

Regelbasierte Kundenansprache bei den Sparkassen: Neuigkeiten & Erweiterungen für die Internet-Filiale 6

Früher war alles besser? Mitnichten – aber manches war vorhersehbarer. Bei Fragen rund ums Geld ging der Kunde in die Filiale. Und heute? Kunden haben längst Online-Banking für sich entdeckt. Der Zugriff über den Desktop-PC, das Tablet oder das Smartphone haben den Gang zur Filiale in den meisten Fällen ersetzt. Und: Die Sparkassen nutzen die Internet-Filiale als zentrale Plattform für den Online-Vertrieb. Guido Jahnke und Olaf Körber (beide Finanz Informatik) fassen im ITFM-Plädoyer die Vorteile der neuen Ominchannel-Version zusammen – und stellen einige aktuelle Neuigkeiten vor.



Quelle: Finanz Informatik (FI)

von Guido Jahnke und Olaf Körber, Finanz Informatik

Gas sich die neuen „Internet-Filialen“ der Sparkassen gar nicht so schlecht schlagen, zeigt deren Dominanz beim jährlichen ibi Website-Rating ([wir berichteten](#)). Immerhin sechs Sparkassen belegten die Top10. Seit dem Start der Internet-Filiale der ersten Generation im Jahr 2003 hat die FI die Lösung weiter entwickelt und neue Funktionen integriert. Gleichzeitig wurden zusätzliche Versionen wie die IF light für den barrierefreien Zugang oder die IF mobile

für den direkten Zugang über mobile Endgeräte etabliert, um den veränderten Kundenanforderungen gerecht zu werden. Mit der gewachsenen Anzahl an unterschiedlichen Versionen hat aber auch der Pflegeaufwand zugenommen.

“ *Doch nicht nur das: Mittlerweile nimmt jeder dritte Kunde über sein Smartphone Kontakt zu seinem Kreditinstitut auf, um aktuelle Zahlungseingänge zu überprüfen, wie aktuelle Zahlen des Branchenverbandes Bitkom zeigen.* “

Mit der Zunahme an unterschiedlichen Kontaktmöglichkeiten für Kunden ist auch die Komplexität der technischen Unterstützung für die Kreditinstitute gewachsen. Denn die heute gebräuchlichste Version der Internet-Filiale und die dahinter liegenden Technologien sind nicht darauf ausgelegt, die Anforderungen unterschiedlicher Endgeräte etwa in Bezug auf die Darstellung auf dem jeweiligen Bildschirm adäquat zu unterstützen.

Ein Auftritt für alle Endgeräte – responsives Design und neues CMS von Adobe

Vor diesem Hintergrund hat die FI die Internet-Filiale 5 grundlegend überarbeitet und auf eine neue technische Basis gestellt. Die neue Internet-Filiale 6 (IF 6) basiert auf HTML5-Webtechnologie und ersetzt sämtliche Versionen, die vorher für verschiedene Einsatzzwecke genutzt wurden. Das Stichwort heißt: responsives Design. Mit Hilfe eines CSS-Styleguides wurde ein einheitliches Erscheinungsbild auf allen Plattformen realisiert, das sich dem jeweiligen Endgerät anpasst.

Um diese Zielstellungen zu erreichen, kommt ein neues Redaktionssystem zum Einsatz: „Adobe Experience Manager AEM“. So können Sparkassen den administrativen Aufwand reduzieren. Zum einen durch eine einfache Seitenbearbeitung, beispielsweise mittels „drag&drop“-Funktionen“. Zum anderen muss nur noch eine Version des Online-Auftritts für alle Endgeräte administriert werden.

Selektionsbasierte Multikanal-Kampagnen, Regelbasierte Kundenansprache

Durch den Einsatz der IF 6 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.

Sparkassen können zusätzlich **ab dem Sommer 2016** ihre Online-Banking-Kunden über personalisierte Kundenansprachen gezielter erreichen. Diese neuen Komponenten können dabei direkt an Konten im Finanzstatus oder auf die Logout-Seite gestellt werden. Darüber hinaus wurde die Integration der vertrieblichen Inhalte und Funktionen der Verbundpartner verbessert und die Grundlage für die Integration von OSPlus_neo-basierten Multikanalgeschäftsprozessen geschaffen.

