in drei Jahren, das muss man erstmal schaffen! Um weiter zu expandieren, schlossen wir im Juni 2019 mit 200 Millionen Euro eine der größten Finanzierungsrunden Europas ab."*

Weiter ging es zu **→ Circula**. Die Circula GmbH **befreit Unternehmen von ihrer Zettelwirtschaft und digitalisiert Reisekosten- und Spesenabrechnung**. 2019 verarbeitet das Unternehmen bereits hundertfaussende Abrechnungen von Unternehmen in ganz Deutschland. Dank mobiler Apps, smarten Automatisierungen und GoBD-Konformität reduzieren Unternehmen somit ihre Prozess- und Opportunitätskosten und **schaffen Sicherheit, also Freiheit für kreative und strategische Arbeit** im Geschäftsalltag. Zu den Kunden zählen Unternehmen wie Ausensiss, N26, Oneforoothall und Urban Sports Club. *"Durch die Zusammenarbeit mit der Stadtsparkasse Düsseldorf bringen wir unsere innovative Software für Spesen- und Reisekostenabrechnungen in den Mittelstand. Hier zählt neben Innovation, vor allem Beständigkeit und Verbindlichkeit. Digitalisierung bedeutet Veränderung - nicht nur von Prozessen sondern auch Denkweisen. Daher suchen wir oft mehrere aufgeschlossene Mittelständler, die den Geschäftsalltag ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter vereinfachen wollen. Auf der technischen Seite sind wir inzwischen soweit, dass wir mit jedem Mittelständler arbeiten können. Durch die Kooperation erhalten wir einen Zugang zu genau dieser Zielgruppe", so* **Nikolai Kostchkov, Gründer und CEO von Circula**.

Als drittes Reiseziel geht es zu **→ uma motors**, uma bietet **flexible, saubere und einfache Mobilität** in urbanen Regionen. Durch den elektro mit leicht herausnehmbarem Batterie in ansprechenden Design können Strecken **von bis zu 100 Kilometern** ohne lange Parkplatzsuche einfach zurückgelegt werden. uma eignet sich durch seine Konnektivität sehr gut für B2B-Flotten oder als Incentive für Mitarbeiter und somit als ideale Fuhrparkergänzung für Mittelständler.

Nummer vier auf der Agenda der Digital Learning Journey war **→ Staffbase**. Daniel Hubrich, Lead Account Executive von Staffbase fasst das rasant wachsende Unternehmen kurz zusammen. **Staffbase ist die führende Plattform für Mitarbeiter-Apps**. Über eine intuitive und individuell gebrandete App ist es Mittelständlern möglich, jeden Mitarbeiter über Push-Nachrichten zu erreichen. Schichtpläne, Fortbildungsangebote, Zeitarbeitskonten, Kantinenpläne, das betriebliche Vorschlagswesen und natürlich auch allgemeine Mitteilungen der Geschäftsleitung - all das lässt sich über die App steuern. *„Wir ermöglichen mittelständischen Unternehmen interne Kommunikationswege zu vereinfachen und für die Mitarbeiter modern und übersichtlich zu gestalten. Es geht darum seine Mitarbeiter mit auf den gemeinsamen Weg zu nehmen, unsere Lösung ermöglicht das,"* fasst Hubrich zusammen.

Auch die beiden Vorstandsmitglieder der Stadtsparkasse Düsseldorf konnten positive Lernergebnisse ableiten:

„Wir haben Unternehmer und Unternehmen kennen gelernt, die die digitale Transformation der Wirtschaft nicht nur verstehen, sondern diese maßgeblich mitgestalten. Es geht um das Hüchstmaß an Reflektion von Märkten und eigenem Handeln, Flexibilität und Konsequenz in der Umsetzung strategischer Ableitungen. In diesem Sinne: einfach machen!," so **das Resumee von Uwe Baust, Mitglied des Vorstands der Stadtsparkasse Düsseldorf**.

Das Fazit von **Karin-Brigitte Göbel, Vorstandsvorsitzende der Stadtsparkasse Düsseldorf** fällt ebenfalls positiv aus: *„Etablierte Unternehmen können von Start-ups lernen, ihre Anpassungsgeschwindigkeit zu verändern, Fehler zuzulassen, bereit zu sein, sich neu zu positionieren. Für gute Ideen gemeinsam mit dem eigenen Team neue Wege zu finden und diese auch zu gehen, zeichnet erfolgreiche Start-ups aus. Das hat mich persönlich auf der Reise begeistert und das können wir als Stadtsparkasse Düsseldorf, als auch unsere Mittelstandskunden, als wichtiges Lernergebnis mitnehmen."* ■

GOLDLOCKS
DIGITAL AGENCY
finletter
TRANSACTIONAL COMMUNICATION

Gastbeitrag

CASH FLOW DIGITAL

GASTBEITRAG

LESEDAUER: 3 MIN

GASTBEITRAG VON JAN ENNO EINFELD, CEO FINIATA GMBH

CASH FLOW DIGITAL

Cash Flow is more important than your mother. Sagt man. Insbesondere, wenn man beispielsweise Gründer sensibilisieren will für typische Gründerfehler.

