

TECHNIK, TIPPS UND TRENDS



Sicherheitsschloss für elektronische Dokumente

Beim Schutz elektronischer Dokumente gilt im Bankgeschäft ein Höchstmaß an Vertraulichkeit. Die strategischen Partner Deutscher Sparkassenverlag (DSV) und Adobe Systems haben dies bereits erkannt: Für den Schutz von elektronischen Angeboten und Verträgen, Protokollen oder internen Geschäftsinformationen entwickelten sie die Lösung „Sichere elektronische Dokumente“ auf Basis von Adobe LiveCycle ES Rights Management. Mit wenigen Klicks kann jeder ohne große IT-Kenntnisse für ein Dokument Sicherheitsrechte vergeben. Der Schutz wird direkt am Dokument festgemacht. Egal wo es geöffnet wird, über eine Server-Anbindung ist es durch Rechteabgleich gesichert. So kann etwa ein auf 30 Tage befristetes Vertragsangebot nach Fristablauf nicht mehr geöffnet werden. Um Dokumente vor unautorisierten Nutzung zu schützen, kann ein Wasserzeichen als Urhebernachweis aufgebracht oder über eine Funktionssperre verhindert werden, dass Unbefugte die Dateien ausdrucken. Nicht nur in puncto Datenschutz und Einhaltung gesetzlicher Auflagen empfiehlt sich aus Sicht des DSV die Lösung: Mit Hilfe der Rechtevergabe im elektronischen Workflow optimieren Institute zudem ihre Geschäfts- und Verwaltungsprozesse. Der DSV berät im Vorfeld die Institute im Hinblick auf eine optimale Lösung. Neben den Lizenzen wird auch eine Implementierung der Lösung angeboten. Weitere Informationen gibt Reto Sebert, E-Mail: reto.sebert@dsv-gruppe.de.

Erleichterter Bargeldservice für Sehbehinderte

Einen zusätzlichen Service bietet die Kreissparkasse Düsseldorf ihren sehbehinderten Kunden an. Diesen Menschen steht jetzt ein Geldautomat am Schwanenmarkt zur Verfügung, der über eine spezielle Tastatur mit erhöhten, taktilen Symbolen auf den Funktionstasten verfügt. Eine Sprach-Software ermöglicht zudem die sprachgesteuerte Bedienung des Automaten. Dafür können sehbehinderte Menschen ihren selbst mitgebrachten Kopfhörer benutzen. Schon der Weg zum Geldautomaten ist mit speziellen Gehwegplatten ausgestattet worden. Es handelt sich dabei um die gleichen Steine, wie man sie vor Fußgängerüberwegen oder an Straßenbahnhaltestellen in der Stadt antrifft: mit „erhabenen Noppen“, so dass der sehbehinderte Mensch sofort merkt, wenn er am Straßenrand angekommen ist oder den gefährlichen Bereich der Haltestelle erreicht hat.

Innovative Funktionalitäten am SB-Gerät

Über den Vertriebskanal Selbstbedienung finden viele und regelmäßige Kontakte zu Bestands- und Fremdkunden statt. So ergibt sich für Banken und Sparkassen im Schnitt mit etwa 95 Prozent ihrer Kunden mindestens alle zwei Wochen ein Kontakt am Automaten. Um auf Kundenbedürfnisse besser eingehen zu können und Vertriebschancen zu nutzen, setzen viele Kreditinstitute in Zukunft verstärkt auf innovative Funktionalitäten am SB-Gerät. Dies ist ein Ergebnis der Studie „Kundenbindung und Neukundengewinnung im Vertriebskanal Selbstbedienung“ von ibi research. Aktuell steht aber noch die Versorgung des Kunden mit Produktinformationen im Mittelpunkt. Dies geben fast 36 Prozent der befragten Experten an. Mit deutlichem Abstand folgt die individualisierte Ansprache von Bestandskunden mit einer Response-Erfassung. Dieses Feature wird derzeit von rund 14 Prozent der Befragten eingesetzt.

„In den nächsten ein bis drei Jahren wird das Angebot an vertriebslichen Funktionalitäten am Geldautomaten allerdings erheblich ausgeweitet“, sagt Dr. Marco Nirschl, Projektleiter der Studie bei ibi research an der Universität Regensburg. „Vor allem die individualisierte Ansprache von Kunden wird forciert.“ So gab knapp die Hälfte der Ex-

perten an, dass sie die individualisierte Ansprache von Bestandskunden mit Response-Erfassung planen. Rund 40 Prozent der Banken planen eine Terminvereinbarungs-Funktion mit dem Vertriebsmitarbeiter und die automatische Benachrichtigung des Vertriebsmitarbeiters, wenn der Kunde das SB-Gerät in der Filiale benutzt, sowie die Ansprache von Nicht-Kunden. 28 bis knapp 30 Prozent der Institute sehen das Angebot einer Call-back-Funktionalität, die Durchführung von Kundenbefragungen und die Bereitstellung einer Möglichkeit zur Erfassung von Kunden-Feedbacks vor. Ein Viertel der Banken plant zudem einen möglichen Abschluss von wenig erklärungsbedürftigen Produkten am Geldautomaten.

