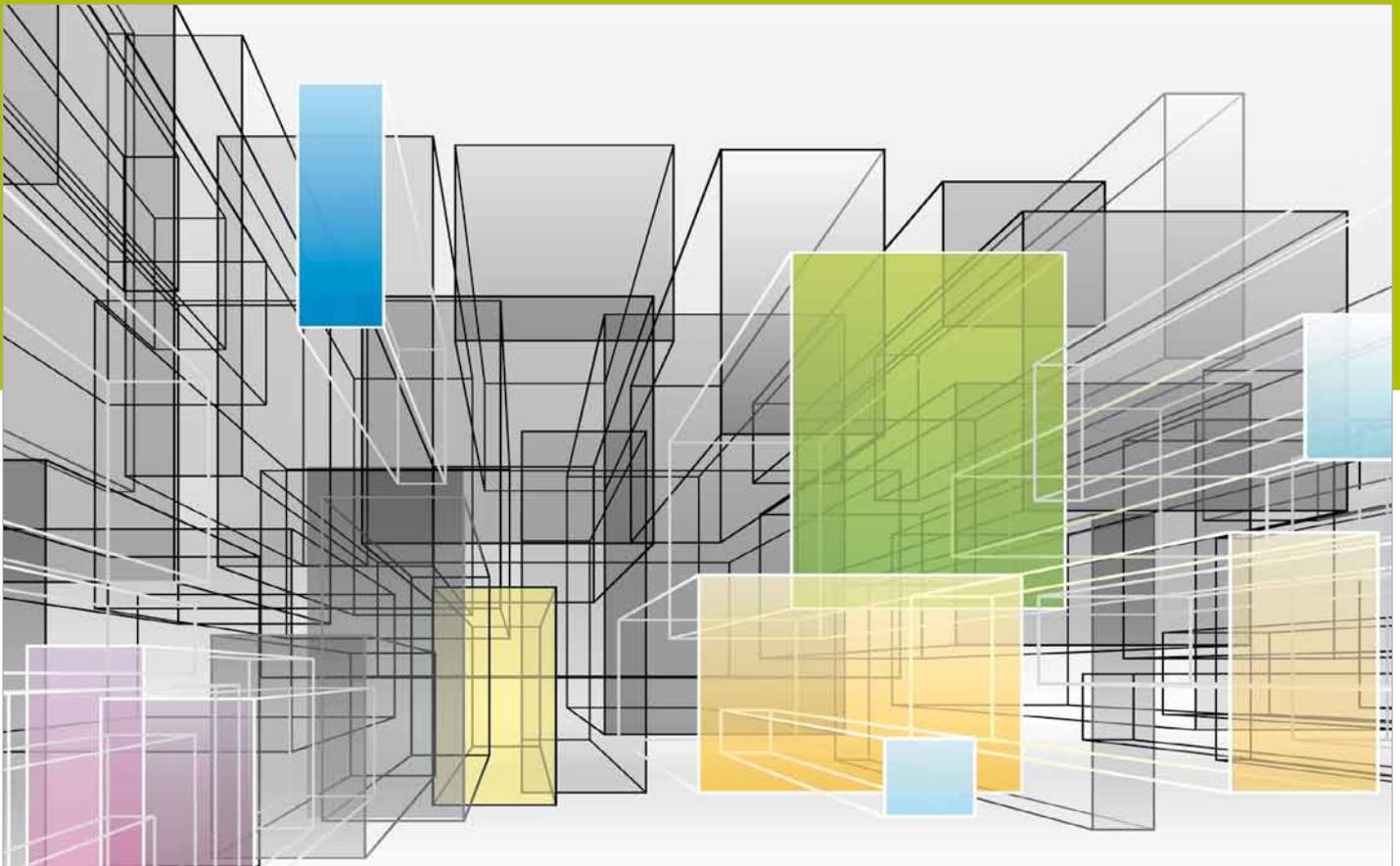


Business Technology

Lean Innovation & IT Leadership



Smart optimiert

Home Automation im Enterprise

Gebaut für den Wandel

Industrie 4.0 durch IoT

Softwarelösungen für den modernen Multikanal

Integrierte und verzahnte Vertriebswege

Im Zeitalter der Multikanalkommunikation müssen Sparkassen ihre Kunden digital und persönlich ansprechen. Dank einer serviceorientierten Architektur kann die Finanz Informatik als IT-Dienstleister der Sparkassen nahezu beliebige Vertriebslösungen direkt in die Gesamtbanklösung OSPlus integrieren.

