

Maximaler Nutzen von Mobilgeräten für die Finanz- dienstleistungs- branche

Die Finanzdienstleistungsbranche ist im Umbruch. Mit Android Enterprise können Sie das Potenzial von Mobilgeräten besser ausschöpfen und sich in einer zunehmend dynamischen Branche einen Wettbewerbsvorteil verschaffen.

Inhalt

Die Finanzdienstleistungsbranche ist im Umbruch	<u>05</u>
Aktuelle Nutzung von Mobilgeräten in der Finanzdienstleistungsbranche	<u>09</u>
Trends und Tipps zur effektiveren Nutzung von Mobilgeräten	<u>12</u>
Eine optimale Mobilgerätestrategie dank Android Enterprise	<u>23</u>
Nächste Schritte	<u>27</u>
Quellen	<u>28</u>

Kurz zusammengefasst



Die Finanzdienstleistungsbranche steht vor ganz neuen Herausforderungen, die die Beziehungen zu Kunden, Mitarbeitern und Regulierungsbehörden sowie die Einstellung zu Technologien verändern.



Mobilgeräte werden zwar schon branchenweit umfassend eingesetzt, aber nur wenige Finanzdienstleister schöpfen die damit verbundenen Vorteile vollständig aus oder nutzen sie, um auf die dynamischen Veränderungen zu reagieren und sich einen Wettbewerbsvorteil zu verschaffen.



Daher ist in der Branche eine neue Strategie notwendig, um die Innovationen und Neuerungen der Mobiltechnologie, einschließlich Software und Hardware, für ihre Zwecke zu nutzen und die Anforderungen von Kunden, Mitarbeitern und Regulierungsbehörden besser zu erfüllen.



Mit Android Enterprise können Finanzdienstleister ihre aktuellen Mobilgeräteinvestitionen optimal ausnutzen und sich besser auf zukünftige Änderungen vorbereiten.



Für diesen Bericht wurden Daten aus Primär- und Sekundärquellen von Accenture ausgewertet, um neue Trends in der Finanzdienstleistungsbranche zu identifizieren.



1

2

3

4

5

6

Die Finanzdienstleistungsbranche ist im Umbruch



[Zurück zum
Inhaltsverzeichnis](#)

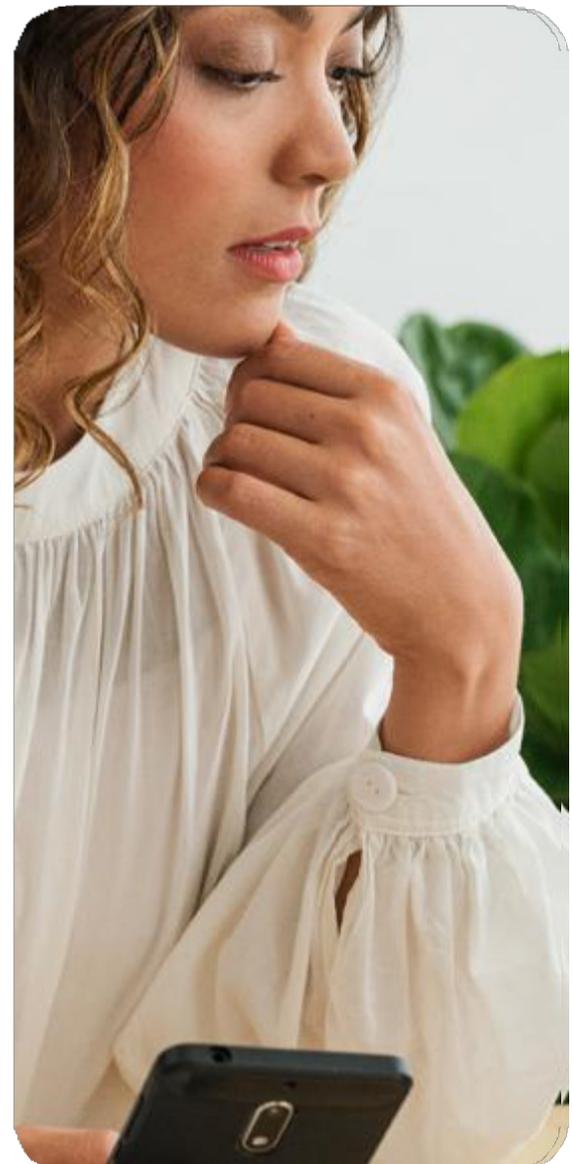
Traditionell war die Finanzdienstleistungsbranche nicht für innovative Ansätze bekannt und lag in diesem Bereich meist hinter anderen Branchen zurück. Doch das ist nicht mehr der Fall.

Laut einer Umfrage von Accenture bestätigen inzwischen 66 %¹ der Führungskräfte bei Finanzdienstleistern, dass es in ihrem Unternehmen noch nie so viele Veränderungen in so kurzer Zeit gegeben hat. Da das Tempo sogar weiterhin zunimmt, setzen immer mehr Finanzdienstleister auf Technologien, um mit den Anforderungen Schritt halten zu können.



