

5 Fragen, um das digitale Potenzial im Investment Management voll zu nutzen



Inhalt

EINLEITUNG	02
AKTUELLE HERAUSFORDERUNGEN	03
DIE 5 FRAGEN	06
INVESTMENT MANAGEMENT TRENDS 2020	17
REFERENZ	19
ÜBER ENDAVA	20

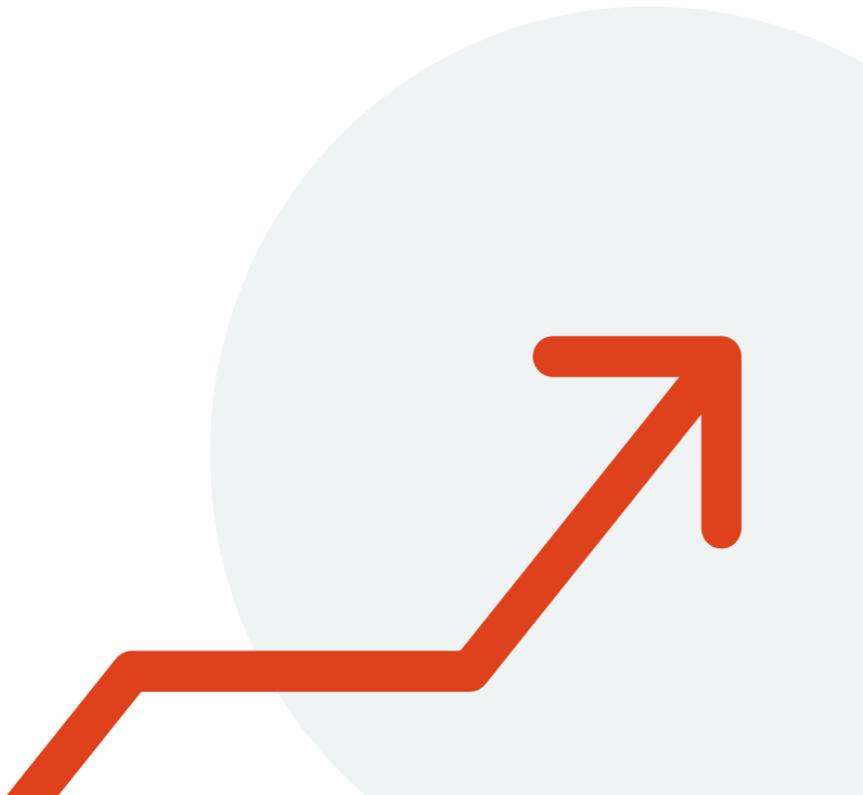
Einleitung

Das Investment Management (IM) steht vor großen Veränderungen. Ein über lange Zeit starkes Wachstum hat zu einer Spitzenposition innerhalb der Finanzindustrie geführt. IM-Unternehmen müssen sich jetzt für neue Technologien öffnen, um den aktuellen Herausforderungen zu begegnen, denn diese werden eine entscheidende Rolle für die Zukunft der Branche spielen.

Fünf wesentliche Fragen sind entscheidend, um Technologie bestmöglich für Ihr Wachstum zu nutzen durch

- die Umsetzung flexibler und reaktionsfähiger Lösungen,
- die zielgerichtete Nutzung von Daten,
- die Realisierung von Kosteneinsparungen,
- den Aufbau einer ESG-Technologie-Roadmap (ESG = Environmental, Social and Governance),
- die flexible Anpassung von Produkten, um die Bedürfnisse der Endkunden besser zu erfüllen

Viele IM-Unternehmen erkennen aktuell, dass Technologie und Digitalisierung die wesentlichen Hebel sind, um langfristiges Wachstum sicherzustellen.





Aktuelle Herausforderungen



Im Gegensatz zu anderen Branchen, die bereits auf Digital-First-Strategien setzen, verfügen bislang nur wenige IM-Unternehmen über moderne digitale Angebote. Vor allem jetzt, da Firmen mit einer neuen räumlichen Distanz an vielen Stellen umgehen müssen, ist das Fehlen einer Digitalstrategie und von digitalen Kompetenzen ein Schwachpunkt, der zu einem Verlust an Wettbewerbsfähigkeit führt.

Der Endkunde muss im Mittelpunkt aller digitalen Initiativen stehen. Ein digitales und soweit wie möglich automatisiertes Onboarding ist notwendig, um die Bedürfnisse der Kunden zu erfüllen. Kundenportale und Self-Service-Apps geben Kunden 24/7 einen Echtzeitzugang und das Gefühl von Kontrolle, insbesondere in Zeiten volatiler Märkte.