AUTOR: JOCHEN MAETJE

Zu den zentralen Herausforderungen der Finanzwirtschaft zählen aktuell der starke Ertragsdruck, die zunehmende Regulierung des Finanzsektors und das sich verändernde Kundenverhalten. Angesichts der steigenden Onlineaffinität und der steigenden Nutzung des Onlinekanals stehen Banken und Sparkassen vor der Herausforderung, die Nähe zum Kunden im medialen Vertriebskanal abzubilden und das persönliche Verhältnis zwischen Kunde und Kundenberater auch virtuell weiterzuführen. Denn der Kunde erwartet von seiner Sparkasse, dass er sie über einen Kanal seiner Wahl zu möglichst jeder Zeit erreichen kann. Sparkassen besitzen dank ihrer großen Filialdichte im stationären Vertrieb eine besondere Kundennähe und Erreichbarkeit und damit einen wichtigen Wettbewerbsvorteil im Privatkundengeschäft. Hier punkten sie durch Transparenz, Medien- sowie Beratungskompetenz. Ein wichtiger Schritt ist ein IT-gestützter und integrierter Multikanalvertrieb, um Kunden über alle bestehenden und gewünschten Kommunikationskanäle zu erreichen und zu begleiten. Der rechtssichere digitale Zugang zum Kunden bildet dabei eine wesentliche Grundlage für eine effiziente und effektive Kundenbetreuung im digitalen

Zeitalter. Bereits jetzt werden mehr als 37 Millionen Konten in der Sparkassen-Finanzgruppe von über 15 Millionen Kunden als Onlinekonten geführt. Diese werden von der Finanz Informatik (FI) als IT-Dienstleister der Sparkassen-Finanzgruppe betreut.

MULTIKANALBANKING AUF OSPLUS-BASIS

Das Management der Kundenbeziehungen wird in Sparkassen IT-seitig durch die Gesamtbanklösung OSPlus (One System Plus) unterstützt. Das von allen deutschen Sparkassen genutzte IT-System basiert auf einer einheitlichen modernen Architektur, die den aktiven Verkauf von Sparkassen- und Verbundprodukten über alle Phasen des Vertriebsprozesses durchgängig unterstützt. Grundlage hierfür ist die integrierte Daten- und Informationsbasis, die alle relevanten Kunden- und Vertragsinformationen enthält. Die leistungsfähigen Vertriebskomponenten des IT-Systems ermöglichen die Kundeninformation und -kommunikation über alle Vertriebskanäle hinweg ohne Medienbrüche.

Der IT-Dienstleister hat die Architektur der Gesamtbanklösung von Anfang an auf anpassbare und modifizierbare Standards ausgerichtet. Die serviceori-

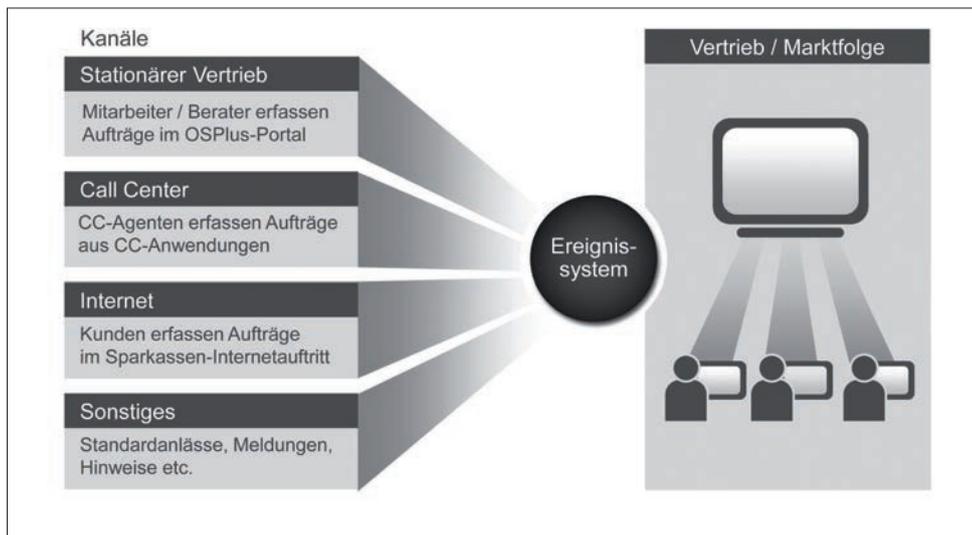


Abb. 1: Multikanalvertrieb

enterte Architektur (SOA) ist dabei Mittel der Wahl, um die Vielfalt der Geschäftsmodelle und regionalen Eigenheiten in der Sparkassen-Finanzgruppe abzubilden. Es gilt das Prinzip: So viel Standard wie möglich, so viel Individualisierung wie nötig. Schon früh setzte die FI daher auf relationale Datenbanken, komponentenbasierte Entwicklung und schließlich die serviceorientierte Architektur als Königsweg zur Unterstützung der vielfältigen Anforderungen der Institute. Die Architektur der Gesamtbanklösung war von Anfang an darauf ausgerichtet, vielfältige bankfachliche Prozesse und Geschäftsvorfälle zu unterstützen. Damit war eine moderne, lose gekoppelte Architektur in Komponentenbauweise das Mittel der Wahl.