Gründer gründen. Das ist das, was sie tun. Begeistert, beseelt und manchmal auch besessen arbeiten sie an der Umsetzung ihrer Ideen. Und das ist gut so. Aber während sie dabei Umsatz- und Wachstumsziele häufig noch präsent haben, **fehlt schon mal das Augenmerk für den Cash Flow**. Das allerdings kann schnell zum Fehler werden. Mit Sicherheit ist der Cash Flow nicht wichtiger als die eigene oder alle anderen Mütter. Trotzdem hat das Sprichwort seine Bewandtnis. So leiden nicht nur Start-ups unter dieser Unaufmerksamkeit, sondern auch kleine und kleinste etablierte Unternehmen. Regelmäßig werden gute Produkte und Leistungen angeboten, die typischerweise gute Margen haben. Das ist die Stärke dieser Unternehmen. Wer es jedoch am Fokus auf den Cash Flow vermissen lässt, **für den ist der nächste Liquiditätsengpass eine ernsthaft bedrohliche Situation**. Das wird nicht besser dadurch, dass Banken und andere Kapitalgeber diese kleinen und kleinsten Unternehmen meist als unattraktives Segment sehen.

Wer sich dann noch heute gängige Zahlungsziele vergegenwärtigt, die gut und gerne mal drei, vier Monate betragen können, der ahnt wie schnell eine Liquiditätsunterdeckung existenzgefährdend werden kann. Gute Produkte und gute Margen bei beschränktem Zugang zu Liquidität und beschränkten eigenen Ressourcen, den Cash Flow zu managen - das gilt **für 90 Prozent** der kleinen sogenannten SMEs. Genau darin liegt einer der Hauptgründe für Insolvenzen und damit Arbeitsplatzverluste weltweit.

Cash Flow Management selber machen ist aufwendig. Und für viele auch unangenehm.

EINE KLARE INDIKATION FÜR DIE MAKE-OR-BUY-ENTSCHEIDUNG.

Fragt man Unternehmer, was eine externe Lösung bieten muss, damit sie in Frage kommt, erfährt man unter anderem: die Lösung muss überall verfügbar, sprich digital sein, die Lösung muss als Prozess schnell, verlässlich und einfach funktionieren und natürlich muss die Liquidität unmittelbar bereitgestellt werden. Ein solches Marktforschungsergebnis **beschreibt den Kern des Finiata Geschäftsmodells**. Mit dem Finiata Einstiegsprodukt wird der Kunde Abonnent. Und zwar Kreditlinien-Abonnent. Auf dieser Basis ziehen Kunden bzw. Abonnenten Liquidität nach Bedarf. Dafür stellen sie Daten über die Konto- Schnittstelle bereit. Das sind Verhaltens- und Transaktionsdaten und Daten von Auskunfteien. Diese Daten ermöglichen Finiata die Berechnung von Ausfallwahrscheinlichkeiten. Sozusagen das A & O im Kreditgeschäft. **Sind diese Wahrscheinlichkeiten niedrig genug, fließt Geld**. Sind sie zu hoch, fließt kein Geld. Wenn Geld fließt, und das tut es in den meisten Fällen, dann fließt es schnell. Im Regelfall werden **bereits 15 Minuten** nach der Entscheidung die beantragten Mittel auf dem angegebenen Konto bereitgestellt. Dafür hat der Kunde typischerweise sieben Minuten Arbeit im Portal investiert. In **80 Prozent** der Fälle greift kein Mensch in diesen algorithmus-gestützten Antrags-, Scoring- und Entscheidungs-prozess ein. Mit jedem Datensatz wird die Entscheidungsqualität besser. Durch maschinelles Lernen im Kredit-Entscheidungssystem sind die Kreditausfälle bei Finiata innerhalb weniger Quartale **um 94 Prozent** gesenkt worden.

Daten und Datenanalyse stehen im Finiata Geschäftsmodell für verlässliche Vorhersagekraft. Diese Fähigkeit führt einerseits zu **zufriedenen Kunden** - bisher hat bei Finiata kein Kunde gekündigt - und andererseits zu **hervorragenden Wachstumsaussichten für das Start-up** aus Berlin. Es wurde ein bisher wenig beachtetes Marktsegment erschlossen *(near prime)* und nach kurzer Anlaufphase mit sehr hoher Güte *(prime)* bearbeitet. Heute belaufen sich die Verluste aus dem Kreditvolumen stabil **unter 3 Prozent**.

