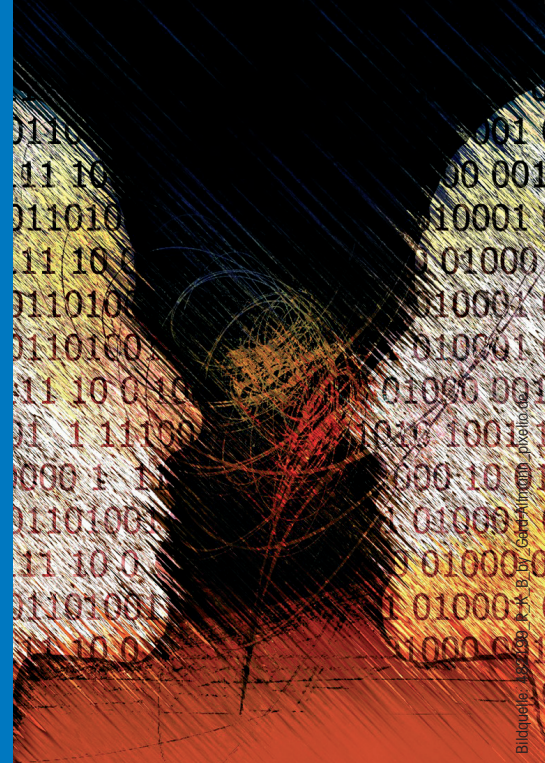


# „Unser Ziel war immer eine Integration im Bankensystem“

Interview mit Ute Kohler



Als die Berliner Volksbank im Jahr 2000 erweiterte Call-Center-Dienstleistungen anbieten wollte, gab es bei der Fiducia noch keine Anwendung, die die Integration in das Banksystem ermöglichte. Das hat sich mittlerweile geändert. Mit „agree BAP: KundenServiceCenter“ entfallen bisherige Doppelarbeiten und immer wieder nötige Anpassungen etwa bei gesetzlichen oder technischen Änderungen. Gleichzeitig wird – unabhängig von den genutzten Zugangskanälen – die ganzheitliche Sicht auf den Kunden möglich. Red.

tungen zu entlasten. Doch schnell war klar, dass wir das Potenzial der telefonierenden Bankkaufleute für die vertriebsorientierte Betreuung nutzen wollen. Heute beantworten wir Fragen rund um das Vertriebsnetz, zu den Produkten und Dienstleistungen der Bank sowie zu individuellen Anliegen.

Zusätzlich bieten wir allen legitimierten Kunden Services rund um das Konto an, wie zum Beispiel Zahlungsverkehrstransaktionen wie Überweisungen (Sepa-, Eil-, und Terminüberweisungen) und Lastschrift-rückgaben. Die Mitarbeiter erledigen außerdem kompetent Nachforschungen, Kartensperren und Adressänderungen und geben

Auskünfte über Kontostände, Umsätze und zum Freistellungsauftrag.

Darüber hinaus können Kunden ihre Wertpapierorders telefonisch tätigen. Kurz gesagt, wir bieten einen vollumfänglichen Informationsservice zu allen Dienstleistungen und Produkten der Bank an. Zudem sind wir auch Kompetenzzentrum für alle Fragen zum Onlineservice. Also alles rund um das Internet, Zahlungsverkehrsprogramme und die Kartenterminals im Einzelhandel.

## **bm** Seit wann gibt es bei der Berliner Volksbank überhaupt ein Call-Center?

Seit nunmehr 13 Jahren können sich unsere Kunden auch über die Filialöffnungszeiten hinaus an uns wenden. Die Verwandlung zur Filiale am Telefon, mit deutlich erweitertem Serviceangebot, haben wir bereits im Jahr 2000 vollzogen.

## **bm** Wie hat sich die Aufgabenstellung im Lauf der Zeit verändert, und welche Aufgaben übernimmt das Call-Center heute?

Begonnen haben wir zunächst damit, den Vertrieb von administrativen Serviceleis-



Ute Kohler, Bereichsleiterin Direkte Vertriebswege, Berliner Volksbank eG, Berlin.

## **bm** Von welchem Anrufaufkommen (Inbound/Outbound) sprechen wir dabei?

Jährlich bearbeiten die Mitarbeiter im Call-Center durchschnittlich 750 000 Anrufe, führen 45 000 Outbound-Gespräche und beantworten 39 000 Mails. Das sind pro Mitarbeiter rund 100 Aufträge, die er täglich meistert.