66 %

der Führungskräfte bei Finanzdienstleistern gaben an, dass es in ihrem Unternehmen noch nie so viele Veränderungen in so kurzer Zeit gegeben hat.¹



Besonders für die folgenden Trends stützen sich Finanzdienstleister zunehmend auf Mobile Computing:



Neue Kundenerwartungen

Jüngere Kunden haben andere Erwartungen in Bezug auf Technologien, kanalübergreifende Kommunikation und das Serviceangebot, sowohl online als auch vor Ort. Von den Finanzdienstleistern wird erwartet, dass sie diese neuen Bedürfnisse verstehen und entsprechende digitale Angebote bereithalten.



Bessere Mitarbeiterorientierung

In der Branche herrscht ein Kampf um die besten Nachwuchskräfte. Finanzdienstleister müssen ihre Marken modernisieren und auf die nächste Generation ausrichten, die andere Ansprüche an ihre Arbeitgeber und die Geräte hat.



Stärkere Kontrolle durch Regulierungsbehörden

Regulierungsbehörden für die Finanzdienstleistungsbranche führen deutlich mehr und auch wesentlich komplexere Verordnungen ein. Zu ihrem eigenen Schutz müssen Finanzdienstleister jetzt eine flexible Mobilgerätestrategie entwickeln und Steuerungsmöglichkeiten einrichten, um die Vorgaben auch in Zukunft erfüllen zu können.



Einführung neuer Technologien

Technologien wie Wearables (zum Beispiel Smartwatches und AR-/VR-Headsets) und faltbare Geräte werden schon bald zum Arbeitsalltag gehören. Finanzdienstleister müssen Strategien für Hardware, Software und Mobilgeräte entwickeln, um diese neuen Technologien bestmöglich zu integrieren und sowohl den Kunden als auch dem Unternehmen einen Mehrwert zu bieten.



Dieses Whitepaper soll Ihnen helfen, die aktuellen Enterprise-Mobility-Investitionen optimal auszuschöpfen, Ihre Mobilgerätestrategie zu verbessern und Ihr Unternehmen auf eine ungewisse Zukunft vorzubereiten.



1

2

3

4

5

6

Aktuelle Nutzung von Mobilgeräten in der Finanzdienstleistungsbranche



Zurück zum
Inhaltsverzeichnis

Mobilgeräte werden zwar schon lange in der Branche eingesetzt, doch nur wenige Finanzdienstleister schöpfen das Potenzial oder ihre Investitionen vollständig aus.

2022 waren schätzungsweise **6 Millionen** unternehmenseigene Mobilgeräte in der Finanzdienstleistungsbranche in Deutschland, Frankreich und dem Vereinigten Königreich aktiv im Einsatz. Die Branche lag damit knapp hinter dem öffentlichen Sektor mit rund 7,5 Millionen Geräten an zweiter Stelle.² Diese Zahl überrascht umso mehr, da es in den drei Ländern nur etwa **2,4 Millionen** festangestellte Mitarbeiter in dieser Branche gibt¹ und Millionen private Geräte am Arbeitsplatz (Bring Your Own Device, BYOD) nicht in diese **6 Millionen** eingerechnet wurden.

Wie kam es zu diesen hohen Investitionen? Werden Mobilgeräte korrekt eingesetzt, ermöglichen sie einen sicheren Zugriff auf die Unternehmenssysteme und -anwendungen. Außerdem verbessern sie nachweislich die Produktivität, das Engagement und die Kommunikation der Mitarbeiter. Viele Finanzdienstleister geben diese Geräte auch an Beschäftigte mit Zeitvertrag, Berater und interne Regulierungsstellen aus oder nutzen sie als Self-Service-Kioske für ihre Kunden. Auch die Pandemie hat ihren Beitrag geleistet. **85 %** der Unternehmen aller Branchen haben schneller Tools für die digitale Kommunikation und Zusammenarbeit eingeführt, da ihre Mitarbeiter im Homeoffice oder in Hybridumgebungen arbeiten mussten.³

Doch trotz des branchenweiten Einsatzes wird der Nutzen nicht vollständig ausgeschöpft. Laut unserer aktuellen globalen Umfrage unter Entscheidungsträgern im Technologiebereich nutzen **weniger als 50 %**⁴ der Finanzdienstleister Mobilgeräte für wichtige Aufgaben wie den Kundensupport, den Verkauf von Produkten oder die Datenerhebung. Diese Anwendungsbereiche profitieren von den Neuerungen der Mobiltechnologie (zum Beispiel der weiten Verbreitung von benutzerdefinierten Apps) und eignen sich sowohl für Kunden als auch für Mitarbeiter.



6 Millionen

unternehmenseigene Mobilgeräte sind in der Finanzdienstleistungsbranche in Deutschland, Frankreich und dem Vereinigten Königreich aktiv im Einsatz. Die Branche liegt damit hinter dem öffentlichen Sektor an zweiter Stelle.²