Die SOA und die moderne Infrastruktur ermöglichen es, ständig einzelne Komponenten weiterzuentwickeln, ohne das Gesamtgefüge empfindlich zu tangieren. Für die FI war SOA der Königsweg zur Realisierung einer Standardsoftware für das Retail Banking. Denn zum einen konnte auf diesem Weg ein hohes Maß an Standardisierung bei den Prozessen erzielt werden. Zum anderen ist jeder einzelne Prozess mit sämtlichen involvierten Geschäftsvorfällen und Funktionen so eindeutig dokumentiert, dass eine effiziente Steuerung leicht und bei überschaubarem Risiko zu bewerkstelligen ist. Die Komponentenbauweise und die Portaltechnologie sorgen gleichzeitig für die nötige Agilität, um Modifikationen an Prozessen schnell und ohne Programmieraufwand durchzuführen.

Die Gesamtbanklösung OSPlus deckt sämtliche Prozesse im Retail Banking ab, dem klassischen Geschäft mit Privatkunden und mittelständischen Unternehmen. Sie vereint in sich die strategische Planung auf Gesamtbankenbene, Beratung, Vertrieb und Abwicklung, das

Kreditgeschäft, das Risikomanagement, aber auch eine Vielzahl von Berichts- und Controllinginstrumenten für verschiedenste Anwendungen und Instanzen. Im Zeitalter der Multikanalkommunikation muss eine Gesamtbanklösung zudem die Grenzen zwischen Filiale, Internetbanking, Mobile Banking, Kundenselbstbedienung, Callcenter und zentral gesteuerten Marketingkampagnen überwinden. Gesetzliche und regulatorische

Vorgaben erfordern permanente Modifikationen und neue Funktionalitäten.

MODERNE NETZWERKSTRUKTUREN FÜR DEN MULTIKANALVERTRIEB

Die zunehmende Verknüpfung der unterschiedlichen Beratungskanäle Filiale, Internet, Telefon und Mobile (Abb. 1) stellt auch an die Kommunikationsnetze steigende Anforderungen. Vor diesem Hintergrund hat die FI deutschlandweit neue Netzwerkstrukturen für die Sparkassen-Finanzgruppe etabliert und den wachsenden Ansprüchen an Qualität, Sicherheit und Performance angepasst. Dank einer zukunftsorientierten Netzwerkinfrastruktur können Sparkassen nun den kompletten Netzbetrieb auslagern. Daher hat der IT-Dienstleister eine Full-Service-Lösung konzipiert, die neben einer einheitlichen Kommunikationsinfrastruktur auch standardisierte Betriebsprozesse enthält. Ein weiterer Vorteil einer ganzheitlichen Lösung war die damit einhergehende Senkung des Aufwands und der Kosten für den IT-Betrieb. Vollständig zentralisiert ist dabei die Bereitstellung der in mehr als 410 Sparkassen und auch in Landesbanken genutzten Gesamtbanklösung OSPlus, die von der Finanz Informatik entwickelt und auf Terminalservern betrieben wird. Der Zugriff durch die Anwender erfolgt per Webbrowser. Dezentrale Anwendungs-komponenten sind nicht installiert. Mehr als 220 000 Arbeitsplätze konnten daher mit Thin Clients ausgestattet werden. Aber auch für weitere IT-Systeme, die die rechtlich eigenständigen Institute für spezifische, über den OSPlus-Standard hinausgehende Aufgaben betreiben, bietet der IT-Dienstleister Outsourcing-Services an. Die FI übernimmt Verantwortung für Arbeitsplatzrechner und Endgeräte, Geldautomaten, Selbstbedienungsterminals und

Kontoauszugsdrucker, aber auch für den Betrieb dezentraler Anwendungen einschließlich einer etwaig notwendigen ergänzenden Datenhaltung.