Entscheidungsprozesse können zum Beispiel auf dem Smartphone begonnen und nahtlos auf dem Tablet oder Laptop abgeschlossen werden, falls mehr Informationen oder bestimmte Tools notwendig sind.

Zudem erwarten insbesondere Investoren günstige Angebote mit nachvollziehbareren Investmentstrategien, ergebnisorientierte Produkte, Gebührentransparenz sowie alternative Gebührenmodelle. Von Chatbots und Apps bis hin zu Virtual Agents – Investment Manager sollten innovative Wege gehen, um neue Kunden zu gewinnen.





Die zunehmende Bedeutung regulatorischer Anforderungen erfordert qualitativ hochwertige und stets verfügbare Daten. IM-Unternehmen brauchen effiziente Datenstrategien, unterstützt durch innovative, technologische Lösungen, um die wachsende Reporting-Last für Aufsichtsbehörden und Endkunden zu bewältigen.

Mit einer ganzheitlichen Sicht auf und einem Verständnis für Daten eröffnen sich weitere Möglichkeiten abseits der regulatorischen Anforderungen: beispielsweise die Optimierung von Investmentstrategien, verbesserte Handelsanalysen, neue Produkte und Gebührenmodelle, eine bessere Customer Experience und vieles mehr.

Aber wie erreicht man diese Ziele? IM-Unternehmen können die Chancen der Digitalisierung nutzen, indem sie sich die folgenden Fragen stellen.

Die 5 Fragen



1. Haben wir einen Überblick über unsere Systemlandschaft und inwieweit unterstützt diese ein nahtlos digitales Angebot?
2. Haben wir ein vollständiges Verständnis unserer Daten und eine Datenstrategie?
3. Haben wir eine Automatisierungs-Roadmap?
4. Bieten wir unseren Kunden ein überzeugendes digitales Angebot?
5. Sind wir auf die Auswirkungen von ESG vorbereitet?

Haben Sie einen Überblick über Ihre Systemlandschaft und inwieweit unterstützt diese ein nahtlos digitales Angebot?

Ein vollständiges Verständnis der gesamten Technologielandschaft ist unerlässlich, um das technologische Potenzial voll zu erschließen. Ein qualitativ hochwertiges digitales Angebot basiert auf einer zusammenhängenden Technologieumgebung, die flexibel, skalierbar und effektiv neue digitale Produkte und Services bereitstellen kann.

Erfolgsfaktoren in diesem Zusammenhang sind beispielsweise die intelligente Zusammenführung und Analyse von Daten sowie eine weitreichende Nutzung von Automatisierungspotenzialen.

UNSER TIPP

Ein umfassender Überblick über Ihre Systemlandschaft verschafft Ihnen Klarheit und bildet die Basis für die Priorisierung Ihrer digitalen Initiativen. Er hilft Ihnen, technologische Handlungsfelder zu erkennen und anzugehen, für mehr Effizienz zu sorgen und sich optimal für künftige Veränderung aufzustellen.

- Verstehen und entwerfen Sie Ihre Zielarchitektur.
- Identifizieren Sie strategische Technologien und Tools.
- Entwickeln Sie Ihre digitale Technologie-Roadmap.

STARTEN SIE MIT

der Bewertung Ihrer „Digital Readiness“

Die Einschätzung Ihrer „Digital Readiness“ kann schnell und effizient durchgeführt werden. Sie bietet wertvolle, konkrete Ergebnisse, die Ihnen den Weg von Ihrer bestehenden Systemlandschaft hin zu einem digitalen und agilen Zielbild aufzeigen.

Nach der Bewertung können Sie anfangen, Ihren künftigen Sollzustand zu definieren und eine Digital-Roadmap zu entwickeln, die Ihre strategischen Initiativen für die kommenden zwei bis fünf Jahre definiert. Unsere Experten können in wenigen Wochen einen Digital-Readiness-Check durchführen und auf dieser Basis Handlungsempfehlungen ableiten.

Haben Sie ein vollständiges Verständnis Ihrer Daten und eine Datenstrategie?

Durch die Analyse interner und externer Daten können Sie

- jederzeit verstehen, wo Sie aktuell stehen, auch wenn sich die Dinge um Sie herum rasant verändern,
- kommende Trends, Herausforderungen und Chancen schnell erkennen und entsprechend handeln,
- die Customer Experience optimieren und Kundenerwartungen besser erfüllen.

