

A portrait of Gerd Müller, a middle-aged man with short, graying hair, smiling slightly. He is wearing a dark suit jacket over a blue and white checkered shirt. The background is a light gray wall with large, blurred yellow letters, possibly spelling 'WOLFF' or similar.

Interview mit Innovations- & Technologieexperte Gerd Müller

Jeder Mensch hat etwas, das ihn antreibt.

Wir machen den Weg frei.



Volksbank eG
Schwarzwald Baar Hegau

Interview mit Gerd Müller

Der Innovations- und Technologieexperte Gerd Müller, Bereichsleiter Architektur und Innovation der genossenschaftlichen Rechenzentrale Fiducia & GAD IT AG, inspiriert Unternehmen, die Digitale Transformation zu starten. Mit seinem Team und seinen Partnern beschreitet er neue Wege und hat sich zur Aufgabe gesetzt die Fiducia GAD zum FinTech der genossenschaftlichen Finanzgruppe weiter zu entwickeln. Das anspruchsvolle Ziel ist es „so innovativ und beweglich wie ein Startup und dabei so sicher und verlässlich wie eine Rechenzentrale“ zu sein.

Lassen Sie uns über Digitalisierung sprechen.

Wie hat sich die Welt dadurch verändert und welche Faktoren haben diesen Wandel begünstigt?

Ein Auslöser, warum sich die Digitalisierung so schnell ausbreiten konnte, war und ist sicherlich die rasante Weiterentwicklung der Technologie. Mittlerweile verfügen wir über so viel erschwingliche Rechenpower, dass bislang nicht mögliche Lösungen geschaffen werden können. Die Leistung, für die noch vor zwanzig Jahren ganze Rechenzentren nötig waren hat, tragen wir heute in Form unseres Smartphones in der Hosentasche. Und es geht weiter: Es gibt Experten die prognostizieren, dass die Computer in zehn Jahren circa eine Million Mal leistungsfähiger sein werden als die heutigen. Diesen Effekt nennt man übrigens exponentielles Wachstum. Auch die zunehmende Verfügbarkeit und Schnelligkeit von Internetzugängen ist ein Katalysator für völlig neue Szenarien. Durch unglaublich kleine und schnelle Rechner und überall und mobil verfügbares schnelles Internet hat sich die Art wie wir arbeiten, aber auch wie wir konsumieren, uns informieren und miteinander austauschen, fundamental verändert.

Nutzergewohnheiten und Ansprüche verändern sich

Die oben beschriebene Entwicklung ist für die meisten von uns mittlerweile selbstverständlich, wir sind es gewohnt uns zu jeder Zeit an jedem Ort zu informieren und mit anderen zu vernetzen. Firmen, die „digital geboren“ wurden wie Google oder Amazon, setzen neue Maßstäbe, an denen sich die Menschen orientieren und die erwartet werden. Digitalisierung und digitale Kultur ist damit als Kernthema in der Mitte und Breite der Gesellschaft angekommen.

Das wirkt sich natürlich auch auf die Ansprüche und die Nutzergewohnheiten der Bankkunden aus. Idealerweise erwartet ein Kunde 24 Stunden täglich eine Bank, die für ihn da ist, um seine „Bedürfnisse“ sofort zu befriedigen.

Wie sieht es mit Genossenschaftsbanken aus: Welche Aufgaben haben diese in der Zukunft?

Genossenschaftsbanken sind in der Region verankert und haben ein großes „analoges“ Netzwerk mit Privatkunden, Firmenkunden, Vereinen und Behörden. Die Aufgabe von den Banken ist es nun, dieses Netzwerk „glaubwürdig“ in den digitalen Raum zu übertragen. „Die Daseinsberechtigung der Bank wird also ergänzt durch die digitale Komponente“, erläutert Müller. „Der Mitarbeiter ist somit Beziehungsmanager und leistet Überzeugungsarbeit, erschließt neue Segmente und vernetzt die Unternehmen und Menschen“. Dabei gilt es nicht nur Einzelevents aufzuarbeiten, sondern ganzheitlich und systematisch zu agieren. Über solche Netzwerkeffekte schafft man neue Werte und gewinnt neue Kunden durch eine Win-Win Situation.

