

Internet-Filiale 6 mit Responsive Design

Von Guido Jahnke und Olaf Körber



Seitdem die Sparkassen im Jahr 2003 das Online-Banking eingeführt haben, wurde das digitale Angebot kontinuierlich erweitert. So liegt die „Internet-Filiale“ nunmehr in der sechsten Version vor. Wichtigste Neuerung ist das Responsive Design, die Anpassung aller Endgeräte mit nur einer Version. Auch der Online-Vertrieb wurde mit Blick auf mobile Endgeräte weiter ausgebaut. Red.

Was ist eigentlich Nähe? „Die räumliche Nähe zum Kunden“, lautete noch vor wenigen Jahren die Antwort von Kreditinstituten oder Handelsunternehmen. Aber diese Antwort muss im digitalen Zeitalter anders lauten. Soziale Komponenten wie Zuneigung oder Zusammengehörigkeit sind bedeutsamer geworden. Banken und Sparkassen stehen vor der zentralen Herausforderung, ihren althergebrachten Wettbewerbsvorteil der persönlichen Nähe in die digitale Welt zu übertragen. Denn Kunden treten heute fast ausschließlich via Online-Banking mit ihrem Kreditinstitut in Kontakt, um etwa den Kontostand abzufragen oder Überweisungen zu beauftragen. Den Weg in die Filiale finden sie immer seltener.

Die zentrale Plattform für Online-Banking in der Sparkassen-Finanzgruppe ist die Internet-Filiale. Mit der neuesten Genera-

tion, der Internet-Filiale 6, bieten Sparkassen ihren Kunden nun ein zeitgemäßes Angebot mit dem einheitlichen Zugriff übers Smartphone, Tablet oder PC.

Bereits seit 2003 können Sparkassen-Kunden mit der Internet-Filiale das Online-Banking nutzen. Sie ist tief in die Gesamtbanklösung OS-Plus integriert und bietet weitreichende Unterstützung für die gezielte Kundenansprache über alle Vertriebswege. Als verantwortlicher IT-Dienstleister der Sparkassen-Finanzgruppe hat die Finanz Informatik (FI) die Internet-Filiale als zentrale Plattform für den Online-Vertrieb etabliert.

Seit 2003 kontinuierlich weiterentwickelt

Im Laufe der Jahre hat der Dienstleister die Lösung technisch weiterentwickelt und neue Funktionalitäten integriert. Sie deckt online den kompletten Vertriebsweg ab und bietet Produktinformationen sowie Beratungs- und Abschlussfunktionen. Im Zuge der fortschreitenden Digitalisierung wurden zusätzliche Versionen realisiert wie etwa

die IF mobile. Diese erfüllt den Kundenwunsch, auch unabhängig von bestehenden App-Angeboten über das eigene Smartphone Online-Banking nutzen zu können.

Weitere Versionen wie fremdsprachige oder barrierefreie Internet-Auftritte haben den administrativen Aufwand ebenfalls deutlich steigen lassen. Denn notwendige technische oder redaktionelle Änderungen müssen parallel in allen laufenden Versionen umgesetzt werden.

Mit der gestiegenen Zahl der Kontaktpunkte zur Sparkasse ist auch die technische Unterstützung komplexer geworden. So kann die Internet-Filiale 5 die Anforderungen unterschiedlicher Endgeräte, etwa in Bezug auf die Darstellung auf dem jeweiligen Bildschirm, nicht adäquat unterstützen.

Responsive Design: eine Version für alle Geräte

Um Sparkassen und ihren Kunden zeitgemäßes Online-Banking zu ermöglichen, wurde deshalb auf Basis moderner HTML5-Webtechnologie eine neue Version der Internet-Filiale entwickelt. Das wichtigste Kennzeichen der Internet-Filiale 6 (IF 6) ist ein Responsives Design, das auf Basis eines neuen, modernen und endgeräteübergreifend einheitlichen Styleguides eine für die Display-Größe des jeweiligen Endgerätes optimierte Darstellung ermöglicht.

Zu den Autoren

Guido Jahnke, Bereichsleiter Region Mitte, **Olaf Körber**, beide Finanz Informatik GmbH & Co. KG, Münster

Zur Erreichung der vorgenannten Zielstellungen war der Einsatz eines neuen Redaktionssystems erforderlich. Hierbei hat sich die Finanz Informatik für die Lösung „Adobe Experience Manager AEM“ entschieden. Diese ermöglicht durch eine vergleichsweise einfachere Seitenbearbeitung (zum Beispiel mittels „drag & drop“-Funktionen) sowie den Umstand, dass nur noch eine für alle Endgeräte geeignete Auftrittsversion administriert werden muss, eine Reduzierung des laufenden Pflegeaufwands in den Sparkassen.