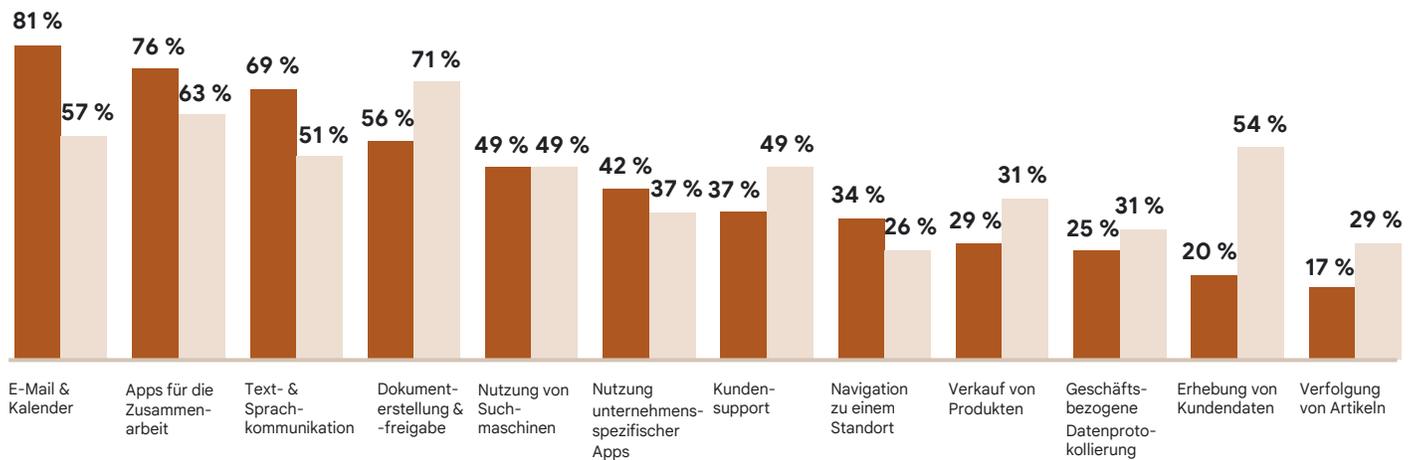
Weniger als

50 %

der Finanzdienstleister nutzen Mobilgeräte für wichtige Aufgaben wie den Kundensupport, den Verkauf von Produkten oder die Datenerhebung.⁴

Prozentsätze der Anwendungsfälle in Unternehmen nach Gerätetyp

Smartphones Tablets



Prozentsatz der Entscheidungsträger für Mobilgeräte, die die Option „Alle Unternehmensaktivitäten, für die unternehmenseigene [Smartphones/Tablets] verwendet werden“ ausgewählt haben; N=147



1

2

3

4

5

6

Trends und Tipps zur effektiveren Nutzung von Mobilgeräten



Zurück zum
Inhaltsverzeichnis

Neue Kunden- erwartungen

Die jüngere Kundengeneration ist mit digitalen Angeboten aufgewachsen und die mobilen Apps der Branche wurden in den letzten Jahren zunehmend verbessert. Daher erwarten inzwischen die meisten Kunden ein ausgezeichnetes Angebot über alle Kanäle hinweg, auch bei persönlichen Gesprächen. Viele Finanzdienstleister bemühen sich schon, diese Anforderungen zu erfüllen, doch die Ergebnisse lassen oft zu wünschen übrig. Laut Schätzungen von Accenture waren 2022 nur **12 %** der Kunden der Ansicht, dass ihr Finanzdienstleister ihre Anforderungen erfüllt.⁵ Was steckt dahinter? Schuld ist das seit Jahren immer wieder gebrochene Versprechen, bessere Daten und mehr Transparenz zu bieten. Laut Accenture verwenden **78 %** der Banken Daten für bestimmte Zwecke, aber nur wenige schöpfen das Potenzial für Kundeninteraktionen vollständig aus oder nutzen wichtige Mittel wie Analysen (nur **7 %**) und KI (**5 %**).⁶

Was genau erwarten die Kunden? Sie wünschen sich nahtlose, datengestützte und personalisierte Angebote, sowohl bei digitalen Interaktionen als auch bei den immer selteneren persönlichen Kontakten. Ein Großteil der Branche hat sich auf die Optimierung der digitalen Angebote konzentriert – das sieht man auch daran, dass es kaum noch wirklich schlechte mobile Banking-Apps gibt. Aber nur die Dienstleister, die sich gezielt mit den Kundeninteraktionen beschäftigt haben, überlegen auch, welche Auswirkungen Mobilgeräte und -technologien auf die direkten Kundenkontakte haben.

Bei diesen seltenen persönlichen Kontakten sollten sich Finanzdienstleister weniger auf die Unterstützung bei Transaktionen konzentrieren (denn dafür nutzen die Kunden die Apps), sondern stattdessen versuchen, nahtlose technologie- und datengestützte Angebote zu bieten. Da diese Kundeninteraktionen das Markenimage entscheidend beeinflussen, trägt der korrekte Einsatz von Technologien maßgeblich zur Verbesserung der persönlichen Kundenangebote bei.



12 %

der Kunden sind der Ansicht, dass ihr Finanzdienstleister ihre Anforderungen erfüllt.⁵



Banken konzentrieren sich nicht mehr nur auf das reine Dienstleistungsgeschäft, sondern bauen inzwischen auch Kundenbeziehungen über personalisierte Kanäle auf. Vor allem Mitarbeiter von Privatkundenbanken können mit den entsprechenden Technologien wesentlich bessere Ergebnisse erzielen.“

Core Banking Lead bei einer großen US-amerikanischen Bank

Was bedeutet das für Sie?



Die meisten Finanzdienstleister nutzen Tools für die Datenauswertung wie KI und Analysen noch nicht umfassend, doch mithilfe dieser Informationen können Sie Ihre Kunden besser verstehen und die gewünschten personalisierten Angebote bieten.