Sparkassenverband Bayern empfiehlt Fioport-Software

Der Sparkassenverband Bayern hat sich erneut für den Einsatz der Software-Lösung Fioport Zahlungsverkehr innerhalb der Sparkassen-Finanzgruppe Bayern ausgesprochen. Die webbasierte Software-Lösung der Leipziger Fio Systems AG, eines Sparkassen-Beteiligungsunternehmens, sei ein „geeignetes Instrument, um den Kunden die Abwicklung der Kautionszahlungen zu erleichtern und bei der Sparkasse Kosten zu reduzieren“, heißt es in einem an alle Verbandsmitglieder verschickten Rundschreiben.

Seit der erstmaligen Empfehlung vor drei Jahren wurde die Software weiterentwickelt. Heute kann mittels frei konfigurierbarer Kontotypen nicht nur der komplette Zahlungsverkehr der Wohnungswirtschaft, sondern einer Vielzahl von Branchen automatisiert abgewickelt werden. „Gerade gegenüber der wichtigen Zielgruppe der Kom-

vice“ sollen die IT- und Servicekompetenz des Unternehmens betonen. Zeitgleich erhält FI-TS ein neues Logo, das Teil der Markenarchitektur des Mutterkonzerns FI ist. Das bekannte Sparkassenrot soll die Verankerung in der Sparkassen-Finanzgruppe, Silbergrau die Seriosität und Erfahrung des IT-Serviceanbieters im Bankenbereich vermitteln.

„Mit unserem neuen Namen und unseren Lösungen sind wir auch 2009 sehr gut aufgestellt“, sagt Dr. Walter Kirchmann, Vorsitzender der Geschäftsleitung bei FI-TS. „Zwar wird der Markt in diesem Jahr durch die Finanzkrise sicherlich mehr Dynamik bekommen. Da wir das Bankgeschäft mit seinen internen Prozessen jedoch seit Jahren kennen und gut verstehen, blicken wir mit unserem Portfolio und unseren Services optimistisch in die Zukunft“, so Kirchmann.