Neue Funktionen für den Online-Vertrieb

Darüber hinaus bestand ein wichtiges Ziel auch und insbesondere darin, bestehende Funktionen für den Online-Vertrieb weiter auszubauen. So sind

- die aktive Kundenansprache (selektionsbasierte Multikanal-Kampagnen, regelbasierte Kundenansprache)
- der Konsumentenkredit im Internet (KKI) und
- das Online-Baufinanzierungs-Modul

nunmehr auch auf mobilen Endgeräten nutzbar. Personalisierte Kundenansprachen können ab dem Sommer 2016 durch neue Elemente, die direkt an Konten im Finanzstatus oder auf der aus vertrieblicher Sicht sehr bedeutsamen Logout-Seite platziert werden können, noch gezielter erfolgen.

Die Möglichkeiten zur nahtlosen Integration vertrieblicher Inhalte und Funktionen der Verbundpartner wurden deutlich ver-

bessert und die Basis für die zunehmende Integration von OS-Plus-neo-basierten Multikanal-Geschäftsprozessen gelegt.

Das Online-Banking hat als besucherstärkster Bereich innerhalb der Internet-Filiale nach wie vor eine zentrale Bedeutung für den Kontakt zwischen Kunde und Sparkasse. Deshalb wurden auch hier diverse Erweiterungen umgesetzt, um die Übersichtlichkeit und Benutzbarkeit für Kunden weiter zu verbessern. Dies beinhaltet zum Beispiel eine neue deutlich aufgeräumtere Banking-Startseite, nur noch eine Umsatzanzeige für alle Konten sowie eine „Search-As-You-Type“-Funktion (SAYT) für gespeicherte Empfänger und Vorlagen.

Durchdachter Rollout

Um die von den Sparkassen geforderte Qualität und Praxisreife der IF 6 abzusichern, ging der eigentlichen Markteinführung eine umfangreiche Pilotierung und Praxisvalidierung mit ausgesuchten Instituten voraus. In enger Zusammenarbeit mit den Sparkassen konnten dabei bestehende Probleme erfolgreich gelöst und gleichzeitig weiteres Potenzial für Anpassungen erkannt werden. Erste technische Optimierungen erfolgten bereits im März und Juli dieses Jahres und stehen den Instituten im Rahmen des Rollouts zur Verfügung.

Die Pilotsparkassen nutzen bereits seit der vollständigen Migration (mobil und stationär) im Oktober 2015 die IF 6. Erste regionale Serien des deutschlandweiten Rollouts wurden zwischenzeitlich erfolgreich durchgeführt, sodass bis zum Jahresende mehr als die Hälfte der deut-

schen Sparkassen die neue Online-Version nutzen können. Der Rollout ist nach aktuellen Planungen bis zum Sommer 2017 abgeschlossen.

Im Anschluss an die durch die jeweiligen regionalen Sparkassenverbände koordinierte bankfachliche und strategische Vorbereitung eines Instituts steuert ein standardisierter Migrationsplan der Finanz Informatik alle erforderlichen Aktivitäten in einer Sparkasse von der Mitarbeiter-schulung über die Einrichtung der Basis-konfiguration und institutsspezifische Anpassungen bis hin zu Qualitätscheck und Endabnahme. Auf diesem Weg unterstützt die FI die Sparkassen, um einen reibungslosen Start des neuen Online-Tools zu gewährleisten.

Insbesondere das neue Redaktionssystem erfordert eine grundlegende Schulung der verantwortlichen Redakteure. Denn trotz der intuitiven Bedienbarkeit und der einfachen Seitenbearbeitung mittels „drag & drop“-Funktionen müssen die Redakteure neue Abläufe und Prozesse erlernen und anwenden können. Auch die Kundenbetreuer werden umfangreich über neue Funktionalitäten und geänderte Workflows informiert, sodass sie bei Kundenanfragen kompetent unterstützen können.

Im Rahmen der Einführung arbeitet die FI auch wieder eng mit dem Sparkassen-Finanzportal (SFP) dem zentralen Dienstleister für Kommunikation und digitale Services in der Sparkassen-Finanzgruppe, zusammen. SFP liefert dabei Inhalte in Text, Bild und Video für die IF 6 und unterstützt die Sparkassen ebenso bei der Implementierung von Kampagnen.

Die IF 6 ermöglicht den Sparkassen einen zukunftsfähigen und kundenorientierten Ausbau ihrer Multikanalstrategie unter Einbindung von endkundenbedienbaren OS-Plus-neo-Prozessen. Damit können sie auch zukünftig die persönliche Nähe zum Kunden online und mobil fortsetzen sowie den Kundenwünschen gerecht werden. ■

Kennen Sie auch unsere Fachbücher?

Unser Verlagsprogramm liegt für Sie bereit!

Fritz Knapp Verlag | Postfach 700362 | 60553 Frankfurt am Main
Fax: 069/707 84 00 | E-Mail: vertrieb@kreditwesen.de