Sie müssen die Vorteile digitaler Interaktionen auch bei persönlichen Kundenkontakten bieten. Investieren Sie daher in Endnutzertechnologie, mit der sich Prozesse wie beispielsweise Anmeldungen, die Datenerhebung, Onboarding, Beratungen, die Bearbeitung von Geldforderungen, Verkäufe, die Freigabe von Dokumenten und Signaturen optimieren lassen.



Tipps zur Optimierung Ihrer Mobilgerätestrategie

Nutzen Sie Mobilgeräte, um zeitnah korrekte Daten zu erheben

Jüngere Kunden haben andere Erwartungen in Bezug auf Technologien, kanalübergreifende Kommunikation und das Serviceangebot, sowohl online als auch vor Ort. Von den Finanzdienstleistern wird erwartet, dass sie diese neuen Bedürfnisse verstehen und entsprechende digitale Angebote bereithalten.

Erstellen Sie moderne, kanalübergreifende Angebote, auch bei persönlichen Kontakten

Mobilgeräte sind besonders für junge Kunden interessant und beeinflussen auch das Markenimage. Mit Mobilgeräten, auf denen sich spezifische Apps und Daten aus dem gesamten Unternehmen abrufen lassen, können Finanzdienstleister ihren Kunden personalisierte und nahtlose Interaktionen anbieten, die letztendlich auch zu einem besseren NPS (Net Promoter Score) und einer größeren Kundenzufriedenheit führen.

Bieten Sie statt sporadischen persönlichen Gesprächen mehr virtuelle Touchpoints an

Zwei Drittel der Erwachsenen in den USA haben sich schon virtuell von einem Bankangestellten beraten lassen oder würde eine virtuelle Beratung in Anspruch nehmen.⁸ Mobilgeräte ermöglichen spontane, standortunabhängige Kontakte zu Kunden und Mitarbeitern.

Investieren Sie in Self-Service-Angebote

Finanzdienstleister mit Filialen für Privatkunden müssen Technologien einführen, die die Nutzerfreundlichkeit erhöhen und digital Daten erheben, damit ihre Mitarbeiter bessere persönliche Beratungen bieten können. Mit Tools wie Self-Service-Kiosken können Sie Ihre Marke modernisieren, die Wartezeiten für Kunden verkürzen und Mitarbeitern in den Filialen mehr Zeit für wichtige Aufgaben verschaffen.

Verwenden Sie Mobilgeräte auch für nützliche Zusatzangebote

Sie können beispielsweise auch virtuelle Veranstaltungen wie Workshops zu Finanzthemen oder Seminare zu Investitionen über Mobilgeräte anbieten und dadurch die Kundenbeziehungen stärken.

android



Bessere Mitarbeiterorientierung

In der Branche herrscht weiterhin ein Kampf um Fachkräfte und zahlreiche Mitarbeiter wandern ab. Accenture schätzt, dass auch aus diesem Grund **81 %** der Personalabteilungsleiter verschiedene Technologien einführen oder testen, mit denen junge Mitarbeiter gewonnen und die Zufriedenheit aller Mitarbeiter gesteigert werden sollen.⁷ Was steckt dahinter? Es gibt einen auffälligen Unterschied bei der Mitarbeiterzufriedenheit, je nachdem wie zufrieden die Mitarbeiter in Bezug auf die im Unternehmen verwendete Technologie sind. Laut einer aktuellen Umfrage sind Mitarbeiter, die mit der Unternehmenstechnologie zufrieden sind, **doppelt so oft** auch „allgemein mit dem Arbeitsplatz zufrieden“ und haben eine **30 %** geringere Wahrscheinlichkeit eines „Burn-outs“.⁸ Dies fällt besonders bei der jüngeren Generation auf, die im digitalen Zeitalter aufgewachsen ist, neue Technologien schneller akzeptiert und im Mittelpunkt des Kampfs um Fachkräfte steht.

Außerdem gibt es einen Kampf um die Produktivität, bei dem zunehmend Mitarbeiter mit Kundenkontakt in den Fokus geraten (zum Beispiel Mitarbeiter in Filialen). Diese machen nahezu die Hälfte der Beschäftigten in der Finanzdienstleistungsbranche aus. Was steckt dahinter? Mitarbeiter mit Kundenkontakt haben ganz unterschiedliche Anforderungen, müssen oft noch offline arbeiten und Formulare auf Papier ausfüllen und können nicht im Homeoffice oder unterwegs arbeiten. Aus diesen Gründen haben sie auch nicht von den erheblichen Verbesserungen der letzten Jahre in Bezug auf mobiles Arbeiten und Technologien für die Zusammenarbeit profitiert (im Gegensatz zu den Wissensarbeitern). Einige Finanzdienstleister haben dieses Problem erkannt und bieten ihren Mitarbeitern entsprechende Technologien und Schulungen, um die Produktivität zu steigern, die Zufriedenheit am Arbeitsplatz zu erhöhen und Kunden zusätzliche Dienste mit besseren Interaktionen anbieten zu können.

