

Backgrounder: Lösungen für Finanzdienstleister

Branch of the Future – Die Bankfiliale der Zukunft

Finanzdienstleister in Deutschland befinden sich in einem harten Wettbewerbsumfeld. Große Geschäfts-, Genossenschafts- und Privatbanken sowie Sparkassen buhlen um die Gunst der Kunden. Dabei stehen längst nicht mehr nur Geschäftskunden im Mittelpunkt. Die Erfahrung der letzten Jahre hat gezeigt, dass das Privatkundengeschäft unverzichtbar ist. Der Trend, Filialen zu schließen und einen Großteil der Kundenbetreuung über das Internet oder das Telefon abzuwickeln, zielte vorbei an den Bedürfnissen der Zielgruppe. Gerade Privatkunden suchen bei komplexeren und vertraulichen Bankgeschäften den persönlichen Kontakt. Banken, die lediglich in Gestalt von Kontoauszugsdrucker- und Geldautomatenräumen in Erscheinung treten, stehen einer höheren Akzeptanzschwelle gegenüber. Auch wenn ihre Dienstleistungen günstiger sind, so sprechen sie doch nur einen Teil der Kunden an. Eine Befragung des Marktforschungsinstituts Datamonitor im Oktober 2003 hat ergeben, dass 80 Prozent der Privatkunden in Europa den Besuch in einer Bankfiliale allen anderen Kontaktmöglichkeiten vorziehen. Folglich generieren Banken rund 50 Prozent ihres Umsatzes über ihr Filialnetz.

Darüber hinaus hat die Deregulierung im Finanzsektor den Markt für zahlreiche neue Player geöffnet. Im Neue-Markt-Hype schossen Investment-Banken und Broker wie Pilze aus dem Boden. Beim Aktiengeschäft stand nicht die Kundenberatung im Mittelpunkt, sondern die Möglichkeit, bequem und schnell agieren zu können. Dies wurde über das Internet realisiert. Für diesen Zeitpunkt die optimale Lösung und auch heute noch ein optimaler Bestandteil einer Multi-Channel-Strategie. Die Deregulierung hat zudem auch den traditionellen Finanzdienstleistern neue Märkte eröffnet.

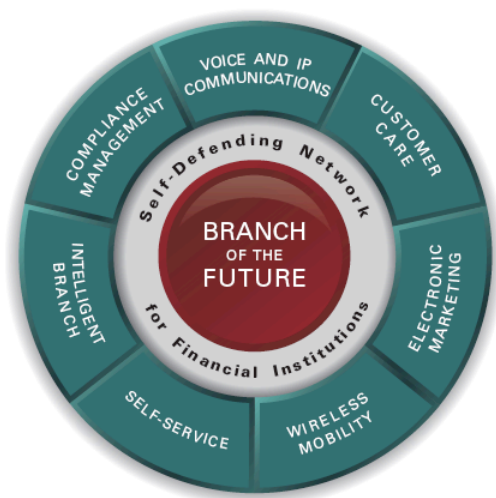
Multi-Channel-Banking

Was Kunden heute von ihren Banken erwarten, ist eine flexible Kontaktmöglichkeit. Je nach Bedarf ist eine Ansprache über das Telefon, das Internet oder persönlich erforderlich. Kunden wollen selbst entscheiden, welchen Weg sie wählen. Internet-Banking ist für viele junge Menschen selbstverständlich. Aber Millionen von beispielsweise älteren Menschen in Deutschland holen ihr Bargeld lieber am Schalter in ihrer Filiale am Wohnort ab. Diese unterschiedlichen Bedürfnisse müssen Finanzdienstleister berücksichtigen.

Dabei stehen Banken stärker denn je unter enormem Kostendruck. Sie müssen ihre Filialen produktiv und effizient einsetzen. Um diese Produktivität und damit Kostenersparnis zu erreichen, bedarf es einer optimalen IT-Infrastruktur. Denn nur auf deren Basis kann der Handel mit Informationen entsprechend abgewickelt werden. Das Herzstück der Bank ist die Kundendatenbank. Nur wenn ein schneller und effektiver Austausch dieser Daten erfolgt, können Banken innerhalb ihres Netzwerks effizient arbeiten. Alle Kontaktdaten der Kunden, die ihre Geschäfte über die unterschiedlichen Schnittstellen abwickeln, sollten den Beratern jederzeit zugänglich sein, damit immer und an jedem Ort eine optimale Betreuung des Kunden gewährleistet ist. Dazu müssen alle Kontakt-Kanäle miteinander verzahnt und Prozesse so effizient gestaltet werden, dass die Kosten für die Kundenbetreuung sinken. Die Basis hierfür ist eine einheitliche IT-Infrastruktur, über die alle Daten abgebildet werden.

