

Betriebswirtschaftliche Blätter

12. August 2016 - 08:30 | Internet-Filiale 6

Online nah am Kunden

Guido Jahnke, Olaf Körber

Mit der Internet-Filiale 6 verfügt die Sparkasse-Finanzgruppe über eine zukunftsfähige Plattform für die Multikanalstrategie. Der Migrations-Fahrplan für die Vorgängerversionen sieht vor, dass bis Ende 2016 rund 250, bis 2017 alle Sparkassen die IF 6 nutzen. Für Kunden hat das zahlreiche Vorteile.

Eine Kurzzusammenfassung finden Sie [hier](#).



Im Coffeeshop den Kontostand checken: Mit der Internet-Filiale 6 geht's sogar per Handy.

(Fotos: FI)

„Warum in die Ferne schweifen...“ Dieses von Johann Wolfgang von Goethe stammende, abgewandelte Zitat beschreibt wie kein zweites die zentrale Herausforderung der Digitalisierung für die Finanzwirtschaft. Zwar halten die Kunden auch in Zeiten der Digitalisierung die Treue, aber die Verhaltens- und Lebensweise vieler Sparkassenkunden hat sich verändert. Sie erledigen ihre Bankgeschäfte unabhängig von Ort und Zeit online oder mobil. Dabei haben die über 17 Millionen Online-Kunden weit häufiger digitalen Kontakt zu ihrer Sparkasse als über den stationären Weg.

Während Schätzungen zufolge Sparkassen-Kunden im Durchschnitt einmal im Jahr die Geschäftsstelle besuchen, loggen sich Onlinebanking-Kunden im Durchschnitt über zehnmal pro Monat in die Internet-Filiale ein, um den Kontostand abzufragen oder eine Überweisung zu beauftragen. Die neueste Internet-Filiale 6 bietet erstmals ein einheitliches Aussehen für alle Plattformen.

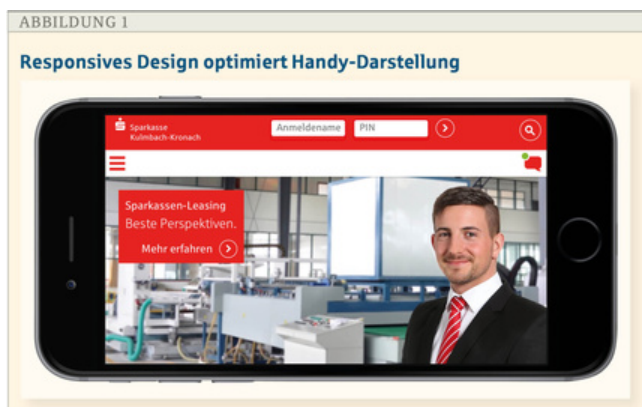
Bewährte Lösung für den Online-Kanal

Mit der Internet-Filiale steht den Sparkassen und ihren Kunden eine moderne und leistungsfähige zentrale Plattform für den medialen Vertrieb zur Verfügung. Das bestätigen auch die sehr guten Ergebnisse beim ibi-Website-Rating, das

die besten deutschsprachigen Banken-Websites auszeichnet. Sparkassen belegen hier regelmäßig die vordersten Plätze. So waren im Rating 2016 sechs Sparkassen unter den Top 10. Die aktuell am häufigsten eingesetzte Version ist die Internet-Filiale 5.0. Sie ist die zentrale Plattform für Information, Transaktionen, Anbahnung, Beratung und den Online-Produktverkauf. Die Internet-Filiale ist tief in OSPlus integriert und deckt den kompletten Online-Vertriebsweg zur Abwicklung von Banking-, Brokerage- sowie Service-Geschäftsvorfällen ab.

Die erste Internet-Filiale ging 2003 ins Netz. Seitdem hat die Finanz Informatik (FI) die Lösung die zunehmenden Kundenbedürfnisse berücksichtigend ausgebaut und um neue Funktionalitäten ergänzt. Im Rahmen dieses evolutionären Ausbaus wurden zusätzliche Versionen realisiert, wie die IF mobile für den direkten Zugriff vom Smartphone oder Tablet sowie die IF light für einen barrierefreien Zugang. Mit jeder neuen Version stieg allerdings der administrative Aufwand, um etwa Änderungen an allen eingesetzten Versionen umzusetzen. Gleichzeitig ist der Kundenzugriff über mobile Endgeräte in den letzten Jahren deutlich gestiegen. Durch das Mehr an Kontaktpunkten und Versionen auf Kundenseite hat auch die Komplexität der technischen Unterstützung sparkassenseitig zugenommen. Die Internet-Filiale 5 ist mit den dahinterliegenden Technologien nicht so konzipiert, dass sie die Inhalte auf unterschiedlichen Endgeräten entsprechend darstellen kann.

Neue Version – Neue Technologie



(BBL)

Um die Wettbewerbsfähigkeit der Institute kontinuierlich auszubauen, hat die FI die Internet-Filiale 5 grundlegend überarbeitet und auf eine neue technische Grundlage gestellt. Die weiterentwickelte Internet-Filiale 6 (IF 6) basiert bereits auf moderner HTML5-Webtechnologie. Ein zentraler Mehrwert ist dabei ein responsives Design, das auf Basis eines neuen, modernen und endgeräteübergreifend einheitlichen Styleguides eine für die Display-Größe des jeweiligen Endgerätes optimierte Darstellung ermöglicht (s. Abb. 1). Um das zu erreichen, wird künftig ein neues Redaktionssystem eingesetzt. Die FI hat sich an dieser Stelle für den „Adobe Experience Manager AEM“ entschieden. Der Pflegeaufwand für die Sparkassen wird dadurch deutlich reduziert. Die Institute profitieren von einer vergleichsweise einfacheren Seitenbearbeitung (z. B. mittels Drag&Drop-Funktionen). Darüber hinaus sinkt der Pflegeaufwand allein schon dadurch, dass nur noch eine für alle Endgeräte geeignete Version des Web-Auftritts administriert werden muss.