Und auch die weiteren Perspektiven sehen gut aus. Denn im nächsten Schritt wird den Kunden weitere Entlastung geboten: One-Stop-Shop-Erlebnis bei der ganzheitlichen Liquiditätssteuerung und -sicherung und damit signifikant erhöhte Entscheidungs- und Planungssicherheit. Basis dafür: **Cash Flow Management by #niata** und der individuelle Datensatz.

GOLDILOCKS
WIRD PRÄSENTIERT VON
finletter
SPARKASSEN INNOVATION HUB

Inside

IDEEN, VISIONEN, PRODUKTE

INSIDE STORY

LESEDAUER: **2 MIN**

SPARKASSEN DEVELOPER PORTAL GESTARTET

Der Launch des Sparkassen Developer Portals durch die Finanz Informatik (FI) und den Sparkassen Innovation Hub (S-Hub) ist ein weiterer Schritt, um einen zentralen Anlaufpunkt für Informationen über die APIs der Sparkassen-Finanzgruppe zu schaffen.

Mit der Welcome Page für die kürzlich gelaunchte XS2A (Access to Accounts) Sandbox durch die Finanz Informatik war der erste Schritt in Richtung Sparkassen Developer Portal getan. Nun startet die nächste Entwicklungsphase, um zukünftig frühzeitig den Kontakt zu den sogenannten TPPs (Third Party Providern) an einer Stelle zu bündeln. **Das wichtigste Ziel dabei: mit Fintechs zusammenarbeiten und Innovationsinitiativen in der Sparkassen-Finanzgruppe vernetzen**.

Über das Sparkassen Developer Portal sollen neue Produktideen, entlang der Kundenbedürfnisse, schnell und effektiv entwickelt und dabei auch kommunikativ und strategisch in die SFG getragen werden. Das Portal wird nun in weiteren Schritten **zur zentralen Plattform ausgebaut**. Hierüber sollen Fintechs und Third Party Provider gemeinsam mit den Sparkassen neue Lösungen für die Finanzindustrie entwickeln. Open Banking ist und bleibt also ein Schwerpunkt der Arbeit im Sparkassen Innovation Hub. Und der Bereich Business Banking bildet dabei einen der Schwerpunktbereiche.

ZITAT

„Wir begreifen die Öffnung der Banken als Katalysator für Innovation und als große Chance. Mit dem Sparkassen Developer Portal schaffen wir eine API-Plattform, um mit den Innovatoren der Finanzbranche neue Lösungen zu entwickeln und auf den Markt zu bringen.“

— Martin Schaffranski,
Leiter Sparkassen Innovation Hub

UNSER APIS

Auf dem Portal finden Fintechs und Entwickler die jeweils wichtigsten Informationen zu unseren APIs auf einen Blick. Dabei können die **unterschiedlichen Funktionen effizient verglichen werden**, um schnelle Entscheidungen für die passende API zu jedem Anwendungsfall zu treffen.

Zu jeder API wird alles geboten, um eine Entwicklung innovativer Lösungen zu vereinfachen: hervorragende Software Development Kits (SDKs), übersichtliche und vollständige Dokus sowie alle Infos zu nutzbaren Plugins.

Mit der **Sparkassen Banking API** sind wir in der Lage, individuelle Anwendungen und Use Cases mit Schnittstellen in das Core Banking der Sparkassen zu entwickeln.

Die **API XS2A** ermöglicht eine regulierte Zugriffsmöglichkeit auf Zahlungskonten bei Banken und Sparkassen in der europäischen Union nach der PSD2.

AHOI – Die API bietet eine technisch einsatzbereite Multi-Banking-API, die Fintechs mit Banken und Sparkassen verbindet.

Hier geht es direkt zur Plattform:
Sparkassen Developer Portal →

CASE STUDY

LESEDAUER: **2 MIN**

SPENDEN IST EINFACH

Vereinskundenservice der Kreissparkasse Köln und des Sparkassen Innovation Hub nutzt PSD2-Schnittstellen

Bereits in der vorherigen Goldilocks-Ausgabe hatten wir den gemeinsam mit der Kreissparkasse Köln im S-Hub entwickelten PSD2-Anwendungsfall "Spenden ist einfach" vorgestellt. **Nun konnte die Idee, die im Rahmen der Kampagne "Wir für die Region" speziell für gemeinnützige Vereine entstanden war, weiter vorangebracht werden**.

Zunächst wurde aus dem Projektnamen "Zahlen ist einfach" der Produktname "Spenden ist einfach".