Sprechen wir nun über die digitale Arbeitswelt.

Was sind die Herausforderungen für die Banken in der digitalen Arbeitswelt?

Der Management Vordenker Peter Drucker bringt die Herausforderung auf den Punkt: „Die größte Gefahr in Zeiten des Umbruchs ist nicht der Umbruch selbst. Es ist das Handeln mit der Logik von gestern“. Digitalisierung ist als Kernthema ernst zu nehmen und dies fängt mit den Rahmenbedingungen für digitale Kultur an. Kundennähe und Vertrauen sind auch ins Digitale zu übertragen.

Digitalkompetenz ausbauen

Die Bank muss daher Führung und Mitarbeiter mit auf die „digitale Reise“ nehmen und die Digitalkompetenz ausbauen. Das heißt: Die Mitarbeiter müssen sich kontinuierlich digital weiterbilden und sich in der digitalen Bank mit ihren Online-Lösungen auskennen. Des Weiteren sollten die Bankmitarbeiter digitale Anwendungen selbst „angstfrei“ nutzen und Spaß daran haben. Das sind die besten Voraussetzungen, um sich mit dem Endkunden auf Augenhöhe darüber zu unterhalten und eine Bindung zum Kunden auszubauen. Außerdem können sogenannte „Digitalteams“ als Multiplikatoren in der Bank dienen: Sie sind jederzeit ansprechbar und digital „kompetent“. Auch für interne Prozesse spielt Digitalisierung eine große Rolle, hier kann noch sehr viel optimiert und beschleunigt werden.

Eine weitere Herausforderung im digitalen Zeitalter ist, dass sich Berufliches und Privates „verwischt“, eine klare Trennung ist nicht mehr möglich. So überprüft der Bankmitarbeiter im Urlaub schnell seine Maileingänge oder wählt sich in eine Konferenz ein.

Und: Jeder Mitarbeiter ist Markenbotschafter für das Unternehmen in dem er arbeitet, jederzeit und an jedem Ort.

Wie wichtig sind Werte für die Arbeitskultur?

Wenn sich Menschen entscheiden, wo sie gerne arbeiten möchten, spielen sicherlich Werte eine wichtige Rolle. Meines Erachtens nehmen Werte eine immer größere Bedeutung ein, sie rücken mehr in das Bewusstsein der Einzelnen.

Zudem wird der genossenschaftliche Förderauftrag, „was einer nicht schafft können viele“ immer wichtiger und die Werte von Genossenschaften sind aktueller denn je. Diese Sinnhaftigkeit, die auf die Arbeitszufriedenheit abstrahlt, verbunden mit einer positiven Grundeinstellung, die viele langjährige Mitarbeiter haben, gilt es „bewusst zu machen“. Dies strahlt nach innen – das können und müssen wir aber auch im Außenbild nutzen. Gerade unser genossenschaftlicher Wertekanon ist aktueller denn je und trifft in Zeiten von Plattformkapitalismus und übermächtigen Internet-Giganten aus Übersee auf eine hohe Empfänglichkeit in unserer Gesellschaft.

Welche Fähigkeiten braucht es, um in der neuen Berufswelt bestehen zu können?

Nach Meinung von Gerd Müller sind „soft skills“ und die sogenannte „digitale Empathie“ wichtig. Das bedeutet, echtes Interesse an dem Kunden zu haben, als Problemlöser zu fungieren, Service anzubieten und natürlich auch verkaufen zu können. Banken müssen die Bedürfnisse der Kunden befriedigen auch „in der Fläche“, persönlich an einem Tisch und online auf der Website. Das Leistungsangebot muss kontinuierlich angepasst werden.