Versicherungen suchen neue Wege der Kundenbindung

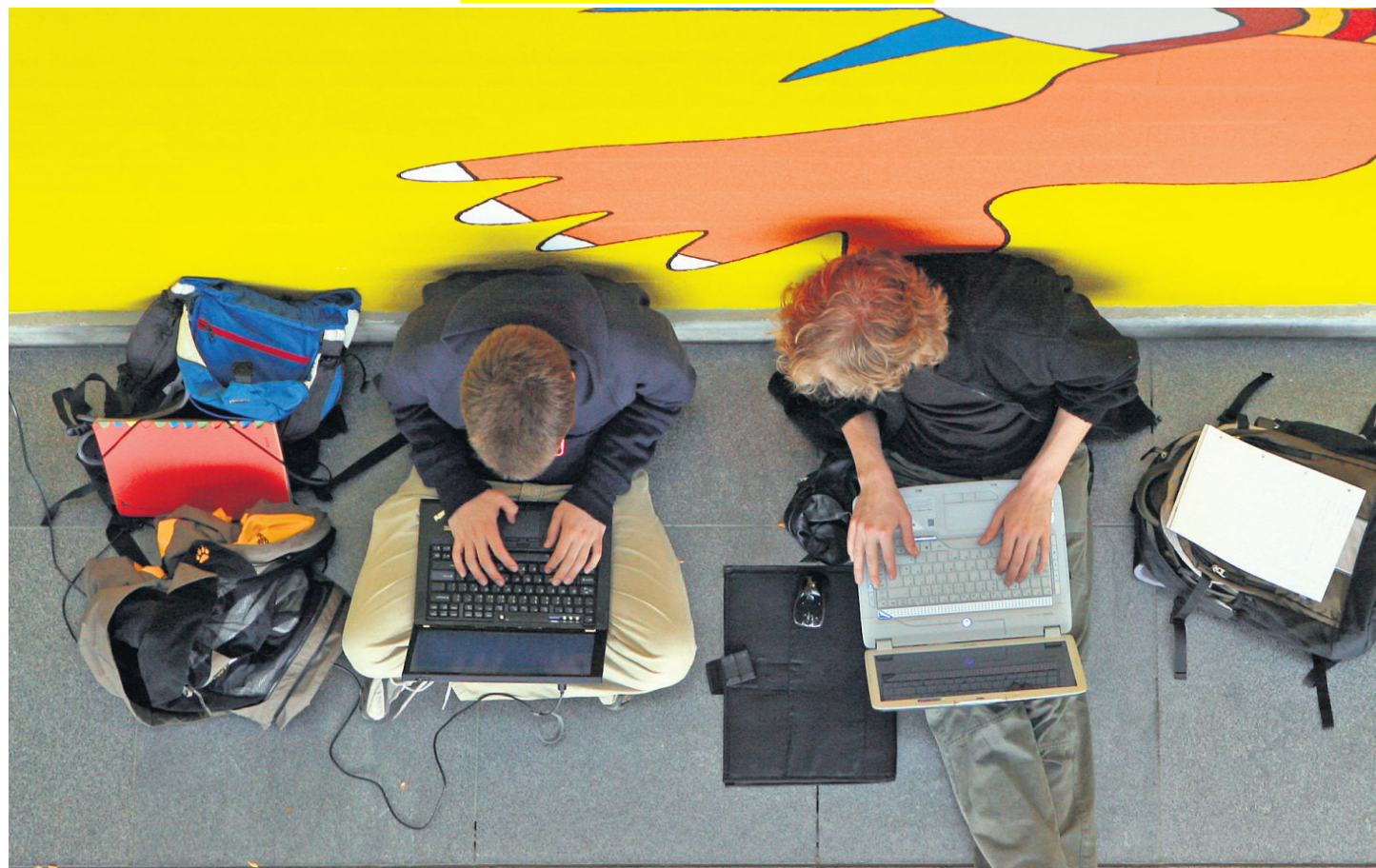
68 Prozent der deutschen Versicherer sehen in einem integrierten Schaden- und Unfallmanagement starke Vertriebspotenziale. Keine andere Organisationsstrategie eröffnet derzeit nach Ansicht der Branchenexperten größere Marktchancen. Der Grund: Für 73 Prozent der Deutschen ist eine großzügige und kulante Schadenregulierung das wichtigste Auswahlkriterium beim Abschluss einer Police. Vornehmlich auf den Preis schaut dagegen weniger als die Hälfte. Dass ein professionelles Schadenmanagement die Kundenbindung stärkt, davon sind 92 Prozent der Manager überzeugt. Das ist das Ergebnis der Studie „Stau-Atlas: Schaden- und Unfallmanagement“ des IMWF Instituts für Management- und Wirtschaftsforschung im Auftrag des Bera-

fungung müssen sich alle Modelle erfolgreich umfassenden Funktions- und Sicherheitstests stellen, bevor sie das Secoder-Siegel des ZKA erhalten. So auch die zertifizierten preiswerten Secoder-Chipkartenleser, die der DSV den Instituten jetzt anbietet. Ein wichtiges Sicherheitsmerkmal ist die eingebaute Firewall, die Karte und Geheimzahl des Nutzers schützt. Das neue Lesegerät ist mit bisherigen Kartenanwendungen kompatibel und eignet sich auch für den Altersnachweis im Internet und die qualifizierte elektronische Signatur. Außerdem unterstützt es das Laden der GeldKarte.

Zur Auswahl stehen zwei Modelle mit Leistungsumfang eines Klasse-3-Lesers, die bereits für künftige Anwendungen etwa im Onlinebanking vorbereitet sind. Daneben lässt sich der bisherige Kartenleser der Klasse 3 über ein kostenloses Firmware-Update auf den Secoder-Standard aktualisieren. Die Institute erhalten damit eine zukunfts-fähige Alternative zu den bisher angebotenen Lesern, die eine hohe Investitions- und Planungssicherheit bietet. Damit Sparkassen die Geräte mit wenig Aufwand vermarkten können, sind diese für ihre Kunden im SparkassenShop verfügbar – und für die Institute selbst im BusinessShop.

Mehr drin für Sparkassen bei mehrdrauf.de

Jugendliche erreicht man heute am besten im Web. Sparkassen können den Trend aufgreifen und mit einer neuen Plattform partizipieren. Im relaunten Jugendmarktkonzept ist „mehrdrauf.de“ Name und Versprechen eines der Kernprodukte, heißt es beim DSV. Der neue Auftritt löst seit Ende Dezember den S-Club ab. Jungen Kunden bietet er Interaktivität und Community-Gefühl.