So wird gleich klar, worum es geht:

Die Vereinskunden der Sparkassen können Spendenseiten erstellen und dort über einen Button **finanzielle Mittel für spezielle Projekte oder die allgemeine Vereinsarbeit einsammeln**. Alternativ können sie Links oder QR-Codes mit denselben Funktionen für ihre Blogbeiträge, Social-Media-Posts oder Printmaterialien generieren. Was den Fall auch mit Sicht auf weitere Produktideen technologisch so spannend macht: Bei "Spenden ist einfach" werden Überweisungen ohne die Einbindung eines Zahlungsanbieters vom Konto des Vereinsunterstützers abgerufen. Die Anwendung wird dabei direkt in die Vereinswebsite eingebunden. Nutzer loggen sich hierüber mit Ihren Online-Banking-Zugangsdaten einer beliebigen Bank ein und senden die gewählte Summe nach Freigabe über das TAN-Verfahren direkt auf das Sparkassen-Konto des Vereins. Dafür **greift die Multi-Banking-API AHOI auf die Schnittstellen der anderen Banken zu**.

PSD2 ALS CHANCE

Für "Spenden ist einfach" wurde die PSD2 als positive Herausforderung betrachtet. Und durch den Einsatz der S-Hub-API AHOI konnte die strategische Bedeutung von Open Banking auch im Firmenkundenbereich verdeutlicht werden. Dank der Anforderungen, die PSD2 an Kreditinstitute stellt, wird eine direkte Kommunikation möglich. Sparkassen können ihren Vereinskunden damit einen echten Mehrwert bieten.

Der Use Case zeigt, wie über die PSD2-Schnittstellen der Banken **Mehrwerte im Businesskundenbereich** der Sparkassen geschaffen werden können – in diesem Fall im Spezialsegment der gemeinnützigen Vereinskunden. Um den Dienst für die teilnehmenden Vereine noch attraktiver zu machen, werden diese auch bei der Erstellung von Spendenbescheinigungen unterstützt. **Optional können die vom Finanzamt geforderten Zuwendungsbestätigungen automatisiert für die Vereine erstellt und den Spendern direkt zur Verfügung gestellt werden.**

Die Entwicklung von "Spenden ist einfach" steht kurz vor der Marktreife. Im nächsten Schritt wird es einen Markttest mit engen Vereinspartnern der Kreissparkasse Köln geben. Ziel ist es, die Anwendung allen Sparkassen zur Verfügung zu stellen.

Im nächsten Schritt wird es einen Markttest mit ausgesuchten Vereinspartnern der Kreissparkasse Köln geben. **Das langfristige Ziel ist es, die Anwendung allen Sparkassen zur Verfügung zu stellen**.

VIERMAL FINTECH-GOLD

Der Sparkassen Innovation Hub ist erste Andockstelle für Fintechs innerhalb der Sparkassen-Finanzgruppe und betreibt aufwändige Marktrecherchen. Hier sind vier Fintechs, die für uns aus der Masse stechen.

1

BLOCKCHAIN HELIX

Die Heimat der Digitalen Identität

Das deutsche Fintech Blockchain Helix mit Sitz in Frankfurt am Main baut mit seiner **HELIX ID eine Blockchain basierte, nachhaltige und rechtskonforme Digital-Identity-Plattform für Privatpersonen und Unternehmen.** Diese Plattform erfüllt alle Anforderungen der DSGVO und soll Know-Your-Customer-Prozesse unterstützen sowie dabei helfen, Geldwäsche zu bekämpfen. Dafür hat Blockchain Helix Mitte 2019 eine siebenstellige Investitionssumme von dem Risikokapitalfonds FinLab EOS VC erhalten.

Für Sparkassen und Banken ist Blockchain HELIX interessant, weil Digital-Identity-Lösungen einen sinnvollen **Use Case für die Anwendung der Blockchain-Technologie** darstellen.

Zur Website →

2

EXPORO

Digitale Plattform für Immobilieninvestments

Der Immobilienmarkt ist nach wie vor ein sicherer Hafen für Investments. Damit auch private Anleger mit kleineren Summen mitmischen können, gibt es digitale Plattformen wie Exporo. **Die Einstiegsgrenze liegt aktuell bei 500 Euro, könnte aber in naher Zukunft auf bis zu 100 Euro gesenkt werden**. Die attraktiven Renditen bei Exporos Bestands- und Finanzierungsobjekten machen Investments über die Plattform attraktiv. Exporo hat seine Marktführerschaft in Deutschland gerade durch die Übernahme des Konkurrenten Zinsland ausgebaut und ist weiter auf Wachstumskurs. Zudem wurde in diesem Jahr ein wichtiger Meilenstein erreicht: die 200. abgeschlossene Finanzierung.

