



## Moderne Systemplattformen für mehr Effizienz in Ihren Geschäftsprozessen

### Von der Intelligenz der Informationen

Für das Suchen nach Informationen sind Banken-Systeme nur bedingt eine Lösung. Und auf die Frage, wie schneller auf relevanten Content in Banken zugegriffen werden kann, erhoffen sich viele Banken die Antwort in zentralen Lösungen wie einem Intranet.

Doch auch hier bleibt der Wunsch nach einem allumfassenden Informationsmanagement regelmäßig unerfüllt. Denn nicht nur der hohe Aufwand, der mit dem Suchen einhergeht, ist ein veritabler Hemmschuh für Banken. Viel schwerer wiegt, dass – auch als Konsequenz der aufwendigen und komplexen Suche – die richtigen Informationen zum richtigen Zeitpunkt oftmals nicht vorliegen.

Dabei schlummert in den stetig wachsenden Datenbergen ein riesiges Potenzial für Banken, das noch nicht ausreichend genutzt wird. »Die Information ist das Öl des 21. Jahrhunderts und Analytics der Verbrennungsmotor, der damit läuft«. So beschreibt Peter Sondergaard, Senior Vice President von Gartner, die Herausforderung im Umgang mit Big Data. Den Rohstoff Information aus den gewaltigen Datenmengen zu extrahieren und intelligent zu verarbeiten, stellt somit in der digitalen Zukunft eine Hauptaufgabe für Banken dar.

## **Status quo: eingeschränkte Sicht auf relevante Informationen**

In der Praxis haben Mitarbeiter häufig jedoch nur eine eingeschränkte Sicht auf relevante Informationen rund um Kunden. Herkömmliche Infrastrukturen und Systeme werden der wachsenden Informationsvielfalt nicht mehr gerecht, wenn beispielsweise einzelne Fachabteilungen in unterschiedlichen IT-Systemen arbeiten und kommunizieren. Diese Problematik wird durch externe Quellen, die essenzielle Informationen enthalten, zunehmend verschärft.

Doch entscheidend ist, dass Informationen intelligent zur Verfügung gestellt werden, damit diese als Wissensgewinn schnell und effektiv eingesetzt werden können. Über die Frage der reinen Bereitstellung hinaus müssen sich Banken folglich damit auseinandersetzen, Informationen nach ihrem Wert für die schnelle und richtige Entscheidungsfindung zu sortieren, zu filtern und konsumierbar zu machen. Allerdings stehen viele deutsche Banken hier noch am Anfang und schöpfen die Möglichkeiten nur rudimentär aus.

## **Vorhandene IT-Lösungen als Ausgangspunkt?**

Jedes Jahr werden IT-Abteilungen von Banken mit neuen Trends konfrontiert und sollen zugleich Berater in Geschäftsprozessen für die Fachabteilungen sein. Parallel müssen sie reibungslose Release-Wechsel beispielsweise des Banken-Systems gewährleisten. Aber auch die viel gepriesene Cloud kann bewährte Systeme nicht einfach ersetzen. Denn ohne die über Jahre aufgebauten Informationen sind Banken nicht mehr handlungsfähig.

Die Vorgabe ist, dass alle Mitarbeiter in ihrer täglichen Arbeit alle relevanten Informationen zur Verfügung haben sollen. Doch wie soll diese Anforderung technisch umgesetzt werden? Soll alles in einem Banken-System bereitgestellt werden oder ist Notes die Lösung? Oder sind weitere Systeme in der Lage, das Geforderte zu leisten? Leider ist die Antwort fast immer negativ. Alle genannten Systeme haben eine andere, dedizierte Kernfunktionalität und sind nicht der allumfassende Datentopf. Doch ist dieser überhaupt nötig?

## **Moderne Lösungen – auf Basis bestehender Infrastruktur**

Es gibt mittlerweile Software-Systeme am Markt, die Unternehmen bei einer intelligenten Informationsbereitstellung maßgeblich unterstützen – ohne dabei bestehende Infrastrukturen und Investitionen in Frage zu stellen. Im Gegenteil: Die eingesetzten Systeme werden durch sie erst wirklich produktiv nutzbar. Ein Beispiel ist das **Information Logistics Center (ILC)**, das 2014 zur ECM-Lösung des Jahres ausgezeichnet wurde. Es stellt Mitarbeitern Informationen proaktiv und kontextorientiert aus unterschiedlichsten Quellen – wie z.B. agree-, bank21-, E-Mail- oder Archiv-Systemen, Webseiten, Fachportale oder Social Media – in einer zentralen Oberfläche zur Verfügung. In ihrem Banken-System müssen Mitarbeiter lediglich den gewünschten Kunden oder das Konto auswählen, die Software liefert daraufhin sofort selbstständig alle relevanten Informationen, zugeschnitten auf das Nutzerprofil, die Rolle und den jeweiligen Prozessschritt des Mitarbeiters.