„Mehrdrauf.de“: Das neue Portal für Jugendliche hat Ende 2008 den S-Club abgelöst.

Foto dpa

munen und kommunalen Unternehmen könnten sich die 75 bayerischen Sparkassen durch den Einsatz von Fioport Zahlungsverkehr mit attraktiven Angeboten im Bereich Zahlungsverkehr noch stärker profilieren“, betont der für das Kommunalgeschäft zuständige Verbandsreferent Alois Englmaier. Möglich ist dies, weil die Kosten für die Kontenverwaltung mit Fioport weit unter dem bisherigen Aufwand für die Verwaltung von Einzelkonten und Sparbüchern liegen. So ist nach den bisherigen Erfahrungen in den Sparkassen ein wirtschaftlich sinnvoller Einsatz der Software ab einem Bestand von mehr als 1000 Kautionskonten als gesichert anzusehen.

Neuer Name für das IZB Informatik-Zentrum

Das IZB Informatik-Zentrum, IT-Serviceanbieter für Banken und Finanzdienstleister, hat einen neuen Namen bekommen. Ab sofort heißt der IT-Dienstleister aus München „Finanz Informatik Technologie Service“ (FI-TS). Die Umbenennung soll die Zugehörigkeit zur Muttergesellschaft Finanz Informatik (FI), dem IT-Dienstleister der Sparkassen-Finanzgruppe, unterstreichen. Die Worte „Finanz“ und „Informatik“ stehen für die Verankerung im Mutterkonzern. „Technologie“ und „Ser-

vice“ und Softwarehauses PPI AG.

Die kundenorientierte Bearbeitung von Versicherungsschäden gilt dabei in allen Sparten als entscheidender Erfolgsfaktor. So schreiben etwa 93 Prozent der Fach- und Führungskräfte im Bereich der Lebensversicherungen einer professionellen Abwicklung der Leistungsfälle einen wesentlichen Beitrag zur Stärkung der Kundenbindung zu. Mit einer Zustimmung von 90 Prozent bleiben die Krankenversicherer nur leicht dahinter zurück. Die wichtigsten Erfolgsbausteine für ein kundenorientiertes Schaden- und Unfallmanagement sind nach Ansicht der Topentscheider eine großzügigere und kulante Regulierung (28 Prozent), eine schnellere Bearbeitung der Schadensanzeigen (27 Prozent) sowie geringere Kosten für den Kunden (19 Prozent).

Neue Chipkartenleser – ein sicheres Geschäft

Millionen Deutsche nutzen das Internet für Online-Einkäufe und -banking. Aber weitere Millionen tun es nicht – aus Sicherheitsbedenken. Mit dem Secoder-Chipkartenleser nehmen Sparkassen solche Ängste. Der Zentrale Kreditausschuss (ZKA) entwickelte ein einheitliches Konzept für einen universellen und sicheren Chipkartenleser, den sogenannten Secoder. Vor der Marktein-

Wie das neue Wendemagazin soll auch die Website die Jugendlichen je nach Lebensphase differenziert ansprechen. Geld-, Schul-, Ausbildungs- und Freizeitthemen treffen die jungen Lebenswelten, betonen die Experten beim DSV.

Extras wie Fotogalerie, Gewinnspiele und Downloads sollen nach Vorstellungen der Experten zum häufigen Besuch einladen. In der Rubrik Pinnwand werden Meinungen und Fragen geäußert. Geht es um Leistungen und Produkte der Sparkasse, wird die Resonanz ans Institut weitergeleitet. Ein Team im DSV beantwortet generelle Fragen. Die Serviceleiste bietet zudem Nützliches wie Geldautomaten- und Filialsuche. Banner, etwa zum Planspiel Börse, bindet das Institut mit wenigen Klicks selbst ein, genauso wie seine Kooperationspartner. Im Modul Votes stimmen Jugendliche zu verschiedenen Themen ab. Dass erstmals für die Nutzer eine Registrierung notwendig ist, macht nach DSV-Angaben nicht nur die Adressgenerierung leicht. Auch die Selektion der Kundendaten gelingt problemlos, so der DSV, über das integrierte Kundenmanagement-Tool mit zentraler Datenverwaltung. Resultat ist eine spezifische Zielgruppenansprache über E-Mail-Newsletter oder auch Printkampagnen. Statt eigenem Newsletter kann ein kostenloses Newsletter-

tool für jährlich acht zentral bereitgestellte Ausgaben, die das Institut leicht individualisieren kann, genutzt werden. Vier Newsletter zwischen den Magazinausgaben ziehen den Leser auf die Internetseite. Vier weitere Ausgaben fordern mit dem Hinweis auf die Highlights des neuesten Printmagazins zum Abholen in der Filiale auf.