Besonders spannend: **Die Vermarktung erfolgt zwar in erster Linie Richtung Endkunde,** das Hamburger Fintech bietet aber auch Business-Kunden überzeugende Services. Und nicht zuletzt ist Exporo eines der wenigen deutschen Fintech-Startups, die nachweislich schwarze Zahlen schreiben.

→

Zur Website

3

CAPTIQ

Smarte Finanzierung für Kammerberufe

Mit einer klaren Zielgruppen-Ausrichtung tritt das Fintech CAPTIQ aus Frankfurt am Main an und **bietet Finanzierungslösungen für die sogenannten Kammerberufe**, also für qualifizierte Berufsgruppen von Ärzten und Apothekern, bis zu Rechtsanwälten und Wirtschaftsprüfern. Die Idee dahinter: Häufig sind alternative Finanzierungen nur für Startups oder andere junge Unternehmen verfügbar, während Mittelständler wie Ärzte, Apotheker oder Ingenieure, die jeden Tag einen großen Mehrwert für Menschen und die Wirtschaft generieren, von diesen Finanzierungsmöglichkeiten ausgeschlossen sind. **CAPTIQ ist am Markt, um als 'Alternative Investment Solution' diese Lücke zu schließen und bietet solchen Unternehmen einen Zugang zu moderner und einfacher Finanzierung.**

Banken und Sparkassen sollten dem Weg dieses Fintechs besondere Aufmerksamkeit schenken, da hier eine besonders attraktive Zielgruppe im Firmenkundenbereich im Fokus steht.

→

Zur Website

4

CLUNO

Auto-Abo mit monatlichem Fixpreis

Cluno ist jeweils zu 50 Prozent Mobility-Startup und Fintech. Mit dieser interessanten Business-DNA bieten die Münchner im Hauptgeschäft **die Langzeit-Vermietung von Autos an Privatpersonen und Firmen an**. Die Fahrzeuge werden dabei ausschließlich im All-Inclusive-Paket, also komplett mit gebündelter Zulassung, Versicherungen und Steuern vermietet. Dieser Service bildet die Fintech-Komponente von Cluno und ist ein massiver Mehrwert für den Kunden, da es den Mietprozess radikal vereinfacht.

Besonders spannend: Das Startup ist sehr gut finanziert und baut sein B2B-Komponente kontinuierlich aus.

→

Zur Website

Short Tracks

5 FRAGEN, 5 ANTWORTEN

SHORT TRACKS

LESEDAUER: 4 MIN

5 FRAGEN, 5 ANTWORTEN

Im zweiten Teil unserer neuen Serie "Short Tracks" befragen wir UX-Designerin Anna Friesen vom Sparkassen Innovation Hub zu MOVE, der Innovationsplattform für die Sparkassen.

01

WAS PASSIERT AUF MOVE UND WARUM BRAUCHEN DIE SPARKASSEN EINE INNOVATIONSPLATTFORM?

▶ MOVE unterstützt die Sparkassen dabei, ihre Produkte und Ideen nah an der jeweiligen Zielgruppe zu entwickeln und ermöglicht es so, diese Zielgruppen besser zu verstehen. Mit einer Community von aktuell rund 4300 Nutzern auf der Innovationsplattform können Customer Insights generiert und gemeinsam sogar komplette Ideen für Produkte und Services entwickelt werden. Die Sparkassen haben zudem die Möglichkeit, Prototypen innerhalb der MOVE-Community zu testen.

02

WELCHE ROLLE SPIELT MOVE IM BEREICH BUSINESS BANKING?

▶ Aktuell beschäftigt sich MOVE stark mit der Zielgruppe der Firmenkunden. Welche Bedürfnisse und Anforderungen haben diese Business-Kunden an die Sparkassen? Was sind ihre Wünsche und Meinungen? Entsprechen die Möglichkeiten, die die Sparkassen ihren Firmenkunden heute anbieten, den Anforderungen dieser Kunden? Um hier Antworten zu liefern, wurden auf MOVE bereits eine Reihe Community-Projekte gestartet.

03

WIE MUSS MAN SICH EIN SOLCHES PROJEKT VOM ABLAUF HER VORSTELLEN?

▶ Ein gemeinsames Projekt bestand beispielsweise darin, Wünsche und Meinungen zu einem Unternehmens-netzwerk für Firmenkunden einzufangen. Dieses hatte zum Ziel, die Unternehmen miteinander für einen aktiven Wissensaustausch zu vernetzen, um sich so gegenseitig unterstützen zu können. Zudem sollte das Wissen des Netzwerks dazu beitragen, die Qualität der Beratung durch die Sparkassen zu verbessern. Mit der Umsetzung des Projekts konnte MOVE wertvolle Ein- und Ansichten aus der Zielgruppe sammeln und damit aktiv dazu beitragen, die Idee eines Unternehmens-netzwerkes weiterzuentwickeln.