Die von uns weltweit befragten Entscheidungsträger im Bereich Technologien für Finanzdienstleister haben beide Problembereiche bestätigt und die Mitarbeiterproduktivität (**Platz 2**) und die Mitarbeiterzufriedenheit (**Platz 5**) zu den zehn wichtigsten Technologieprioritäten für die nächsten ein bis zwei Jahre gerechnet.¹⁰



81 %

der Personalabteilungsleiter haben damit begonnen, verschiedene Technologien einzuführen oder zu testen, mit denen junge Mitarbeiter gewonnen und die Zufriedenheit aller Mitarbeiter gesteigert werden sollen.⁷



2-mal

häufiger auch „allgemein mit dem Arbeitsplatz zufrieden“ und haben eine 30 % geringere Wahrscheinlichkeit eines „Burn-outs“.⁸

Was bedeutet das für Sie?

-  Die Bindung von Mitarbeitern wird immer schwieriger. Dies kann nur gelingen, wenn Sie gezielt in Technologien investieren, um die Zufriedenheit und Produktivität der Mitarbeiter zu steigern.
-  Mithilfe von sorgfältig ausgewählter Unternehmenstechnologie können Sie Ihre Marke modernisieren und sowohl neue Talente gewinnen als auch aktuelle Mitarbeiter binden. Das gilt insbesondere für die jüngere Generation, die sich im Alltag stärker auf Technologien verlässt.
-  Investitionen in Technologien zur Steigerung der Produktivität von Mitarbeitern mit Kundenkontakt werden kurzfristig einen höheren ROI erzielen (im Vergleich zu Wissensarbeitern).

Tipps zur Optimierung Ihrer Mobilgerätestrategie

Passen Sie die Geräte an die individuellen Bedürfnisse und Anforderungen Ihrer Mitarbeiter an

Mithilfe von Mobilgeräten lassen sich einige der analogen, papierbasierten und anderweitig ineffizienten Prozesse vermeiden und damit die Zufriedenheit der Mitarbeiter steigern. Um den Wert zu maximieren, benötigen Sie allerdings unbedingt Verwaltungseinstellungen, mit denen sich die Mobilgeräte (einschließlich Hardware und Software) an die individuellen Anforderungen der Mitarbeiter anpassen lassen.

Bestehen Sie nicht auf zwei separaten Geräten – für geschäftliche und private Zwecke

Finanzdienstleister, die die Produktivität und das Engagement ihrer Mitarbeiter steigern möchten, müssen Geräte anbieten, auf denen sich persönliche und berufliche Apps und Daten problemlos trennen lassen.

Bieten Sie umgeschulten Mitarbeitern Geräte und spezielle Apps an, mit denen sie mehr erledigen können

Die allgemeine Zufriedenheit am Arbeitsplatz ist ein wichtiger Faktor bei der Mitarbeiterbindung und der Einstellung neuer Fachkräfte. Mithilfe von speziellen Mobilgeräten, die Multitasking ermöglichen und unternehmensspezifische Apps enthalten, können umgeschulte Mitarbeiter lästige Routineaufgaben vermeiden und haben mehr Zeit für interessante und produktive Aktivitäten, die auch ihre Zufriedenheit steigern.

android

Jährliche Wachstumsrate für offene Stellen und Kündigungen bei Finanzdienstleistern in den USA 17. 2. 2022

Die jährliche Wachstumsrate (Compound Annual Growth Rate, CAGR) wurde basierend auf den neuesten Beschäftigungsdaten berechnet, die das US-amerikanische Bureau of Labor Statistics im Juni 2022 erhoben hat.

CAGR vor der Pandemie

Jan. 2017–Jan. 2020

-8 %

Offene Stellen

5 %

Freiwillige
Beendigung des
Arbeitsverhältnisses

27 %

Entlassungen und
Kündigungen

CAGR nach Beginn der Pandemie

April 2020–April 2022

35 %

Offene Stellen

45 %

Freiwillige
Beendigung des
Arbeitsverhältnisses

-48 %

Entlassungen und
Kündigungen



Stärkere Kontrolle durch Regulierungsbehörden

Die meisten Finanzdienstleister setzen auf sogenannte „Soft Policies“, das heißt verbale Empfehlungen und Schulungen zur Nutzung von Technologien. Doch diese Methode reicht heutzutage einfach nicht mehr aus. 2021 waren Mitarbeiter von Finanzdienstleistern für **44 %**¹¹ der Datenpannen in der Branche verantwortlich und sind damit in den Fokus der Regulierungsbehörden gerückt. In Europa haben Behörden wie die FCA (Financial Conduct Authority) im Vereinigten Königreich die Befragung von Banken nach einer von Regulierungsbehörden durchgeführten Untersuchung in den USA verstärkt. Als Folge dieser Untersuchung wurde mindestens fünf Investitionsbanken eine Strafzahlung von jeweils **200 Millionen US-Dollar**¹² auferlegt, nachdem Mitarbeiter ausgesagt hatten, nicht genehmigte Technologien verwendet zu haben, einschließlich Apps wie WhatsApp und Signal, um Kunden und Kollegen über geschäftliche Themen zu informieren.

Die von uns weltweit befragten Entscheidungsträger im Bereich Technologien für Finanzdienstleister bestätigten auch überwiegend, dass sie sich auf Sicherheitsmaßnahmen konzentrieren, und stuften sie sogar als **höchste** Priorität für die nächsten ein bis zwei Jahre ein.¹⁰



44 %¹¹

der Datenpannen der Branche haben Mitarbeiter von Finanzdienstleistern verantwortet und sind damit in den Fokus der Regulierungsbehörden gerückt.