Kommunalgeschäft per Finanz-Check intensiviert

Viele Institute bestätigen erhöhten Beratungsbedarf ihrer Kommunen und institutionellen Kunden, da diese die Haushalts- und Investitionsplanung auf den demografischen Wandel abstimmen und die Rechnungslegung modernisieren müssen. Dafür gibt es ab Frühjahr 2009 ein „erprobtes Sparkassen-Finanzkonzept“, so der DSV.

Um die Beziehungen zu den Kommunen zu stärken, startete im Juni 2008 in einer bundesweiten Pilotierung erstmalig das Sparkassen-Finanzkonzept Kommunen und Institutionelle. Die vom DSV neu entwickelten Medien integrieren zahlreiche Beratungshilfen: vom Detailanalysebogen über den Verkäuferleitfaden bis zu den Produkt- und Kundensteckbriefen. Das neue Online-Kommunalforum ermögliche Instituten, jederzeit schnell und gezielt Fachwissen untereinander auszutauschen, so die Einschätzung der Entwickler.

Die guten Ergebnisse aus der Pilotphase bestätigen nach Ansicht des DSV die Bedeutung des Finanzkonzepts für eine dauerhafte Stärkung der Partnerschaft in diesem Segment. Aus den Finanz-Checks folgten im Schnitt mehr als zwei konkrete Folgeaktivitäten, heißt es beim Verband. Als besonders positiv bewerten die Projektleiter von Sparkassen und Regionalverbänden, dass sich mehrheitlich Bedarfsfelder jenseits traditioneller Beratungsinhalte wie Kommundarlehnen oder Liquiditätsanfrage auftraten.

Aus den Feldern „Risiken absichern“ und „Immobilien und Liegenschaften entwickeln“ resultierten demnach etwa Anschlusstermine zu den Themen Absicherung von Rohstoffrisiken, Zins- und Schuldenmanagement, Umstellung auf „Doppik“, Stiftungsgründung und Prüfung von Public-Private-Partnership-Modellen für ein Straßenbauprojekt. 18 Sparkassen pilotierten das DSGV-Projekt, unterstützt von Regionalverbänden, Akademien und Verbundpartnern.

SüdLeasing automatisiert interne Geschäftsprozesse

Die SüdLeasing, ein Tochterunternehmen der Landesbank Baden-Württemberg (LBBW) und eine der größten deutschen herstellerunabhängigen Leasinggesellschaften, hat eine neue, serviceorientierte IT-Architektur eingeführt. E-Lease oder „electronic leasing process“ heißt das Projekt, mit dem sämtliche Geschäftsprozesse im Unternehmen vereinheitlicht und optimiert wurden. Die bereits jetzt feststellbaren Ergebnisse: mehr Effizienz und höhere Servicequalität. Hinzu kommen erhebliche Einsparpotenziale. In der Stuttgarter SüdLeasing-Zentrale rechnet man bereits für 2008 mit rund 1,5 Millionen Euro weniger Verwaltungskosten.

E-Lease, das zusammen mit der Firma Oracle konzipiert und realisiert wurde, ist zentraler Baustein des Zukunftsprogramms „Fit 4Future“, mit dem sich die SüdLeasing noch kompakter aufstellen und für eine weitere Marktdurchdringung wappnen will. Kernelemente sind ein leistungsstarkes Dokumentenmanagement, das mit der Einführung einer einheitlich aufgebauten „elektronischen Akte“ und einem integrierten Workflow-Management einhergeht, sowie künftig ein effektives CRM-System für den Vertrieb.

Mit Hilfe der Service-Oriented-Architecture gelang es, dieses Vorhaben in kurzer Zeit umzusetzen und damit durchgängige Geschäftsprozesse zu ermöglichen. Dies bedeutet unter anderem, dass die SüdLeasing-Mitarbeiter die Situation ihrer Kunden nun schneller, umfassender sowie nach einheitlichen, nachvollziehbaren Kriterien beurteilen können. Das Resultat sind einfachere, elektronisch unterstützte Entscheidungsprozesse für kundengerechte, maßgeschneiderte Lösungen. Nicht zuletzt leistet E-Lease einen wesentlichen Beitrag zur Zusammenführung der 22 nationalen SüdLeasing-Standorte und legt damit einen Grundstein für eine gemeinsame IT-Welt der internationalen Standorte. DSV