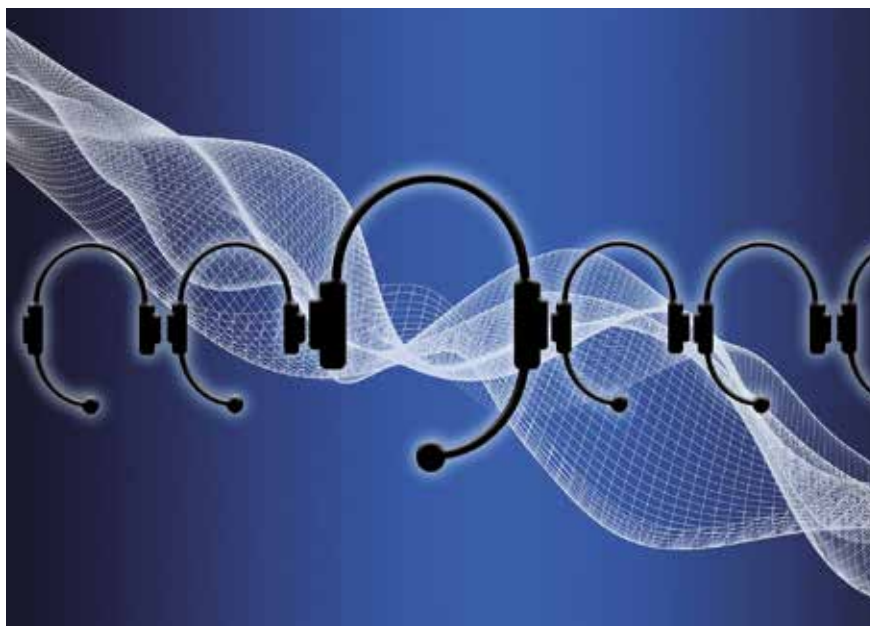


# Service-Center: Unterstützung für Volks- und Raiffeisenbanken

*Für die Volks- und Raiffeisenbanken bedeutet Corona den Wandel von der Filialbank zur digitalen Regionalbank.* Ein steiniger Weg, der ohne neue Prozesse, vielfältige Vertriebskanäle und passende Partner nur schwer zu bewerkstelligen ist. Wie ein externes Service-Center den Wandel aktiv unterstützen und wie eine gute Arbeitsteilung aussehen kann.



*Autor:  
Waltraud Höfer,  
Mitglied der  
erweiterten  
Geschäftsleitung  
Serviscope*



Das Privatkundengeschäft der Volks- und Raiffeisenbanken befindet sich mitten in der digitalen Transformation: Der demographische Wandel beschleunigt das schleichende Filialsterben. In unserer digitalen Welt wünschen sich Kunden vielfältige Zugangswege zur Bank: Online, offline, übers Telefon, Chat oder Vermittler-Plattformen. Und das rund um die Uhr! Die Herausforderung: eine digital-persönliche Service- und Beratungslösung über alle Kanäle nahtlos zu integrieren – Stichwort Omnikanal-Banking. Es geht darum, ein unmittelbares Nutzungserlebnis für den Kunden zu schaffen – frei von Rückfragen und bürokratischen Verzögerungen seitens der Bank.

## *Kundennähe im digitalen Zeitalter*

Dabei erwarten die Kunden mehr als ein Standardprodukt – es gilt, ihnen eine durchgängige Customer Journey mit einer positiven Customer Experience zu bieten. Sie wünschen sich individuelle Begleitung und Beratung in ihrer jeweiligen Lebenswelt. In dieser Situation ist ihnen der per-

sönliche Ansprechpartner weiterhin wichtig. Jemand, der ihnen weiterhilft und offene Fragen klären kann. Doch leichter gesagt, als getan. Vielfach fehlen die Ressourcen, um seinen Kunden, am besten rund um die Uhr, mit Beratung und Support zur Verfügung zu stehen. Zudem braucht die Bank spezifisches Fachwissen und Know-how rund um elektronische Zugangswege, zum Beispiel zu technischen Fragen im Electronic Banking.

## *Arbeitsteilung durch Business Process Outsourcing*

Die Lösung: Arbeitsteilung. Als zentraler Dienstleister für Business Process Outsourcing (BPO) in der Genossenschaftlichen FinanzGruppe unterstützt Serviscope

Volks- und Raiffeisenbanken 24 Stunden, an sieben Tagen die Woche, mit Privat- und Firmenkundenservices, wie im Bereich Electronic Banking Support, bei Fragen zu Händlerterminals oder Payment-Programmen. Das Leistungsangebot des Servicecenters für Banken ist modular aufgebaut und kann im Voll- oder Teil-Outsourcing bezogen werden. Dabei arbeitet Serviscope direkt auf der Banken-IT agree21 – der gleichen Software-Plattform wie seine Kunden. „Das ist besonders wichtig: Ein gemeinsames digitales Ökosystem aller beteiligten Partner, um nahtlose und transparente Prozesse zu gewährleisten sowie Services fallabschließend bearbeiten zu können“, hebt Frank Erb, Vorstandssprecher Serviscope, hervor.

