

# GLS Bank: Per Online-Abschluss zu Neukunden

Von Andreas Neukirch und Annette Bohland



**Die Zeit, in der der Kunde Info-Material anfragt und dann Response-Elemente zurückschickt, ist vorbei, meinen Andreas Neukirch und Annette Bohland. Für eine Nischenbank wie die GLS Gemeinschaftsbank ist der Online-Vertrieb deshalb von besonderer Bedeutung – schon um im Service mit den hohen Wachstumsraten der Bank mithalten zu können. Im Juli 2008 wurde deshalb zumindest für Bestandskunden der Online-Abschluss ohne Medienbruch installiert. Wirklich neu ist das sicher nicht. Dass dies aber in Kürze für alle Angebote der Bank gilt, sehen die Autoren als Alleinstellungsmerkmal an. Schon in der Startphase hat sich das neue Serviceportal bewährt: Unter den Abschlüssen sind vor allem solche von Neukunden.** Red.

Das Internet war für die GLS Bank schon immer ein wichtiges Medium im Kundenkontakt. Aber erst mit Einführung des Serviceportals werden dessen Möglichkeiten voll genutzt. Früher war das Internet ein reines Informationsmedium. Später wurde ein Formular-Center eingerichtet, in dem sich die Kunden Formulare herunterladen konnten. Aber auch das war eher umständlich: Die Formulare mussten ausgedruckt, teilweise von Hand ausgefüllt und zurückgesandt werden. Durch das neue Service-Portal ist der Weg zu uns sehr viel schnell-

ler und einfacher geworden. Die Kunden können Abschlüsse – von Anlageprodukten bis zur Kontoeröffnung – jederzeit online fallabschließend vornehmen.

## Geringe Abbruchquoten

Aus Kundensicht wurde der Service dadurch erheblich verbessert. Zwar bieten wir bereits Anrufzeiten bis 20 Uhr, aber viele Kunden möchten eben auch am Wochenende oder abends ihre Bankgeschäfte erledigen. Das geht jetzt mit dem neuen Service-Portal 24 Stunden und bequem von zu Hause aus. Wir spüren immer mehr: Die Zeiten ändern sich. Immer mehr Kunden möchten jederzeit und vor allem sofort ihre Anliegen erledigt wissen. Und immer mehr Kunden nutzen dafür das Internet. Es ist schnell, unkompliziert und bequem.

Wir gehen davon aus, dass bereits im Jahr der Einführung unseres Service-Portals 30 Prozent der internetinteressierten Kunden – also derjenigen, die die Bank zuvor über das Formular-Center kontak-

tierten – diesen qualifizierten Weg der Soforterledigung wählen werden. Denn hier bekommen sie sofort das, was sie wollen. Die positive Kundenresonanz spiegelt sich auch in der geringen Abbruchquote wider.

Mit bestehenden Kunden wurde ein Kundenstammvertrag geschlossen. Sie können einfach mit der PIN alle Bankgeschäfte via Internet erledigen. Nichtkunden werden durch das Service-Portal geführt, drucken sich parallel ihre Formulare aus, gehen damit zur Post, legitimieren sich am Schalter und schicken uns per Post die gesamten Unterlagen zu. Danach können auch sie mit der PIN-Legitimation papierlos arbeiten.

Ein Vorteil für die Bank ist: Alle Aufträge landen sofort in der Markfolge, in der Prozess- und Workflow-Lösung m-Call. Damit ist das Service-Portal auch Teil der Multi-Kanal-Strategie. Denn ganz gleich, auf welchem Wege ein Auftrag in die Bank kommt – ob telefonisch, über das Internet oder via Beraterkontakt – er wird in der Markfolge Passiv immer auf die gleiche Weise weiterverarbeitet.

## Zu den Autoren

**Andreas Neukirch** ist Mitglied des Vorstands, **Annette Bohland** Marketing-Leiterin der GLS Gemeinschaftsbank eG, Bochum.

## Reaktion auf hohe Wachstumsraten

Das Service-Portal ermöglicht es zudem, mit einem stark wachsenden Kundeninteresse Schritt zu halten. Die GLS Bank kann seit vielen Jahren starke Wachstumsraten

verzeichnen, im letzten Jahr allein über 25 Prozent. Und natürlich wird alles dafür getan, um das Tempo der Kunden aufzunehmen.

Mit dem Service-Portal kann der Erledigungserfolg der Kunden deutlich erhöht werden, da sie bei jeder Aktivität schneller zum Erfolg kommen. Für die Bank werden gleichzeitig Doppelprozesse vermieden. Wird bei einer Informationsanforderung sonst der Vertrag hin- und hergeschickt, ist das jetzt nicht mehr nötig. Ein ganzer Prozesslauf wird gespart, bei bestehenden Kunden sind es sogar zwei Schritte.

Mit dem Service-Portal ergeben sich somit auf der einen Seite Ertragsmöglichkeiten, auf der anderen Seite auch Prozessoptimierungen und Verbesserungen der Prozesskosten. Und das einzelne Angebot, das nun auf diesem Wege abschließbar ist, löst letztendlich geringere Stückkosten aus.