Organisches Wachstum und Marktkonsolidierungen führen jedoch zu heterogenen IT-Landschaften und Technologien, was es zunächst erschwert, von den oben genannten Vorteilen zu profitieren.



UNSER TIPP

Eine effektive Datenstrategie und Datenmanagement-Lösungen geben Ihnen ein klares Bild der internen und externen Datenbestände und optimieren ihre Nutzung und Darstellung. So basieren künftige Entscheidungen auf Analysen und Fakten statt auf Meinungen und Schlussfolgerungen.

STARTEN SIE MIT

dem Verstehen Ihres Datenbedarfs

Bevor Sie Daten aus unterschiedlichen Systemen zentralisieren, sollten Sie zuerst verstehen, welche Bedürfnisse die jeweiligen Teile Ihres Unternehmens haben. So können Sie die Anforderungen einzelner Bereiche adressieren und flexible Lösungen für Datenintegration, -speicherung und -reporting entwickeln, die diesen Bedürfnissen entsprechen.

Beispiele hierfür sind der Aufbau einer intelligenten Integrationsplattform, die einzelne Abteilungen miteinander verbindet, oder die Implementierung eines Data Layers, der als erste Anlaufstelle für externe Marktdatenanforderungen dient, falls diese bereits im Unternehmen vorhanden sind.

[endava.com](https://www.endava.com)

Haben Sie eine Automatisierungs-Roadmap?

Zunehmender Kostendruck erfordert ein hohes Maß an Automatisierung. In der Finanzindustrie gibt es jedoch unterschiedliche Auffassungen darüber, inwieweit Automatisierung zu Kostensenkungen und erhöhter Effizienz führt.

Hinzu kommen widersprüchliche Ansichten über den tatsächlichen Nutzen von Prozessautomatisierung, Machine Learning oder künstlicher Intelligenz und den Vorteilen, die man sich davon verspricht.



UNSER TIPP

Betrachten Sie den ROI von Automatisierungsprojekten pragmatisch und wiegen Sie deren Vorteile ab, zum Beispiel:

- Kostenminimierung für manuelle, repetitive Prozesse,
- Optimierungen des Geschäftsmodells zur Steigerung der Effizienz,
- Kostensynergien entlang der gesamten Wertschöpfungskette.

STARTEN SIE MIT

einer Automatisierungsstrategie und Umsetzungsplanung

Identifizieren Sie arbeitsintensive Aufgaben, wie die Extraktion wichtiger Asset-Daten, Compliance-Anforderungen und Reporting, und analysieren Sie, was davon durch Automatisierung optimiert werden kann. Vorteile sind beispielsweise eine höhere Kosteneffizienz und die bessere Auslastung hochqualifizierter Mitarbeiter, die sich dann auf Aufgaben mit echtem Mehrwert für Ihr Unternehmen konzentrieren können.

In einem ersten Schritt sollten relevante Use Cases identifiziert, bewertet und priorisiert werden. Ziel ist es, Automatisierungs-Maßnahmen zu finden, die einen großen Kosten-Nutzen-Effekt haben und kurz- bis mittelfristig umsetzbar sind, um schnell erste Erfolge zu erzielen.

Bieten Sie Ihren Kunden ein überzeugendes digitales Angebot?

Ein herausragendes digitales Erlebnis gewinnt mit der Abnahme persönlicher Interaktion an Bedeutung. In den vergangenen Monaten mehr denn je.

Für IM-Unternehmen ergibt sich dadurch die Chance, sich von ihren Wettbewerbern abzuheben, indem sie hochwertige digitale Angebote bereitstellen.

UNSER TIPP

Investment Manager sollten bei der Entwicklung und Optimierung von Anwendungen ihre Kundenbindungsstrategie während des Onboardings, im Online-Portal- und Mobile-Bereich genau analysieren. IM-Unternehmen müssen heute eine herausragende, durchgängige Customer Experience über alle Kanäle sicherstellen.

[endava.com](https://www.endava.com)



STARTEN SIE MIT

Customer Experience Workshops

Bei der Entwicklung von Kundenanwendungen sollten Sie großen Wert darauf legen, dass sich Ihre Kunden einfach registrieren können und alle relevanten Informationen und Produkte bzw. Services auf der Website oder im geschlossenen Bereich einfach zu finden sind. Dazu gehören zum Beispiel ein einfaches Onboarding, der leichte Zugang zu Portfolio-Informationen und intuitives Self-Service-Reporting.