Die SEC verhängte kürzlich beispielsweise für mindestens fünf bekannte Investmentbanken Geldstrafen in Höhe von

200 Mio. \$¹²

Was bedeutet das für Sie?



Mit „Soft Policies“ lassen sich das Verhalten der Mitarbeiter und deren Nutzung von Technologien nicht effektiv kontrollieren.



Offene Systeme und die Partnerschaften Ihrer Technologieanbieter werden einen großen Einfluss darauf haben, ob Sie in Zukunft erfolgreich Innovationen einführen und sich mithilfe von Technologien einen Wettbewerbsvorteil verschaffen können.

Tipps zur Optimierung Ihrer Mobilgerätestrategie

Nutzen Sie detaillierte Gerätesteuerung statt „Soft Policies“

Damit Sie die Vorgaben der Regulierungsbehörden erfüllen können, müssen Sie detaillierte Steuerungsmöglichkeiten auf Geräte- und Betriebssystemebene einrichten, die sich bei Änderungen der Vorschriften schnell und einfach anpassen lassen.

Richten Sie sicherheitsbezogene KI- und Automatisierungsprozesse ein

Investieren Sie in intelligente, mehrschichtige und proaktive Gerätesicherheitsfunktionen, um sich vor Risiken zu schützen. **Bei Unternehmen, die sicherheitsbezogene KI- und Automatisierungsprozesse eingerichtet hatten, konnten die Zeitspanne bis zur Erkennung von Sicherheitsverstößen im Durchschnitt um 74 Tage¹³ und die Kosten für einen solchen Vorfall um 65,2 %¹³ reduziert werden.**

Sorgen Sie für eine klare Trennung von geschäftlichen und privaten Anwendungen und Daten

Das ist entweder durch die Verwendung separater Geräte oder durch Gerätefunktionen möglich, mit denen sich bidirektionale Sicherheitsmaßnahmen und Steuerungsmöglichkeiten durchsetzen lassen.

android



Einführung neuer Technologien

Das höhere Innovationstempo im Technologiebereich schafft sowohl Chancen als auch Herausforderungen für Unternehmen. Es wird immer schwieriger, den Überblick zu behalten, welche Technologien verfügbar sind, welche Vorteile sie für die Endnutzer haben und wie sie sich am besten in den Technology Stack integrieren lassen.

Ein Beispiel: Laptops, Smartphones und Tablets gehören momentan zu den am weitesten verbreiteten Technologien, aber das wird sich schon bald ändern. Laut Roh Tae-Moon, Samsung Smartphone CEO, werden faltbare Geräte (2-in-1-Smartphones und -Tablets) bis 2025 „über 50 %“ der Premium-Smartphones von Samsung ausmachen und „zum neuen Smartphone-Standard werden“.¹⁴

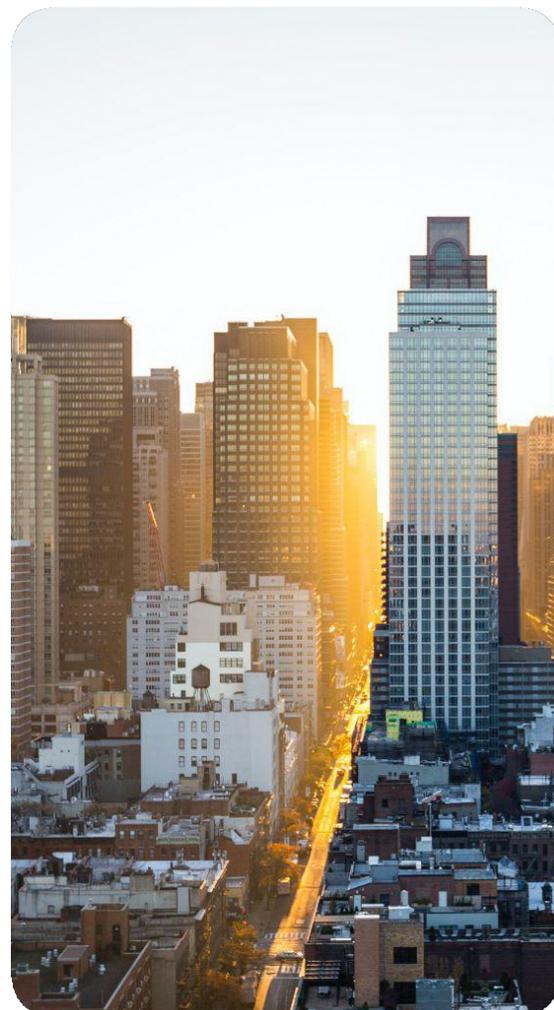
Das würde kurzfristig zu einem enormen Anstieg an faltbaren Geräten führen, da 2021 branchenweit 10 Millionen faltbare Geräte verkauft wurden und Samsung im selben Jahr 272 Millionen¹⁴ Smartphones vertrieben hat. Die ersten Rückmeldungen zu Wearables (einschließlich Geräten wie Smartwatches und AR-/VR-Headsets) in Unternehmensumgebungen sind vielversprechend: **76 %** der Unternehmen melden eine bessere Leistung seit der Einführung von Wearables und **79 %** gaben an, dass Wearables eine strategisch wichtige Rolle für den zukünftigen Geschäftserfolg spielen oder spielen werden.¹⁵

In neuer Hardware wie faltbaren Geräten und Wearables steckt zwar ein enormes Potenzial, doch Finanzdienstleister müssen die Anwendungsfälle und die Integrationsmethoden (in funktionaler und technischer Hinsicht) sorgfältig planen.