Deutlich veränderte Startseite soll die Bedienung erleichtern

Für den Kontakt zwischen Kunde und Sparkasse nimmt das Online-Banking als besucherstärkster Bereich innerhalb der Internet-Filiale immer noch eine hohe Bedeutung ein. Daher wurden auch hier Erweiterungen umgesetzt, um die Bedienfreundlichkeit für den Sparkassenkunden zu erhöhen. Dabei erleichtern ein klares, aufgeräumteres Design und eine einfache Navigation die Orientierung für den Kunden. Dies wurde beispielsweise durch eine deutlich veränderte Banking-Startseite, eine Umsatzanzeige für alle Konten sowie eine „Search-As-You-Type“-Funktion (SAYT) für gespeicherte Empfänger und Vorlagen erreicht.

Technische Anpassungen erfolgten im März, weitere werden aktuell umgesetzt

Aufgrund der zentralen Bedeutung der neuen Online-Lösung hat die FI vor dem allgemeinen Rollout eine umfangreiche Pilotierung und Praxisvalidierung mit ausgesuchten Instituten durchgeführt, um die geforderte Qualität und Praxisreife der Lösung sowie das damit verbundene Einführungskonzept abzusichern.

Dabei ist es gelungen, Probleme aufzulösen und gleichzeitig weitere Optimierungsmöglichkeiten zu identifizieren. Erste technische Anpassungen erfolgten bereits im März, weitere werden aktuell umgesetzt.



Quelle: Finanz Informatik (FI)

Nachdem bereits im Oktober 2015 erste Pilotsparkassen vollständig auf die neue IF 6 migriert sind (mobil und stationär), läuft aktuell der planmäßige Rollout in Kooperation mit dem jeweiligen regionalen Sparkassenverband, der zunächst die bankfachliche und strategische Vorbereitung einer Sparkasse koordiniert, die der technischen Einführung vorausgeht. Erste regionale Serien zur flächendeckenden Einführung der IF 6 wurden bereits erfolgreich abgeschlossen, so dass bis Ende Juli fast ein Viertel der Sparkassen ihren Kunden Online-Banking mit der IF 6 bieten können ([wir berichteten](#)).

“ *Die aktuellen Planungen sehen vor, dass die letzten Sparkassen spätestens bis zum Sommer 2017 umgestellt werden.* “

Im Rahmen der Einführung unterstützt die FI die Sparkassen. So werden die Mitarbeiter in den Instituten geschult, um Kunden bei Fragen zur neuen IF 6 zu beraten.

Neues Redaktionssystem: Drag&Drop plus neue Abläufe

Insbesondere das neue Redaktionssystem erfordert eine grundlegende Schulung der verantwortlichen Redakteure. Denn trotz der intuitiven Bedienbarkeit und der einfachen Seitenbearbeitung mittels „drag & drop“-Funktionen müssen die Redakteure sich mit

Autoren Guido Jahnke und Olaf Körber



Guido Jahnke ist nach seiner Sparkassenzeit seit 1989 für die Finanz Informatik bzw. Vorgängerunternehmen tätig. Als Bereichsleiter der Region Mitte verantwortet er den Vertrieb für 103 Sparkassen in Hessen, Thüringen und Baden-Württemberg sowie das Rollout-Projekt für den bundesweiten Einsatz der Internet-Filiale 6.



Olaf Körber ist nach seiner Ausbildung zum Sparkassen-Betriebswirt seit 1999 bei der Finanz Informatik bzw. Vorgänger-Unternehmen tätig. Als Senior-Fachberater ist er für die funktionale Weiterentwicklung der

neuen Abläufen und Prozessen vertraut machen. Darüber hinaus finden fest im Projektzeitraum terminierte Workshops etwa zum Kick-Off oder kurz vor dem Start mit den Verantwortlichen der Sparkasse statt, um das Vorgehen abzustimmen und den aktuellen Status zu überprüfen.

Lösungen der Finanz Informatik für den medialen Vertrieb/Online-Vertrieb verantwortlich und hat die Entwicklung der Internet-Filiale 6 in dieser Rolle von Beginn an eng begleitet.

Weiterhin unterstützt die FI die Sparkassen nicht nur bei der technischen Einführung der IF 6, sondern auch bei der Pflege der parallel noch aktiven Internet-Filiale 5 während der sechswöchigen Umstellungsphase.

Eine wesentliche Rolle bei der erfolgreichen Umstellung nimmt das Sparkassen Finanzportal (SFP) ein, der zentrale Dienstleister für Kommunikation und digitale Services in der Sparkassen-Finanzgruppe. Denn wie auch bei den Vorgängerversionen liefert SFP Texte, Bilder und Videos für den Auftritt und unterstützt die Sparkassen dabei, Kampagnen zu implementieren. ■

Sie finden diesen Artikel im Internet auf der Website:

<http://www.it-finanzmagazin.de/?p=35749>