04

EIN WEITERES BEISPIEL?

▶ In einem weiteren Projekt beschäftigte sich MOVE mit einer Unternehmensplattform und der Informationsbeschaffung zu betriebswirtschaftlichen Entscheidungen für Firmenkunden. Die Idee dahinter war ein Benchmark-Vergleich, bei dem sich der Firmenkunde mit dem Branchendurchschnitt vergleichen kann. Auch hier konnte MOVE durch die Ergebnisse wichtige Insights liefern, die zur erfolgreichen Entwicklung der Unternehmens-plattform beitragen werden.

05

WAS SIND DIE NÄCHSTEN ZIELE FÜR MOVE?

▶ Um viele weitere Firmenkunden-Projekte auf MOVE zu starten, wollen wir die Anzahl der Community-Mittglieder aus der Business-Zielgruppe perspektivisch stark ausbauen. Firmenkunden, die Lust haben, sich aktiv an neuen Produkttests und Produktentwicklungen zu beteiligen und diese exklusiv vor allen anderen testen zu können, können also gerne jederzeit mitmachen! Das MOVE-Team freut sich aber auch über Interessierte aller weiteren Berufsgruppe und Altersklassen, die sich aktiv bei MOVE einbringen und teilnehmen möchten.

Interessierte können hier direkt starten:

Zur kostenlosen Anmeldung →

Spotlight

OPENBIONICS, KARMA, FUTURE PRODUCTS

SPOTLIGHT

LESEDAUER: 2 MIN

PROTHESEN AUS DEM 3D-DRUCKER

”Willkommen in der Zukunft, wo Behinderungen zu Superkräften werden.”

Mit dieser euphorischen Ankündigung preisen die Hersteller des 'Hero Arm' ihre im englischen Bristol entwickelten bionischen Prothesen aus dem 3D-Drucker an. Ob man das so teilen möchte – Geschmackssache. Sicher ist aber: Die nun marktfähigen, klinisch geprüften Unterarmprothesen für Erwachsene und Kinder ab acht Jahren ermöglichen erstaunliche Bewegungen, auch der einzelnen Finger.

Zur Website →

SPARSAM ESSEN UND DEN PLANETEN RETTEN

Das schwedische Food-Startup Karma kämpft gegen Lebensmittelverschwendung.

Im November 2016 startete Karma in Stockholm mit einer App zur Rettung übriggebliebener Gerichte aus Restaurants, Cafés und weiteren Lebensmittelgeschäften. Die Idee: Alles, was sonst weggeschmissen werden müsste, wird über Karma preiswert doch noch an Kund*innen gebracht, um der aktuell leider normalen Verschwendung zu begegnen. Heute ist der Service in 150 schwedischen Städten sowie in London und Paris verfügbar. Nach eigener Aussage hat die App dabei bisher 295 Tonnen Lebensmittel gerettet.

Zur Website →

FUTURE PRODUCTS

Mobile Payment mal anders: Ein Ring ersetzt Smartphone und Kreditkarte.

Das Zukunftsinstitut hat sich in der Trendstudie 'Future Products' der Frage gewidmet, warum Tech-Hypes reihenweise Lösungen produzieren, für die es eigentlich gar keine Probleme gibt. Darüber hinaus haben die Zukunftsforscher herausgefunden, welche Produkte und Services wirklich zukunftsweisend sind. Unter den sechs öffentlich präsentierten Beispielen ist auch ein Token-Fingerring, der für die kontaktlose Kreditkartenzahlung sowie als Haustürschlüssel, Autoschlüssel, Zugangsberechtigung, Reiseticket und Computerzugang verwendet werden kann. ■

Zu den Produkt-Beispielen →

Glossar

KURZ ERKLÄRT

GLOSSAR

LESEDAUER: 3 MIN

KMU

kleine und mittlere Unternehmen

Der Großteil der Firmenkunden von Banken und Sparkassen kann der Kategorie KMU, also den kleinen und mittleren Unternehmen zugeordnet werden. Unter die Sammelbezeichnung fallen Unternehmen, die festgelegt Grenzen hinsichtlich ihrer Beschäftigten, Umsatzerlöse oder Bilanzsummen nicht überschreiten.

Größe Jahr	Beschäftigte	Bilanzsumme €/
kleinst	bis 9	bis 2 Millionen
klein	bis 49	bis 10 Millionen
mittel	bis 249	bis 43 Millionen

In Deutschland gab es im Jahr 2015 nach der genannten Definition rund 2,39 Millionen kleine und mittlere Unternehmen. Der überwiegende Teil von diesen Unternehmen waren Kleinstunternehmen. Insgesamt machten die KMU über 99 Prozent aller Unternehmen aus.