Über

50 %

Bis 2025 werden faltbare Geräte (2-in-1-Smartphones und -Tablets) „über 50 %“ der Premium-Smartphones von Samsung ausmachen und „zum neuen Smartphone-Standard werden“.¹⁴



Was bedeutet das für Sie?

- ➔ Neue Technologien wie faltbare Geräte werden immer beliebter und sich daher auch schnell durchsetzen. Sie sollten daher unbedingt eine Strategie für deren Integration und die entsprechende Software entwickeln, damit Sie die Erwartungen der Mitarbeiter und der Kunden erfüllen können.
- ➔ Es gibt zahlreiche unterschiedliche Wearables, die Unternehmen enorme Innovationschancen bieten. Fidelity Investments hat beispielsweise eine VR-Mitarbeiterin namens Cora entwickelt, die mit Kunden in VR-Chatrooms interagieren, Börsentipps geben und Fragen¹⁶ beantworten kann.

Tipps zur Optimierung Ihrer Mobilgerätestrategie

Finden Sie heraus, welche Mitarbeiter von neuer Technologie am meisten profitieren würden

Ein Beispiel: Mitarbeiter, die zwischen verschiedenen Aufgabenbereichen wechseln, auch unterwegs arbeiten oder verschiedene Apps gleichzeitig verwenden müssen, würden vermutlich den größten Nutzen aus der Flexibilität faltbarer Geräte ziehen.

Fragen Sie Ihre Kunden, an welchen neuen Technologien sie am meisten interessiert sind

Das Interesse an AR-/VR-Angeboten hat in den letzten Jahren stark zugenommen. Sprechen Sie mit Ihren Kunden: Finden Sie heraus, welche Technologien sie als Vorteil ansehen würden – da diese vermutlich auch die Kundenbindung verbessern würden.



1

2

3

4

5

6

Eine optimale Mobilgeräte- strategie dank Android Enterprise



Zurück zum
Inhaltsverzeichnis

Neue Kundenerwartungen mithilfe von Android Enterprise erfüllen

Erstellen Sie die nahtlosen und personalisierten Angebote, die Ihre Kunden erwarten. Dabei helfen Ihnen die folgenden Funktionen:

- Entwicklertools und die riesige Community der Android-Entwickler zur Erstellung spezifischer Unternehmenslösungen
- Sichere Technologieintegrationen von branchenführenden Anbietern
- Die branchenführenden KI- und Analysefunktionen von Google, um das Potenzial der umfangreichen Kunden- und Unternehmensdaten für nahtlose Interaktionen vollständig auszuschöpfen

Bessere Mitarbeiterorientierung mithilfe von Android Enterprise

Bieten Sie die folgenden Funktionen, damit Ihre Mitarbeiter ihre Geräte optimal nutzen können:

- Isolierung von Daten in Arbeitsprofilen auf einem Gerät: So lassen sich geschäftliche Daten und Apps sowie private Apps und Inhalte besser schützen.
- Tools für Digital Wellbeing wie der Konzentrationsmodus, der Ablenkungen während der Arbeitszeit vermeidet, und die Möglichkeit zur Deaktivierung des Arbeitsmodus, um nach getaner Arbeit zu entspannen
- Echtzeitinformationen und KI-gestützte Entscheidungsfindung auch unterwegs und weniger Geräte für eine größere Produktivität bei Kundengesprächen, im Büro und zu Hause

Größere Sicherheit und Compliance mit neuen Verordnungen mithilfe von Android Enterprise

So können Sie Ihre Geräte und Daten besser schützen und die komplexen Vorgaben von Regulierungsbehörden einfacher verwalten.

Sie können sich sicher fühlen dank der proaktiven, integrierten und bewährten Sicherheitsfunktionen, die die leistungsstarke KI von Google und die folgenden Funktionen zum besseren Schutz Ihrer Geräte und Daten nutzen:

- Mehrstufige Sicherheitsebenen, einschließlich verifiziertem Bootmodus, Geräteverschlüsselung und einer vertrauenswürdigen Ausführungsumgebung (Trusted Execution Environment, TEE), die umfassend getestet und zertifiziert wurde
- Die intelligente, proaktive Bedrohungserkennung von Google Play Protect sucht kontinuierlich nach schädlichen Apps, analysiert Apps über die Cloud und verwendet maschinelles Lernen, sodass sich die Schutzfunktionen fortlaufend verbessern
- Ein offenes und transparentes Betriebssystem, das dank Kontrollen, Partnerschaften und konstanten Tests zu einer größeren Sicherheit beiträgt

Bessere Mitarbeiterorientierung mithilfe von Android Enterprise

Dank der folgenden Funktionen können Sie ganz einfach Geräte implementieren und detaillierte Steuerungsmöglichkeiten für Administratoren einrichten, um die gesetzlichen Verordnungen zu erfüllen:

- Umfassende Android Enterprise Management APIs für alle Anwendungsfälle – von speziellen Einsatzzwecken bis zur allgemeinen Nutzung (BYOD, COPE, rein geschäftliche Aufgaben und spezifische Geräte)
- Sichere, zentrale App-Verwaltung und -Bereitstellung über den Managed Play Store, mit der sich alle Apps – unternehmensspezifische und öffentlich verfügbare – ganz einfach zur Verfügung stellen und verwalten lassen
- Zero-Touch-Registrierung für die sofortige Konfiguration und Bereitstellung von Geräten für Mitarbeiter an diversen Standorten, ganz ohne manuelle Einrichtung: Nutzer können das Gerät gleich nach dem Auspacken verwenden und die Verwaltungs-, Apps- und Konfigurationseinstellungen sind schon alle korrekt

Dank der innovativen Formfaktoren von Android Enterprise neueste Technologien einführen

Modernisieren Sie Ihre Marke, schaffen Sie neue Angebote und steigern Sie die Flexibilität.