## **bm** Welche Anforderungen an die Technik gibt es dabei?

Für dieses Pensum gibt es drei wesentliche Anforderungen. Die Technik muss zuverlässig, schnell und benutzerorientiert sein.

## **bm** Wie war das Kunden-Service-Center der Berliner Volksbank

**vormals ausgestattet und warum wollte die Berliner Volksbank ein neues System?**

Bis zur Einführung von „agree BAP: KundenServiceCenter“ arbeiteten wir mit „Mentor“, einer speziell für uns entwickelten und programmierten Call-Center-Anwendung. Diese war aber nicht in das Banksystem integriert – für Transaktionen sorgten Schnittstellen zum Banksystem (Host).

Darüber hinaus mussten die Kunden- und Kontodaten täglich neu in das System geladen werden. Zudem waren laufend Anpassungen nötig, um beispielsweise gesetzlichen Änderungen oder neuen vertrieblichen Herausforderungen gerecht zu werden. Und damit haben wir auch schon die Hauptgründe für den Wechsel auf „agree BAP: KundenServiceCenter“.

Als sich die Berliner Volksbank im Jahr 2000 für die Erweiterung des Call-Center-Angebots entschied, hatte die Fiducia, unser Verbundpartner für IT-Lösungen, leider noch keine entsprechende Anwendung. Unser Ziel war es aber immer, möglichst eine Integration des Call-Center-Frontends im Bankensystem zu erreichen. Mit der aktuellen Version von „agree BAP: KundenServiceCenter“ wurde genau dieses Ziel erreicht.

**Seit wann arbeiten Sie mit der Fiducia-Lösung?**

Nach einem Vorprojekt zum Abgleich unserer Anforderungen an eine Call-Center-Anwendung mit den Inhalten der angebotenen Lösung startete Mitte 2008 das gemeinsame Projekt. In diesem Rahmen wurden notwendige Funktionserweiterungen wie zum Beispiel die Schaffung einer Outbound-Funktion, eine

**„Mitarbeiter im Call-Center haben jetzt die gleiche Sicht auf den Kunden wie die Mitarbeiter vor Ort.“**

„Freie-Zeit-Suche“ für Terminvereinbarungen und viele Handling-Verbesserungen im Inbound in Fachkonzepten beschrieben und anschließend von der Fiducia technisch umgesetzt.

Diese Umsetzung wurde von der Berliner Volksbank in der Entwicklungsumgebung der Fiducia getestet und final abgenommen. Bereits sechs Wochen vor dem Migrationstermin wurden unsere Mitarbeiter in umfangreichen Schulungen auf den Umgang mit der neuen Anwendung vorbereitet. Das war nicht einfach, denn die Schulungen mussten parallel zum normalen Betrieb durchgeführt werden.

Eine weitere Herausforderung war die Information der Kunden. Immerhin mussten rund 170 000 Kunden mit neuen Legitimationsunterlagen ausgestattet werden. Auf technischer Seite wurde für die Migration mit „agree Voice“ eine neue Telefoniesoftware eingeführt und das Kunden-Service-Center mit neuen Telefonapparaten und Headsets ausgestattet. Mit der „agree BAP Version 3.5“ wurden die wesentlichen Anforderungen der Bank umgesetzt, so dass am 26. Oktober 2009 die Altanwendung abgeschaltet werden konnte und die Bank seitdem mit „agree BAP: KundenServiceCenter“ arbeitet.

**„Verändert hat sich der Gesprächsinhalt. Kunden und Interessenten informieren sich vorab und wenden sich dann mit komplexen Fragen an uns.“**

**Welche Vorteile bietet das neue Konzept?**

Die Mitarbeiter im Call-Center haben jetzt die gleiche „Sicht auf den Kunden“ wie die Mitarbeiter in den Vertriebseinheiten vor Ort. Bisher notwendige Systemwechsel während des Kundengesprächs wurden minimiert. Da-

rüber hinaus besteht nun die Möglichkeit, Kampagnen über alle Vertriebswege von der Filiale über das „KundenServiceCenter“ bis hin zur Internetkommunikation in einem einheitlichen System abzubilden und die Ergebnisse aus den jeweiligen Kundenkontakten so allen Mitarbeitern zu Verfügung zu stellen.