BIG-DATA-ANALYTICS

Mit Big Data Analytics können große Datenmengen aus unterschiedlichen Kanälen analysiert werden.

Die dadurch gewonnenen Informationen oder erkannten Muster lassen sich einsetzen, um Unternehmensprozesse zu optimieren, aber auch um innovative Produkte und Services zu entwickeln.

Zu den wichtigsten Teilbereichen der Big Data Analytics zählen:

- Datenbeschaffung aus verschiedenen Quellen mithilfe von Suchabfragen
- Optimierung und Auswertung der gewonnenen Daten
- Analyse der Daten und Präsentation der Ergebnisse

PSD2

Die Payment Services Directive 2 (PSD2 oder PSD II) definiert die Marktöffnung für Drittanbieter (TPP) im Zahlungsverkehr.

Die PSD2 ist eine EU-Richtlinie zur Regulierung von Zahlungsdiensten und Zahlungsdienstleistern. Erklärte Ziele der Richtlinie sind die Erhöhung der Sicherheit im Zahlungsverkehr und die Stärkung des Verbraucherschutzes. Zudem sollen Innovationen gefördert und der Wettbewerb im Markt gesteigert werden.

APPLICATION PROGRAMME INTERFACE (API)

Vereinfacht ausgedrückt ermöglicht eine API die Kommunikation von Softwarekomponenten untereinander.

Solche Schnittstellen für Anwendungsprogramme bieten Entwicklern Zugriff auf vordefinierte Funktionen, so dass sie nicht jedes Mal von Grund auf neu erstellt werden müssen. Nach PSD2 müssen Banken vertrauenswürdigen Dritten die Möglichkeit bieten, die Finanzinformationen eines Kunden zu nutzen und sogar Zahlungen einzuleiten. APIs gelten derzeit als der praktischste Weg, dies zu erreichen.

OPEN BANKING

Die auch auch als API-Banking bezeichnete Entwicklung steht für die Öffnung der Banken und Teile ihrer Daten für Drittanbieter. Mit der PSD2 wird Open Banking von der aktuellen Freiwilligkeit zur verbindlichen Verpflichtung für Finanzinstitute innerhalb der EU.

ACCESS TO ACCOUNTS (XS2A)

XS2A ermöglicht, der Übersetzung 'Zugriff auf Konten' gemäß, Finanzinstituten sowie zugelassenen und regulierten Dritten den Zugang zu den Bankkonten der Verbraucher in der Europäischen Union.

PAYMENT SERVICE PROVIDER (PSP)

Ein PSP – zu deutsch: Zahlungsdienstleister – bietet Shops Online-Dienste für die Annahme elektronischer Zahlungen mit einer Vielzahl von Zahlungsmethoden wie Kreditkarte, bankbasierte Zahlungen wie Lastschrift, Banküberweisung und Echtzeit-Überweisung auf Basis von Online-Banking. innerhalb der EU. ■