Sprach- und Datendienste werden dabei auf einer IP-Netzplattform gebündelt und über WAN (Wide Area Network) bereitgestellt. Über Breitbandzüge besitzen die Sparkassen damit direkten Zugriff auf die OSPlus-Dienste bei höchster Sicherheit und Verfügbarkeit. Das Netzwerkkonzept verbindet jede Sparkassen-Geschäftsstelle über virtuelle Netzanbindungen direkt mit dem Rechenzentrum. Dies geschieht mithilfe gleichberechtigter Anschlusspunkte anstelle der bislang bestehenden kaskadierten, baumartigen Netzwerkstrukturen.

Entsprechend der Sensibilitäten in der Finanzwirtschaft gehört der sichere Betrieb der IT zu den zentralen Vorgaben für die Informationstechnologie in der Sparkassen-Finanzgruppe. In einem für alle verpflichtenden Regelwerk ist dokumentiert, welche Anforderungen etwa an Datenschutz, Vertraulichkeit und Integrität durch Verschlüsselung beziehungsweise Authentisierung gestellt und einzuhalten sind. Das Netzwerk ist auf die Maßgaben des Regelwerks abgestimmt und sichert Sparkassen eine hohe Verfügbarkeit und Qualität zu. Heute arbeiten rund 75 Prozent der Sparkassen in Deutschland auf Basis der modernen Netzwerkstruktur. Sie profitieren nicht nur von einer hohen Qualität und Performance, sondern auch von den technischen Weiterentwicklungen, die die Finanz Informatik angesichts der sich ändernden Rahmenbedingungen forciert. So arbeitet der IT-Dienstleister derzeit an Lösungen zur Erweiterung einer Chatfunktion für den Einsatz von Videoübertragungen in der Kundenberatung.

ONLINEBANKING MIT PERSÖNLICHER NOTE

Die Internetfiliale ist tief in die System- und Datenlogik von OSPlus integriert und bildet damit die zentrale Plattform für den medialen Vertrieb. Sie deckt den kompletten Onlinevertriebsweg zur Abwicklung von Banking-, Brokerage- sowie Service-Geschäftsvorfällen ab und bietet attraktive Produktinformations-, Beratungs- und Abschlussfunktionen. Dabei stellt die Fokussierung auf die Kundennähe im Multikanal eine gute Möglichkeit dar, um sich im Wettbewerb der digitalen Angebote von Finanzdienstleistern abzuheben. Dies verdeutlichen auch die sehr guten Ergebnisse beim „ibi Website Rating Award“, der unter den deutschsprachigen Internetauftritten von mehr als 130 Banken und Sparkassen die besten Bankenwebsites kürt. Sparkassen, die die Internet-Filiale nutzen, gewinnen regelmäßig den Award beziehungsweise belegen vordere Plätze. Aktuell setzen 410 Sparkassen die Version Internet-Filiale 5.0 ein. Für den mobilen Zugriff steht die Internet-Filiale mobil zur Verfügung. Der für Smartphones und Tablets optimierte Browserauftritt unterstützt alle relevanten Banking-, Brokerage- und Servicefunktionen sowie für erste Produkte auch Produktabschlüsse.

Bei aller Standardisierung und Automatisierung im Internet kommt einer aktiven und personalisierten Kundenansprache über den medialen Vertriebsweg eine immer größere Bedeutung zu. Daher stehen Beratern verschiedene Tools in der Internet-Filiale zur Verfügung, um den persönlichen Kontakt zu Kunden aufzubauen und zu halten. Ein zentrales Element ist dabei das elektronische Postfach. Es bündelt die Kommunikation zum Kunden im geschützten Bereich. Onlinebankingnutzer greifen an einer zentralen Stelle auf unterschiedliche Informationen und Dokumente wie Vertragsunterlagen, Kontoauszüge und auch persönliche Nachrichten vom Berater zu. Darüber hinaus stellt das elektronische Postfach eine kostengünstige Alternative zum

Anzeige

Postversand dar. Die FI baut das elektronische Postfach weiter zur zentralen Kommunikationsdrehscheibe in der Kundenkommunikation aus. Dazu zählt auch die weitere Integration von Verbundpartneranwendungen und auch der Private-Banking-Anwendungen von inasys.

SERVICE- UND PRODUKTVIelfALT IN DER INTERNET-FILIALE

Neben der persönlichen Kommunikation stehen in der Internet-Filiale vielfältige und persönlich konfigurierbare Servicefunktionen wie etwa der OSPlus-Kontowecker zur Verfügung. Dieser informiert Sparkassen-Kunden ohne direktes Einloggen in der Internet-Filiale zeitnah über bestimmte Kontoumsätze oder beim Erreichen festgelegter Kontostände per E-Mail, SMS oder Push-Nachricht.