**In welchem Umfang werden im Internetzeitalter noch Standardservices wie die telefonische Kontostandsabfrage oder Überweisungen per Telefon genutzt?**

Unsere Kunden greifen nach wie vor gern zum Telefonhörer; das persönliche Gespräch ist ihnen wichtig. Das belegen auch die stabil bleibenden Anrufrufen. Verändert hat sich der Gesprächsinhalt. Kunden und Interessenten informieren sich vorab und wenden sich dann mit komplexen Fragen an uns.

**Wird auch telefonische Beratung nachgefragt? Wie wird das technisch gelöst?**

Telefonische Beratung wird zu allen Leistungen der Bank eingefordert. Eine Beratung im Sinne des Wertpapierhandelsgesetzes ist jedoch nur in unseren Beratungszentren möglich.

**Mit welchen Anliegen wenden sich die Kunden per E-Mail an die Bank?**

Die schriftlichen Anfragen unterscheiden sich nicht von den Wünschen der Anrufer.

**Welche Trends sind hier zu beobachten?**



### Das Call-Center der Berliner Volksbank



Die Anzahl der eingehenden E-Mails ist seit Jahren nahezu stabil mit einer leichten Steigerung.

Was sich ändert, ist das Kommunikationsverhalten. Der Dialog und die Interaktion stehen im Vordergrund und werden eingefordert. Neben der lokalen Präsenz bestreitet die Berliner Volksbank seit Januar mit einem Unternehmensblog, einer Seite bei Facebook und mit Twitter neue Kommunikationswege.

### **bm** Wie sieht das Sicherheitskonzept im Call-Center aus?

#### Das Kunden-Service-Center der Berliner Volksbank in Kürze

- etwa 70 Mitarbeiter,
- täglich gehen über 3 500 Anrufe ein, an Spitzentagen wie Monatsultimo bis zu 5 000 Anrufe,
- 2010 wurden etwa 43 000 Termine für Beratungsgespräche in den Vertriebseinheiten vereinbart.

Sobald ein legitimationspflichtiger Geschäftsvorfall aufgerufen wird, leitet der Agent den Kunden für die Bevollmächtigung mittels VR-Net-Key an den Legitimationsrechner der Fiducia weiter.

Der Kunde wird anschließend mit dem Hinweis auf die erfolgreiche Legitimation wieder zum Mitarbeiter im Kunden-Service-Center verbunden. Dabei wird gleichzeitig überprüft, auf welche Konten der Anrufer in welchem Umfang zugreifen darf. Zusätzlich wird die Sicherheit noch erhöht, indem legitimierte Kundenaufträge aufgezeichnet werden.

### **bm** Wird auch Outbound angewendet, und wenn ja, für welche Aktivitäten?

Unser Outboundteam befragt die Kunden nach ihrer Zufriedenheit und unterstützt darüber hinaus die bankweiten Kampagnen mit einer strukturierten vertrieblischen Ansprache selektierter Kunden. Ziel hierbei: Beratungstermine für die Kunden in den Vertriebseinheiten zu vereinbaren.

### **bm** Wie stellen Sie sicher, dass die Outbound-Aktivitäten geltendes Datenschutzrecht berücksichtigen?

Wir halten uns selbstverständlich an die geltenden rechtlichen Vorschriften und beachten die Zustimmung der Kunden. Diese sind schon bei Kontoeröffnung eingeholt.

Bestehende Verträge werden nach Rücksprache mit dem Kunden entsprechend aktualisiert. Wir sind beratend tätig und machen auf Neuerungen aufmerksam. Der Produktverkauf findet in unseren über 130 Standorten durch die Berater vor Ort statt.

### **bm** Predictive Dialers sind sicher nicht im Einsatz?

Nein, sie sind nicht im Einsatz.

„Die Einwilligung für Outbound-Aktivitäten wird schon bei Kontoeröffnung eingeholt.“

### **bm** Hat sich die Akzeptanz von Outbound-Calls bei den Kunden in letzter Zeit verändert?

Aus unseren regelmäßigen Kundenumfragen wissen wir, dass die Kunden sogar noch intensiver von uns informiert werden möchten.

### **bm** Sehen Sie bei der neuen Lösung noch weiteres Verbesserungspotenzial?

Das Feedback ist durchweg positiv. Wir sehen aber auch noch weiteres Potenzial zur Verbesserung hinsichtlich der Handhabung und der Einführung von weiteren Plausibilitätsprüfungen. Wir werden daher weiterhin eng mit der Fiducia sowie anderen Volksbanken zusammenarbeiten, um die Weiterentwicklung voranzutreiben.