About

WAS WIR WOLLEN, WER WIR SIND

ABOUT

GOLDILOCKS

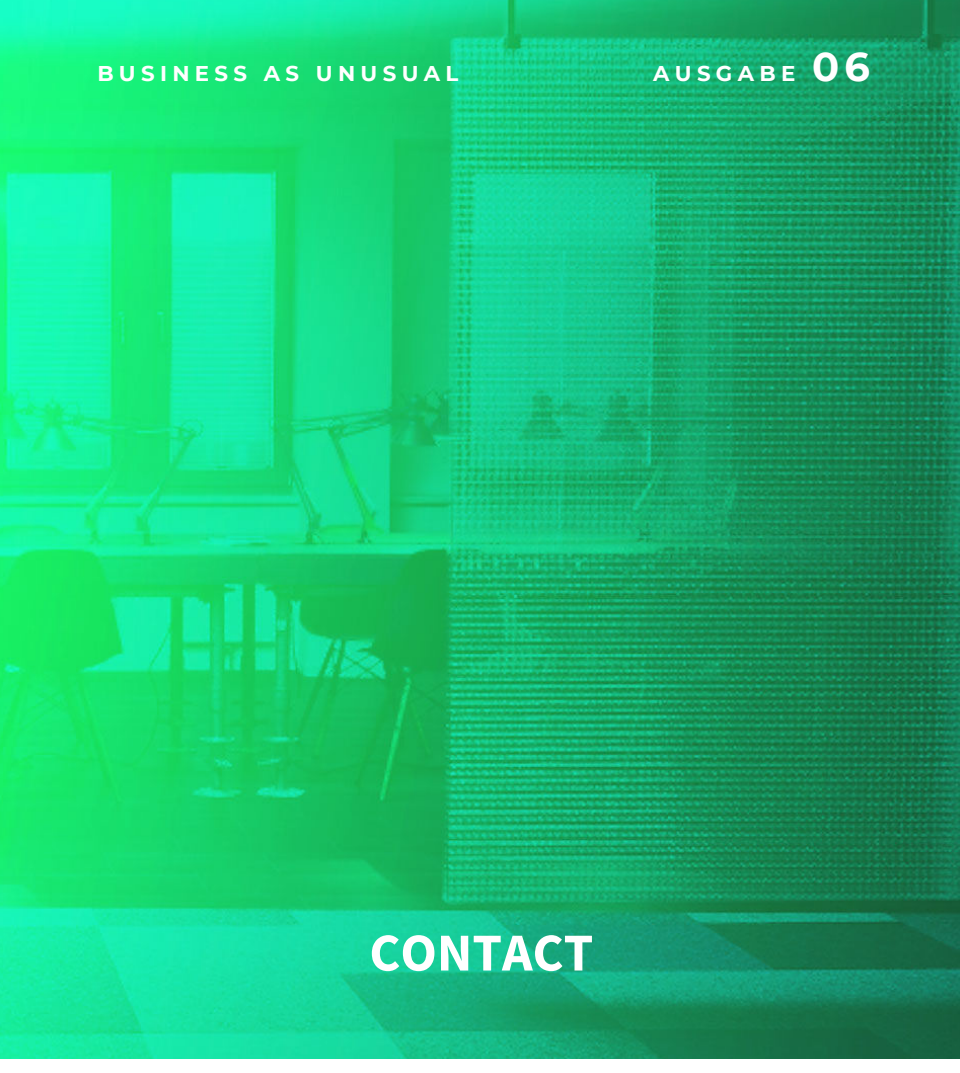
Der Begriff Goldilocks Zone bezeichnet den lebensfreundlichen Bereich in einem Sonnensystem. Dort kann Neues entstehen.

Im Zuge der **Digitalisierung** haben sich überall neue Zonen gebildet, die es zu beleuchten gilt. Genau da kommen wir ins Spiel. Regelmäßig werden wir ab sofort ein übergreifendes Thema behandeln – und wollen mit jeder Ausgabe einen Beitrag zu **innovativem Denken** und **besseren Zukunftsentscheidungen** leisten. Mit Hintergrund-Berichten, News, Interviews, Trend-Analysen und Produkt-Porträts zu den neuen Goldilocks der Finanzbranche. Unser Blick geht dabei über den Tellerrand der Finanzbranche hinaus – in Richtung der neuen **digitalen Lebenswelten**.

Der von der Finanz Informatik gegründete **Sparkassen Innovation Hub** bietet in Goldilocks Einblicke in seine Arbeit und Denkweise. Wir begleiten die Entwicklung neuer Produktideen und berichten von Kooperationen mit FinTechs und Innovatoren aus der ganzen Welt.

Die Journalisten von **finletter** stehen dabei für die unabhängigen redaktionellen Inhalte. Ihr Fachwissen für das Zukunftsthema **Fintech** hat den Newsletter-Service finletter zum führenden Branchen-Medium gemacht – und bildet die Basis für unsere Titelstorys und die aktuellen News.

GOLDILOCKS
WIRD PRÄSENTIERT VON
finletter
SPARKASSEN INNOVATION HUB



CONTACT

V.i.S.d.P.:
Sparkassen Innovation Hub

sparkassen-hub.com
twitter.com/sparkassen_hub
instagram.com/
sparkasseninnovationhub

Jens Rieken & Martin Schaffranski
Telefon +49 173 4362065
jens.rieken@starfinanz.de
martin.schaffranski@starfinanz.de

Star Finanz GmbH
Grüner Deich 15
20097 Hamburg

finletter

finletter.de
twitter.com/finletter

Clas Beese & Caro Beese
Telefon +49 174 3296206
clas.beese@finletter.de
caro.beese@finletter.de

finletter und Fintech Week GmbH
Versmannstr. 4
20457 Hamburg

copyright

Die Rechte an allen von uns erstellten Texten, Grafiken und sonstigen Unterlagen verbleiben bei der Star Finanz GmbH und der finletter GmbH. Eine Übertragung von Rechten bedarf der schriftlichen Vereinbarung. Durch dieses Magazin werden keine Rechte übertragen. Das Magazin darf nicht weitergeleitet werden.

FEEDBACK

WIR SIND NEUGIERIG

Schick uns gerne deine Meinung, zu Goldilocks, zu den Beiträgen oder zu Ideen wie du das Magazin verbessern würdest.

Jens Rieken

hallo@sparkassen-hub.com

GOLDILOCKS

WIRD PRÄSENTIERT VON

finletter

SPARKASSEN INNOVATION HUB

GOLDILOCKS

SPARKASSEN INNOVATION HUB

finletter