Eine moderne IT-Infrastruktur kann Banken dabei unterstützen, die Produktivität zu erhöhen und Kosten zu reduzieren. Mit seiner Expertise in Sachen Internetworking ist Cisco Systems schon seit Jahren Partner zahlreicher Banken weltweit, die das Potenzial von neuen IT-Lösungen erkannt haben und schon heute die Vorteile nutzen. Mit dem Lösungsansatz „Branch of the Future“ hat Cisco ein

spezielles, auf Banken zugeschnittenes Produktportfolio zusammengestellt. Die Basis bildet ein sicheres, intelligentes IP-Netzwerk, das Intelligent Information Network. Es stellt die Vernetzung der Filialen untereinander und zum Hauptsitz sicher. Darauf setzen sieben Lösungen auf, die die Effizienz und Produktivität der Filiale realisieren und sich nach den Bedürfnissen von Finanzdienstleistern und deren strategische Ziele richten:



Sprach- und IP-Kommunikation: Über das IP-Netzwerk können Kunden nicht nur ihren „normalen“ Datenverkehr abwickeln, sie haben zudem die Möglichkeit, das gleiche Netz für die Sprachübertragung zu nutzen. Damit sparen Banken nicht nur Gebühren, sondern auch Management-Kosten, da sie nur noch ein Datennetz nutzen. Zudem bietet die IP-Telefonie optional eine weitaus flexiblere Anrufbearbeitung beispielsweise über Call Center. Schließlich können auch Videodaten in Echtzeit übertragen werden, sodass auch IP-basierte Video-Konferenzen möglich sind.

Customer Care/Kundenbetreuung: Die Integration der bestehenden Customer-Relationship-Management-Lösung (CRM) in ein Gesamtnetz, das alle Kontaktkanäle zusammenführt, optimiert die Kundenbetreuung und ermöglicht es den Banken, kundenspezifische

Angebote zu erstellen. Ruft beispielsweise ein wichtiger Kunde an, wird er durch eine Information aus dem CRM-System automatisch zum dezidierten Kundenberater geleitet und nicht ins allgemeine Call Center.

Electronic Marketing: Die Filiale kann optimal zur Kundenwerbung und -information genutzt werden. Über eine elektronische Marketing-Lösung kann über Monitore und andere Endgeräte eine dezidierte Kundenansprache erfolgen. Über die Cisco-Infrastruktur haben Banken die Möglichkeit, Informationsangebote zu liefern, die große Datenmengen in Anspruch nehmen, wie es beim POS Advertising (Point of Sale) häufig der Fall ist.

Wireless Mobility: Eine sichere drahtlose Umgebung in einer Filiale erhöht die Produktivität der Mitarbeiter und ihre Servicekapazität, weil sie nicht mehr an feste Arbeitsplätze gebunden sind. Der Kundendienst profitiert davon erheblich, da die Filialmitarbeiter in der Lage sind, von überall in der Filiale Kundenanfragen zu bearbeiten, Hilfestellung zu geben und auf alle Unternehmensanwendungen zuzugreifen.

Self-Service: Für Kunden, die einen Service benötigen, der keiner persönlichen Beratung bedarf, stehen ATMs (Automatic Teller Machines) zur Verfügung. Diese Auskunftsterminals sind an das IP-Netzwerk angeschlossen. Kunden können hier nicht nur Geld abheben, Informationen rund um ihre Bankgeschäfte einholen und Kontoauszüge einsehen, sondern die Bank kann die Terminals auch zur Präsentation neuer Produkte und erweiterter Kommunikation nutzen.

Intelligent Branch: Im ganzheitlichen Konzept der Branch of the Future geht es hinsichtlich des Themas Sicherheit nicht nur um sichere Netzwerke, sondern auch um die physikalische Sicherheit der Bankfilialen. Auf Basis der IP-Netzwerktechnologie können beispielsweise Videoüberwachungssysteme oder elektronische

Zugangslösungen in die bestehende Infrastruktur integriert werden. Der Vorteil: Durch die Konvergenz der Systeme können Daten schnell und einfach ausgetauscht werden, Bilddaten von der Überwachung können in Echtzeit auf jeden Computer geleitet werden und eine schnelle Reaktion im Gefahrenfall aus dem Back-Office erfolgen. Dies ist nur ein Anwendungsbeispiel.

Compliance Management/E-Learning: Um alle Mitarbeiter stets auf den neuesten Stand hinsichtlich Produkte und Unternehmensziele zu bringen, sind E-Learning-Szenarien eine effektive Lösung. Mitarbeiter können beispielsweise über so genannte VoDs (Video on Demand) Informationen über das Firmen-Intranet abrufen. Auch Informationsplattformen oder interaktive, virtuelle Studienszenarien lassen sich über E-Learning realisieren. Der Vorteil: Mitarbeiter können jederzeit unabhängig von Zeit und Ort auf wichtige Informationen zugreifen und ihre Weiterbildung in ihren persönlichen Arbeitsplan einbauen.

Die Transformation der Bankfiliale hin zur „Branch of the Future“ kann nicht von heute auf morgen erfolgen. Das laufende Geschäft darf durch die Umstellung nicht negativ beeinflusst werden. Daher hat Cisco Systems einen Lösungsansatz entwickelt, der eine schrittweise und an den Bedürfnissen des Finanzdienstleisters angemessene Umstellung vorsieht. Kunden können modular die Lösungen sukzessive integrieren und auch nur einzelne Teile nutzen.

8.082 Zeichen (inklusive Leerzeichen)

Kontakt: Torsten Schwarz, Manager - Vertical Marketing, Cisco Systems GmbH

Januar 2005