Auf Arbeitsteilung im Verbund setzen wiederum auch Serviscope und die Fiducia & GAD IT AG, einer der größten IT-Dienstleister Deutschlands: In ihrem gemeinsamen Business-Process-Outsourcing-Modell bearbeitet Serviscope die Prozesse der Banken. Je nach Bedarf wird das interne Team in der Bank im Überlauf unterstützt, das Servicecenter übernimmt Teilprozesse – oder stemmt das komplette KundenServiceCenter für Privatkunden einer Bank. Damit alles reibungslos abläuft, kümmert sich die Fiducia & GAD um IT und Prozessadministration im Hintergrund. Ein erfolgsversprechendes Modell, das jederzeit ein einheitliches Kundenerlebnis gewährleistet, unabhängig ob Bank oder externes Servicecenter im Hintergrund agieren.

### *Veränderung der Rolle der IT*

Mit der neuen Rolle der Banken verändert sich auch die Rolle der IT grundlegend: Sie bildet nicht mehr nur Geschäftsprozesse ab, sondern muss neuartige Service-Ideen und gar neue Geschäftsmodelle gestalten. Für IT-Dienstleister bedeutet das, sich im Idealfall zu Digitalisierungspartnern weiterzuentwickeln. Fiducia & GAD ist gerade mittendrin in diesem Prozess und arbeitet an einer technologisch offenen Plattform, die jeweils benötigte Informationen aus verschiedenen Quellsystemen von beteiligten Partnern zusammenführt – datenschutzkonform, versteht sich! Das Ziel dahinter: Eine Grundlage für regionale Ökosysteme der Genossenschaftsbanken zu schaffen. So können Banken gemeinsam mit externen Partnern eine

neue digitale Banking-Welt gestalten. Dieser strategische Kurswechsel hin zur Modularität der Lösungen zielt in doppelter Weise auf mehr Kundennähe – und zwar auf schnellere Marktreife und auf maximale Bedarfsorientierung für neue Lösungen.

### *Outsourcing bekommt einen neuen Stellenwert*

Im Digitalisierungsprozess von Banken spielen also IT und externe Partner eine nicht unbedeutende Rolle. Dazu gehören veränderte, standardisierte Prozesse, um das Outsourcing von einzelnen Services oder ganzen Geschäftsfeldern realisieren zu können. „Unser Motto im gemeinsamen BPO-Modell mit der Fiducia & GAD: zuerst IT und Automation, dann Prozessoptimierung, dann Auslagern der Prozessbearbeitung.“

Durch die Notwendigkeit, die strategische Weiche zu stellen, hat die Bank zunächst mehr Aufwand. Aber danach entfaltet sich der große Nutzen: Ein Dienstleister wie Serviscope bringt hier sein spezifisches Produktions-Know-how ein. Teilbereiche des Tagesgeschäfts einer Bank kann er höchst effizient und auf einem gleichbleibend hohen Serviceniveau erledigen. Das spart der Bank Kosten“, berichtet Frank Erb.

### *Der Kunde steht wieder im Mittelpunkt!*

So kann Outsourcing von Services nicht nur das Angebot der Bank durch umfas-

sendere Servicezeiten oder weitere Servicekanäle erweitern, es trägt auch dazu bei, Mitarbeiter zu entlasten und die Service- und Beratungsqualität in der Bank zu verbessern. „Durch Outsourcing können Banken ihre Kapazitäten intelligent steuern. Ziel ist es, die Bank von nicht geschäftskritischen Prozessen zu entlasten. So kann sie sich besser auf ihre Kernaufgaben konzentrieren. Eine Win-Win-Situation für alle Beteiligten!“, so Erb. Endlich steht der Kunde wieder im Mittelpunkt!

### *Ausblick*

Fest steht: Volks- und Raiffeisenbanken müssen zukünftig gleichberechtigt in der On- und Offline-Welt vertreten sein und ihren Kunden möglichst 24/7 auf deren jeweils präferierten Zugangswegen zur Verfügung stehen. Bereits Ende 2019 war im Handelsblatt zu lesen: „Die Filiale in ihrer heutigen Form hat weitgehend ausgedient, die Zahl der Zweigstellen wird weiter sinken.“ Trotz allem werden sie wohl nicht komplett aus dem Straßenbild verschwinden. Aber: Ihre Aufgaben werden sich grundlegend ändern: Es geht weg von der täglichen Dienstleistung hin zum Verkaufs- und vor allem zum Beratungspunkt für komplexe Produkte.

Banken müssen sich zukünftig auf ihre Kernkompetenzen konzentrieren. Dabei wird die Kenntnis der regionalen Gegebenheiten für Genossenschaftsbanken mehr und mehr zum entscheidenden Wettbewerbsfaktor werden. Letztendlich geht es darum, Filialbanken zu einer „digitalen Regionalbank“ zu entwickeln.