Schwächen in der Customer Journey haben einen negativen Einfluss auf die Kundenbindung und sollten schnell erkannt und beseitigt werden. Hierzu ist es sinnvoll, sowohl direktes Kundenfeedback in Form von Customer Labs einzuholen als auch Daten im Rahmen der Kundeninteraktion regelmäßig zu erheben und zu analysieren. Dadurch gelingt eine Fokussierung auf die kritischen Interaktionspunkte der Customer Journey.

Sind Sie auf die Auswirkungen von ESG vorbereitet?

Innovationsfähigkeit wird immer mehr zu einem Wettbewerbsvorteil und einer Notwendigkeit für jedes Geschäftsmodell. Für viele IM-Unternehmen heißt das, sozialverantwortliche Investmentprodukte anzubieten und über deren Performance Auskunft geben zu können. Sie können Technologie nutzen, um Ihre ESG-Angebote zu verbessern, indem Sie

- verschiedene Quellen von Drittanbietern zur Investmentrecherche nutzen,
- das Anlageuniversum der Investmentstrategien so anpassen, dass ESG-Dimensionen einbezogen werden und den Ansätzen für Datenmanagement und Data Warehousing entsprechen,
- die Investmentstrategien anpassen – bei den Produkten selbst, der Risikomessung, den Managementansätzen und anschließend bei der Attributionsanalyse,
- den Reportingprozess anpassen, um ESG-Faktoren einzubeziehen, inklusive Reportings an Dritte wie Aufsichtsbehörden, Berater und Treuhänder.



UNSER TIPP

Die Etablierung von Innovationsprozessen findet meist in einem Spannungsfeld etablierter Strukturen, verfügbarer Ressourcen und Budgets sowie der vorhandenen Erfahrung statt. Etablierten Unternehmen mangelt es häufig an flexiblen Strukturen und ausreichend Ressourcen, während kleine und mittlere Unternehmen oft mit begrenzten Budgets zu kämpfen haben.

Innovations-Labs können Ihnen dabei helfen, Ziele zu formulieren, die sich speziell auf ESG-relevante Ergebnisse beziehen.

STARTEN SIE MIT

einer „Fail fast“-Kultur

Eine „Fail fast“-Kultur ist wichtig, um neue Ideen schnell zu testen und umzusetzen – oder eben nicht. Es ist in Ordnung, ja sogar erwartet, dass manche Ideen nicht funktionieren. Je früher Sie diese erkennen, desto besser. Spielen Sie Ideen im Rahmen eines Proof of Concept durch, bauen Sie einen Prototyp und gehen Sie in Richtung Umsetzung. Stellen Sie die erwartete Wertschöpfung kritisch infrage. Führen Sie Marktforschung durch und stellen Sie sicher, dass agile Teams regelmäßige Fortschritte erzielen.