Sie können sich sicher fühlen dank der proaktiven, integrierten und bewährten Sicherheitsfunktionen, die die leistungsstarke KI von Google und die folgenden Funktionen zum besseren Schutz Ihrer Geräte und Daten nutzen:

- Diverse Hardware (von Premium-Smartphones, faltbaren Geräten und Tablets bis zu kundenspezifischer Hardware) zur Erfüllung der Anforderungen aller Mitarbeiter – von Mitarbeitern mit Kundenkontakt in Filialen bis zu Investmentbankern
- Wichtige Unternehmenslösungen von dem großen und vielfältigen Android-Partnernetz, damit alle Mitarbeiter ihre Geräte optimal nutzen können
- Augmented Reality, Virtual Reality, Google Assistant, Dialogflow und viele weitere Lösungen im Google Cloud-Portfolio für künstliche Intelligenz



Nächste Schritte

Unternehmen müssen jetzt ihre Mobility-Programme anpassen, um mit den dynamischen Branchenänderungen mithalten zu können. Mit diesen fünf Schritten können Sie Android Enterprise in Ihre Mobilgerätestrategie einbinden:



01

Evaluieren Sie Ihre aktuelle Mobilgerätestrategie und suchen Sie nach Lücken in den Bereitstellungen

Haben Sie auf eine ausreichende Vielfalt in Ihrem Technology Stack geachtet, um Risiken zu minimieren und zukünftige Innovationen zu unterstützen? Verwenden Sie Gerätetypen wie Tablets, faltbare Geräte und Kioske, die die Nutzerfreundlichkeit für Kunden und Mitarbeiter erhöhen? Über welche Punkte beschwerten sich Kunden und Mitarbeiter in Bezug auf Mobilgeräte? Welche Technologien nutzen Ihre Mitbewerber?

02

Wenden Sie sich an einen für Android zertifizierten EMM-Anbieter und planen Sie ein Pilotprogramm für Android Enterprise

Welcher EMM-Partner kann Sie am besten unterstützen? Ist es ein neuer Partner? Oder verwaltet der Partner auch Ihre anderen Geräte ohne Android-Betriebssystem?

03

Ermitteln Sie die beste Kombination aus Bereitstellungsoptionen für Geräte (COPE, BYOD, Geräte für einen einzelnen Zweck usw.)

Welche Kombination eignet sich für Ihr Unternehmen am besten? Müssen Geräte zur Einhaltung von Verordnungen auf bestimmte Einsatzzwecke beschränkt werden? Dürfen Mitarbeiter ihre eigenen Geräte verwenden? Wie sieht es bei den Mitarbeitern mit Kundenkontakt aus? Welche Bereitstellungsoptionen eignen sich für sie am besten?

04

Planen Sie die Einführung von Android-Geräten nach dem Pilotprogramm

Bevorzugen Sie eine gestaffelte Einführung? Werden Sie sich zuerst auf die Geräte für einen bestimmten Anwendungszweck konzentrieren? Wie viele Geräte benötigen Sie?

05

Setzen Sie auf regelmäßige Evaluierungen und Iterationen

Wie oft müssen Geräte ersetzt werden? Welche neuen Formfaktoren sollten Sie in Betracht ziehen? Welche weiteren Einsatzmöglichkeiten für Android Enterprise sehen Sie?

Quellen

1. [Accenture: Technology Vision 2021](#)
2. Android for Business Enterprise Mobility Market Sizing 2020
3. [McKinsey: What 800 executives envision for the post-pandemic workforce, 2020](#)
4. Google: Technology Decision-Maker Survey, 2021
5. [Accenture: Banking Consumer Study, 2022](#)
6. [Accenture: Fast Track to Future Ready Banking Operations, 2021](#)
7. Google: Technology Decision-Maker Survey, 2021
8. [Salesforce: Employee Satisfaction Boosted by Superior Work Technology, 2021](#)
9. [US Department of Labor Statistics, 2022](#)
10. Google: Technology Decision-Maker Survey, 2021
11. [Verizon: Data Breach Investigations Report, 2021](#)
12. [Wall Street Journal: Banks Nearing \\$1 Billion Settlement Over Traders' Use of Banned Messaging Apps, 2022](#)
13. [IBM: Cost of a Data Breach, 2022](#)
14. [KoreaHerald: By 2025, half of Samsung's premium phone shipments will be foldables, 2021](#)
15. [Medium: Putting Wearables to Work, 2021](#)
16. [WealthManagement.com: Fidelity Introduces Cora VR Financial Agent,](#)
17. [2018 Eurostat: Employment by Detailed Economic Activity, 2022](#)