In der Internet-Filiale erhalten Kunden nicht nur umfangreiche Informationen zur persönlichen Finanzlage oder zu aktuellen Produkten, sondern können auch Verträge direkt abschließen. Dabei stehen verschiedene Varianten zur Verfügung: von anonymen oder PIN/TAN-gesicherten Onlineanträgen bis hin zum fallabschließenden Onlineproduktverkauf. Darüber hinaus stellt der Konsumentenkredit im Internet (KKI) eine wettbewerbsfähige Lösung für den (bilanzwirksamen) Onlineverkauf des S-Privatkredits dar. Die höchstmögliche Automatisierung der Prozesse stellt das perfekte Zusammenspiel von Internet-Filiale und zentralen OSPlus-Komponenten wie etwa der Entscheidungsmaschine oder dem Kunden-Scoring sicher. Dabei ist auch gewährleistet, dass der Berater über die Aktivitäten seines Kunden informiert wird. Onlineanträge und Serviceaufträge, die in der Internet-Filiale nicht fallabschließend bearbeitet werden können, lassen sich über das Serviceportal mit automatisierten Verfahren weiter verarbeiten.

BERATUNG FÜR AUSBAU DER ONLINEAKTIVITÄTEN

Moderne Technologien erfordern, dass Berater Online- und mobile Technologien kennen und neue Medien zum integralen Bestandteil ihrer Arbeitsweise machen. Die FI entwickelt daher passgenaue Schulungskonzepte und -maßnahmen, um Berater mit veränderten Prozessen und Schnittstellen in der Kundenbeziehung vertraut zu machen.

Obwohl die zahlreichen Funktionen der Internet-Filiale bereits intensiv genutzt werden, hat die FI noch Potenzial identifiziert, um das vorhandene Onlineangebot zu verbessern. Mit dem Beratungsangebot „OSPlus Update Medialer Vertrieb“ erhalten Sparkassen eine passende Unterstützung, um die Aussteuerung des On-

linevertriebs im Multikanal zu verbessern. Mittels einer detaillierten Analyse wird der Handlungsbedarf einzelner Institute anhand einer medialen Landkarte visualisiert. Institute erhalten entsprechend ihres bankfachlichen Zielbilds konkrete Vorschläge für individuelle Verbesserungen, die mit der FI auf Basis individueller Maßnahmen umgesetzt werden. Die Erfahrungen lassen drei Handlungsfelder erkennen, in denen Institute vorrangig aktiv werden müssen, um in der Beratungspraxis den Multikanalvertrieb zu verzahnen: eine verstärkte Nutzung des Kampagnenmanagements für die mediale Endkundenansprache, eine intensivere Nutzung des elektronischen Postfachs für die Bereitstellung von Dokumenten wie etwa Kontoauszügen sowie der Ausbau des Onlineproduktverkaufs mit fallabschließenden Prozessen. Im Rahmen von Workshops wird mittels Best-Practice-Beispielen das Optimierungspotenzial verdeutlicht. Dazu zählt etwa die verstärkte Nutzung der medialen Ansprachewege über die individuelle und anlassbezogene Kundenansprache. Um die Nutzung des elektronischen Postfachs zu erhöhen, erhalten Berater Hinweise, wie Kundenansprachen und Datenumstellungen dies ermöglichen. Die Lösungsansätze beim Onlineproduktverkauf zielen auf ein prozessoptimiertes Angebot, das der Strategie der Sparkasse entspricht. Zur Reduzierung des Einführungsaufwands bietet die FI umfangreiche Unterstützungsleistungen an.

Zusätzlich arbeitet die FI daran, die technische Verzahnung der Vertriebskanäle stetig zu verbessern. Ziel dabei ist, die Interaktion des Beraters mit dem Kunden kanalübergreifend zu verbessern und zu vereinfachen. Dazu werden die Prozessübergänge im Produktverkauf zwischen den Kanälen weiter optimiert und etwa um Interessen und Aktivitäten ergänzt, die der Kunde im Onlinebanking, in den Apps und in den weiteren medialen Kanälen geäußert beziehungsweise angefragt hat. Auf diesem Weg erhalten Berater konkrete Hinweise für die direkte Kundenansprache.



Jochen Maetje

Jochen Maetje, Diplom-Ökonom, ist Bereichsleiter Vertrieb Nord/Ost der Finanz Informatik. Zu seinen Aufgaben im Vertrieb zählt die Patenschaft für mobile Lösungen im Hause Finanz Informatik.