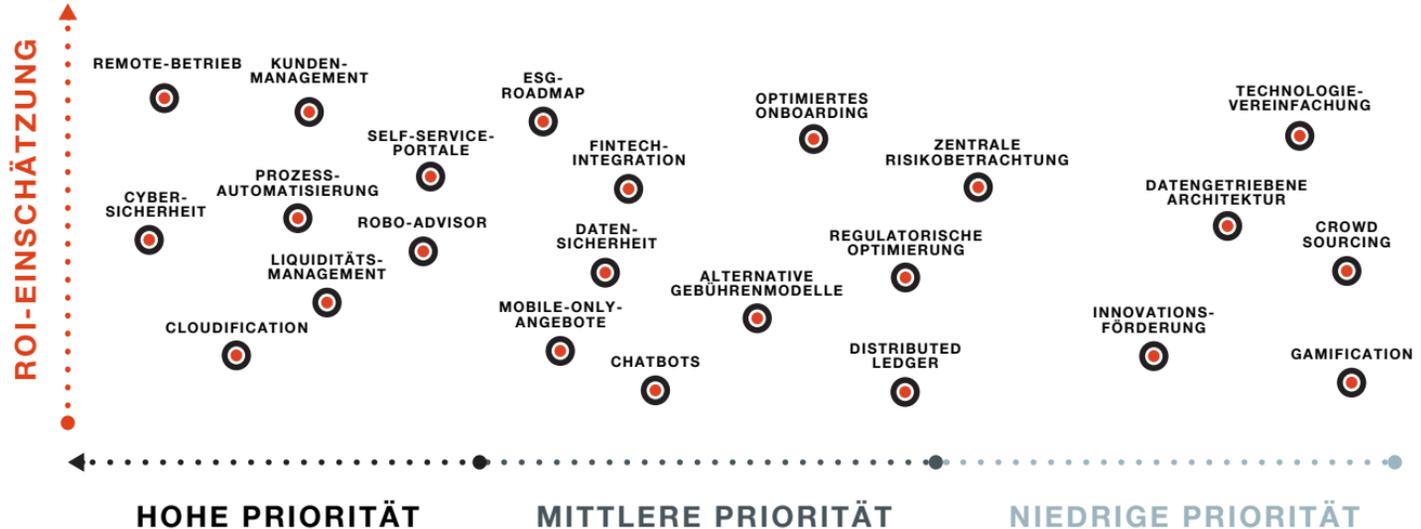
Investment Management Trends 2020



Unsere IM-Heatmap 2020 zeigt aktuelle und künftige Technologie-Trends, die Sie bei der Priorisierung Ihrer Digital-Roadmap berücksichtigen sollten.

Trends mit einer hohen Priorität erfordern schnelle Entscheidungen, während mittlere Prioritäten beobachtet und zu einem späteren Zeitpunkt erneut bewertet werden sollten. Trends mit niedriger Priorität helfen bei langfristigen Technologiestrategien und können im Laufe der Zeit an Bedeutung gewinnen.

Unser Trend-Report 2020



Referenz

Global agierendes Investment-Management-Unternehmen macht ersten Schritt in die Cloud mit Endava

Mithilfe einer umfassenden Architekturanalyse hat Endava ein klares Bild der Technologielandschaft dieses IM-Unternehmens erstellt und identifiziert, welche Anwendungen weiterbetrieben, welche umgestaltet und welche außer Betrieb genommen werden sollten. Auf dieser Basis bauten wir eine zentrale „Best Execution Reporting and Monitoring“-Lösung zur Einhaltung wichtiger regulatorischer Anforderungen wie MiFID II.

Unsere strategische Herangehensweise ermöglichte die Entwicklung einer sehr flexiblen, robusten und skalierbaren Plattform, die eine Reihe von AWS-Funktionalitäten nutzt.

VORTEILE:

- Verbesserte Trading-Compliance
- Überblick über Transaktionskosten
- Besseres Kunden-Reporting
- Kostenreduktion durch Serverless-Cloud-Architektur
- Mehr Agilität durch DevOps

[endava.com](https://www.endava.com)



Über Endava

Endava gestaltet die Beziehung zwischen Mensch und Technologie neu.

Wir helfen einigen der weltweit führenden Unternehmen in den Bereichen Financial Services, Versicherungen, Telekommunikation, Medien, Technologie und Einzelhandel dabei, neue Geschäftsmodelle zu entwickeln und Marktchancen bestmöglich zu nutzen. Indem wir dynamische Plattformen und smarte digitale Experiences entwickeln und umsetzen, unterstützen wir unsere Kunden bei der schnellen, nachhaltigen Transformation ihrer Unternehmen.

Durch den Einsatz zukunftsfähiger Technologien bieten unsere fachübergreifenden Teams eine Kombination aus Produkt- und Technologiestrategien, intelligenter UX und erstklassigem Engineering und helfen somit unseren Kunden, noch attraktiver, reaktionsfähiger und effizienter zu werden.

Endava hatte zum 30. Juni 2020 6.624 Mitarbeiter an

- kundennahen Standorten in Dänemark, Deutschland, den Niederlanden, dem Vereinigten Königreich und den USA sowie in
- Nearshore-Delivery-Zentren in der Europäischen Union (Rumänien, Bulgarien), in Mitteleuropa (Nordmazedonien, Moldawien und Serbien) und Lateinamerika (Argentinien, Kolumbien, Uruguay und Venezuela).

Neben dem Investment in langfristige Kundenbeziehungen weiß Endava auch um die Wichtigkeit, seinen Mitarbeitern lohnende und herausfordernde Karrieren zu ermöglichen. So ist Endava in einigen Regionen zum Arbeitgeber der Wahl geworden.

Sprechen Sie uns an



Sie möchten mehr wissen? Dann kontaktieren Sie uns und wir besprechen, wie wir Ihrem Unternehmen helfen können, die Vorteile von Technologie und Digitalisierung voll auszuschöpfen.

Kontaktieren Sie uns unter www.endava.com/de-DE/Contact



Copyright Endava 2020. Alle Rechte vorbehalten.