So wie im vorliegenden Fall: Ein Mitarbeiter bekommt per E-Mail eine Frage eines Kunden zu seinem aktuellen Immobilien-Kreditvertrag. ILC erkennt den Absender automatisch, sucht proaktiv nach den oben genannten Daten und stellt diese umgehend am rechten Bildrand bereit – unter anderem auch die aktuellen Zinswerte am Markt, die aktuelle berufliche Situation des Kunden, ggf. die Örtlichkeit der Immobilie und natürlich die dokumentierten vergangenen Kommunikationen vom Vertrag aus dem Archiv bis hin zu Mails aus der Notes-Datenbank. Der Mitarbeiter kann sich somit sofort ein Bild machen sowie die dazugehörige Kommunikation aus unterschiedlichen Systemen in einer zentralen Oberfläche aufrufen und den Vorgang im Handumdrehen bearbeiten, ohne sich um den Speicherort der relevanten Informationen kümmern zu müssen. Auf diese Weise lässt sich auch die Customer Experience positiv beeinflussen.

## **Potenzial für eine proaktive Informationsbereitstellung**

Doch nicht nur die reaktive Bearbeitung von Anfragen und Vorgängen ist elementar. Die Zukunft des Information Managements liegt vielmehr in der proaktiven und antizipativen Bereitstellung von relevanten Informationen. Was sind die speziellen Bedürfnisse des jeweiligen Kunden? Welche Form der Ansprache

wünscht dieser? Wie sieht ein maßgeschneidertes Angebot für den Kunden aus? Durch das Mehr an Wissen können Kunden folglich sowohl zeitlich als auch inhaltlich wesentlich gezielter adressiert werden.

Dies zeigt auch ein exemplarisches Beispiel eines Telefongesprächs: Ein Kunde ruft in einer Bank die Servicehotline an, um einen Geldbetrag zu überweisen. Durch eine automatische Kontexterkenkung anhand der Telefonnummer des Kunden bekommt der Servicemitarbeiter alle Informationen zum Anrufer angezeigt, während das Telefon noch klingelt. In der zentralen Oberfläche sieht er nicht nur die Stammdaten des Kunden, Kontendaten oder letzte Umsätze. Er erkennt zudem auf einen Blick, dass die Bindung des Kreditvertrages in 8 Wochen ausläuft. Darüber hinaus sieht der Mitarbeiter unmittelbar, dass der Kunde sich kürzlich auf der Website bzw. über die Facebook-Seite von Check-24 die aktuellen Zinswerte angeschaut hat. Da er ebenfalls angezeigt bekommt, dass der Anrufer bereits seit 20 Jahren treuer Kunde ist, schlägt er im Sinne einer langfristigen Kundenbindung ein Beratungsgespräch bei ihm zu Hause vor. Er kann auch sofort einen konkreten Termin anbieten, weil er auf die Termine des Beraters in seinem Notes-Kalender Zugriff hat. Aufgrund der integrierten Social-Komponente in ILC wird dem Mitarbeiter zusätzlich angezeigt, dass der Kunde sich für caritative Zwecke einsetzt. Somit ist die persönliche Ansprache und Wertschätzung seines Einsatzes ein Leichtes. Das Ergebnis: eine Win-win Situation. Der Kunde fühlt sich wertgeschätzt, die Bank hat langfristige Umsatzpotenziale gesichert.

Genau hier wäre ein herkömmliches Bank-System an die Grenzen gestoßen und hätte die Sicht des Mitarbeiters auf die Überweisung des Betrages limitiert. Um eine nur annähernd vergleichbare Informationsqualität zu haben, hätte man zusätzlich zahlreiche weitere Systeme und externe Datenquellen bemühen müssen – in der Kürze des Telefonates völlig ausgeschlossen.

## **Fazit**

Erst die moderne Darreichungsform von intelligenten Informationen ermöglicht eine optimale Customer Experience. Aus der „Gefahr“ des rasanten Datenwachstums erwächst künftig vielmehr die Chance, deutliche Mehrwerte aus den Daten zu generieren, wenn die richtigen Mittel und Lösungen zur Verfügung stehen. Diese helfen Unternehmen, das Potenzial Ihrer Daten zu nutzen, zu personalisieren und umgehend zur Verfügung zu stellen.