Ein weiteres wichtiges Ziel bestand darin, die Funktionen für den Online-Vertrieb in der Internet-Filiale weiter zu optimieren. So sind die Aktive Kundenansprache (selektionsbasierte Multikanal-Kampagnen, Regelbasierte Kundenansprache), der Konsumentenkredit im Internet (KKI) und das Online-Baufinanzierungs-Modul nunmehr auch auf mobilen Endgeräten nutzbar. Des Weiteren können personalisierte Kundenansprachen durch neue Elemente, die direkt an Konten im Finanzstatus oder auf der aus vertrieblicher Sicht sehr bedeutsamen Log-out-Seite platziert werden können, noch gezielter erfolgen. Als weitere Maßnahme wurden die Möglichkeiten, vertriebliche Inhalte und Funktionen der Verbundpartner nahtlos zu integrieren, deutlich verbessert und die Basis für die zunehmende Integration von OSPlus_neo-basierten Multikanal-Geschäftsprozessen gelegt.

Nach wie vor hat das Online-Banking als besucherstärkster Bereich innerhalb der Internet-Filiale eine zentrale Bedeutung für den Kontakt zwischen Kunde und Sparkasse. Aus diesem Grund wurden verschiedene Erweiterungen umgesetzt, die die Internet-Filiale noch übersichtlicher und bedienfreundlicher machen. Eine deutlich aufgeräumtere Banking-Startseite, nur noch eine Umsatzanzeige für alle Konten sowie eine „Search-As-You-Type“-Funktion (SAYT) für das komfortablere Auffinden gespeicherter Empfänger und Vorlagen bietet daher die neue Lösung.

Migration mit Fahrplan



Für Kunden entspannt von zuhause nutzbar: die neue Internet-Filiale 6.

Um der zentralen Bedeutung der neuen Online-Banking-Lösung gerecht zu werden, ist die IF 6 vor dem deutschlandweiten Start auf Herz und Nieren geprüft worden. Mit ausgewählten Instituten wurde im Rahmen einer umfangreichen Pilotierung und Praxisvalidierung die geforderte Qualität und Praxisreife der Lösung sowie das damit verbundene Einführungskonzept abgesichert. Dabei konnten Probleme erfolgreich gelöst und weitere Optimierungsmöglichkeiten ermittelt werden, sodass technische Anpassungen bereits erfolgt sind. Aktuell laufen die planmäßigen Roll-out-Serien in allen Regionen, so dass aktuell rund 100 Institute bzw. bis Ende 2016 250 Sparkassen die IF 6 nutzen können. Der aktuelle Migrationsfahrplan sieht vor, dass alle Sparkassen bis zum Sommer 2017 mit der neuen Online-Plattform versorgt sind.

Als IT-Dienstleister der Sparkassen bietet die Finanz Informatik den Instituten – im Anschluss an die von den jeweiligen regionalen Sparkassenverbänden koordinierte bankfachliche und strategische Vorbereitung der Sparkassen – eine weitreichende Unterstützung, um die anfallenden Aufgaben im Zug der Umstellung zu lösen. Dazu zählt nicht nur die technische Umstellung, sondern auch die Pflege der parallel noch aktiven Internet-Filiale 5 während der sechswöchigen Umstellungsphase. Gleichzeitig finden Mitarbeiterschulungen statt, sodass die Berater Kunden bei Fragen zur neuen IF 6 kompetent unterstützen können. Ein wichtiges Element in der Einführungsunterstützung ist die Schulung der verantwortlichen Redakteure im Umgang mit dem neuen Redaktionssystem. Denn trotz intuitiver Bedienbarkeit und einfacherer Seitenbearbeitung mittels Drag&Drop-Funktionen müssen die Redakteure neue Abläufe und Prozesse kennenlernen. Fest im Projektzeitraum terminierte Workshops etwa zum Kick-off oder kurz vor dem Start mit den Verantwortlichen der Sparkasse runden das weitreichende Angebot der FI ab. So sind die Sparkassen stets über den aktuellen Status des Migrations-Projektes informiert.

Bei der Einführung der IF 6 arbeitet die FI eng mit dem Sparkassen Finanzportal (SFP) zusammen. Der zentrale Dienstleister für Kommunikation und digitale Services in der Sparkassen-Finanzgruppe liefert Texte, Bilder und Videos für den neuen Internetauftritt und unterstützt die Institute bei der Implementierung von Kampagnen.

Fazit

Mit der IF 6 können Sparkassen ihren Vertrieb weiter stärken, Kosten senken und die Kundenbindung ausbauen. Im Zusammenspiel mit der schrittweisen Integration endkundenbedienbarer OSPlus_neo-Prozesse ist eine zukunftsfähige

Basis für die Multikanalstrategie der Sparkassen gelegt. Die Institute können über alle Kanäle eine einheitlich hohe Beratungsqualität anbieten.

Autoren

Guido Jahnke ist Bereichsleiter Vertrieb Mitte der Finanz Informatik in Frankfurt.

Olaf Körber ist Senior-Fachberater Produkt-Steuerung bei der Finanz Informatik in Hannover.



Scannen Sie diesen Code mit Ihrem Smartphone und lesen Sie diesen und weitere Beiträge online