### Gesicherte Datenqualität

Früher waren Aufträge, die über das Internet hereinkamen, oft unvollständig oder falsch. Heute sind die Mitarbeiter in der Marktfolge sehr froh: Die Aufträge landen jetzt „sauber“ bei ihnen und lassen sich reibungslos abarbeiten. Jeder Kunde musste früher die Formulare nach eigenem Gutdünken herunterladen, ausfüllen und zurücksenden, eine Kontrolle auf Vollständigkeit oder Richtigkeit fand nicht statt. Oft wurden beispielsweise nicht alle Teile zurückgesandt oder der Kunde vergaß, sich zu legitimieren.

Das passiert mit dem Service-Portal der Process Innovation AG nicht mehr so häufig. Hier finden beim Ausfüllvorgang Rückversicherungen und Plausibilitätsprüfungen statt, sodass die Aufträge nun vollständiger als früher eingehen. Das ist ein riesiges Plus. Die Software sichert die vollständige

und korrekte Datenerfassung und sorgt dafür, dass die eingehenden Aufträge so vorbereitet sind, dass sie ganz einfach verarbeitet werden können.

Zudem mussten bei der Vorbereitung des Einpflegens der Angebote in das Serviceportal alle Vorgänge noch einmal aus der Perspektive unserer Kunden durchleuchtet werden. Ein Vorgang, der intern ausgesprochen prozessoptimierend wirkte. Einige Mitarbeiter außerhalb der Hauptstelle möchten jetzt ebenfalls die Möglichkeit nutzen, für ihre Kunden auf dem Internetweg Verträge abzuschließen.

### Möglichst für alle Angebote

In der ersten Phase der Einführung des Serviceportals wurden die Standardangebote definiert. Dies ist ungefähr 80 Prozent des Angebots. Ein paar Details, wie bei-

Dabei funktioniert das Einbinden neuer Angebote schnell und einfach. Es lässt sich im Hause, praktisch im Baukastensystem, vornehmen. Sind die Kundendaten und andere Fragen einmal integriert, stehen sie auch weiteren Anwendungen zur Verfügung, sodass die Einbindung relativ unaufwendig ist und innerhalb weniger Stunden abgeschlossen ist.

Momentan ist das Internet der Vertriebskanal mit den meisten Zuwächsen. Das Serviceportal ist da eine große Unterstützung. So gehen pro Monat etwa 500 bis 700 Aufträge ein, die letztendlich auch zu Produktabschlüssen führen. Wenn dieses Serviceangebot jetzt noch forciert wird, beispielsweise durch gezieltes Bewerben, gehen wir davon aus, dass die Quote stark steigt.

### Mehr Abschlusserfolge aus Anfragen

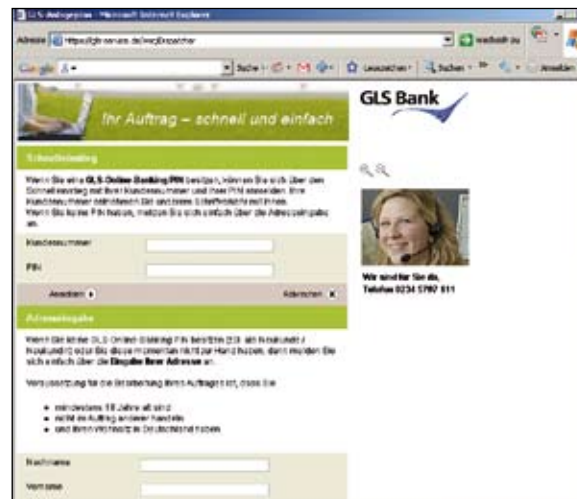
Die Bank verzeichnet ungefähr 1 000 Geschäftsanfragen pro Tag, wovon etwa 700 bis 800 telefonische Anfragen sind. Davon wurden bisher viele über Internetkontakt vorbereitet, allerdings ohne Abschluss – und das wird sich verschie-

ben. Als bundesweit tätige Bank, die ihren Vertrieb über Filialen, Telefon, Internet und Post steuert, stellt die GLS Bank ihren Kunden viele Eingangskanäle zur Verfügung. Wir rechnen jetzt damit, dass wir in ein, zwei Jahren zu 50 Prozent auf dem Internetweg angefragt werden und in

den meisten Fällen dann auch zu Lösungen kommen.

Ein deutliches Serviceplus für unsere Kunden wäre es, wenn auch Neukunden ohne großen Aufwand direkt online abschließen könnten. Dafür müsste aber eine Möglichkeit der Legitimationsprüfung unabhängig von der Unterschrift gefunden werden. Im Moment ist das leider noch nicht möglich. Aber wir arbeiten daran.

### Das Internetportal der GLS Bank



spielsweise das Thema „Gemeinschaftskunden“ bei der Kontoeröffnung, haben wir noch nicht detailliert abgebildet, werden dies aber in den nächsten Monaten tun.

Ziel ist es, dass möglichst viele Angebote über das Service-Portal angenommen werden können. Schon jetzt werden die Bankgeschäfte in sehr breitem Umfang abgebildet. Das ist ziemlich einzigartig. Und wir wollen das ausbauen.