

PRESSEINFORMATION

Wien, 12. März 2026

Accenture & Bankenverband:**„Beyond the ordinary“ Ausblick 2026:**

„Was müssen Banken heute tun, um morgen relevant zu sein? Diese Frage diskutierten die Gastgeber des Business Breakfast Banking Markus Böhme, Financial Services Lead Accenture Österreich & Osteuropa, und Generalsekretär des Bankenverbandes Gerald Resch Dienstagvormittag im Accenture Futurecamp im Börsegebäude am Schottenring vor rund 80 Gästen aus der heimischen Bankenbranche.

„Mit einer Banking-App kann man sich nicht mehr unterscheiden. Die Ansprüche sind enorm, sie sind beyond the ordinary“, unterstreicht Böhme. Resch betont: „Wir müssen immer flexibel bleiben und den Kunden genau dort abholen, wo er gerade steht und was er individuell braucht. Der persönliche Kontakt ist dabei noch immer unsere größte Stärke.“

Die jüngste Banking-Customer-Studie von Accenture zeigt, dass Banken ihre Kunden als Botschafter, als Advokaten gewinnen müssen, um nachhaltig erfolgreich zu sein. „Advocacy ist der Schlüssel. Advokaten nutzen mehr Produkte, sind loyal und tragen zum messbaren Wachstum bei. Banken mit den meisten Advokaten wachsen doppelt so schnell und ihre Kunden haben bis zu 30 Prozent mehr Produkte“, sagt Christopher S. Mayr, Banking Lead Austria Accenture, und ergänzt: „Advocacy entsteht durch wiederholte Momente, in denen sich Kunden abgeholt fühlen.“ Dazu brauche es drei Elemente: das Verstehen der Kunden, Sicherheit durch Einfachheit und Transparenz und Nähe. „Wenn eines fehlt gibt es kein Vertrauen und ohne Vertrauen gibt es keine Loyalität“, so Mayr.

Der Vorstand der Raiffeisenlandesbank Niederösterreich-Wien Roland Mechtler erläuterte in der Diskussion: „Kundenzentrierung ist eine Herausforderung, die wir jeden Tag erleben.“ Der Bankkunde sei zwar grundsätzlich „sticky“ und entscheide sich bei der Wahl der Hauptbank oft für eine klassische Bank, aber Neobanken könnten vielfach mit einem Produkt überzeugen. „Das sind die Herausforderungen für eingesessene Banken“, sagt Mechtler und unterstreicht, dass Raiffeisen von der Tradition profitiere und gleichzeitig auf starke Partnerschaften setze, die aus der Lebenswelt des Kunden kommen.

„Einfachheit ist die Königsdisziplin“, erklärt Enver Sirucic, Präsident des Bankenverbandes und CFO der BAWAG Group. Darin müsse der Hauptfokus liegen, zudem setzt die BAWAG auf das hybride Kundenerlebnis, das die digitale und die analoge Welt nahtlos miteinander verbindet. „Ich hätte nicht gedacht, dass ich das nach drei Jahrzehnten „alles online“ sagen würde: Die Filiale is back. Durch KI wird der persönliche Kontakt und Austausch verstärkt“, so Sirucic und verweist auf die Entwicklung in den USA, wo viele Banken aktuell landesweit neue Filialen errichten.

Rückfragen:

Image Angels

Tel.: +43 664 4269900

bankenverband@image-angels.at