

Ertragssicherung durch Datenqualität als Gesamtkonzept

Von Olaf Pulwey



Die Pflege der Kundendaten muss gerade im digitalen Zeitalter besondere Priorität haben, sagt Olaf Pulwey. Denn mangelnde Datenqualität ist eine wichtige Ursache dafür, dass Kreditinstitute Ertragspotenziale verschwenden. Dabei geht es zum einen um Vollständigkeit und Korrektheit, zum anderen auch um die richtige Zuordnung. Stimmt das alles, wird dadurch der Vertrieb gestärkt. Ohne IT-Unterstützung ist das jedoch meist nicht zu leisten. Dabei, so Pulwey, reicht das Angebot des Rechenzentrums nicht immer aus. Red.

Oft wird Finanzinstituten eine gewisse „Verstaubtheit“ unterstellt. Abteilungsübergreifend würden bestehende und teilweise veraltete Prozessmuster gepflegt, heißt es. Zu Unrecht, wie sich zeigt! Viele Institute brechen mit alten Traditionen, öffnen sich digitalen Optionen und nutzen damit ihre Chancen, ihre Erträge zu halten oder sogar zu steigern – sogar in schwierigen Zeiten wie diesen.

Jenen Banken und Sparkassen, die sich hingegen noch langsamer bewegen, sei mit auf den Weg gegeben: Der Vertriebserfolg und damit die Ertragssicherung von morgen kann nur gelingen, wenn das Fundament dazu schon heute sturmsicher und insgesamt zukunftsfähig angelegt ist. Dafür sind wichtige Vorarbeiten nötig. Zu allererst gilt es jedoch, sich von der traditionellen Denkweise zu verabschieden: Mit der Einstellung „Das haben wir immer schon

so gemacht“ kommen die Institute nämlich nicht weit.

Kundendaten mit Pflegepriorität

Warum das Beibehalten bisheriger Abläufe nicht immer hilft, lässt sich eindrucksvoll im Themenfeld „Kundendatenqualität“ beobachten. Erfolg und Misserfolg beginnen im Kleinen. Wie in der Mathematik sind anfängliche, vielleicht minimale Fehler die Grundlage für unlogische oder sogar gefährliche Ergebnisse aus einer Reihe komplexer Prozesse.

Ob eine Adresse nicht korrekt ist, ein Name falsch geschrieben, das Geburtsdatum fehlerhaft oder der Familienstand nicht aktuell: Oft entscheiden vermeintlich marginale Aspekte über den Ausgang eines Beratungsgesprächs – im Zweifelsfall

sogar darüber, ob ein solches überhaupt zustande kommt. Eine noch größere Dimension nimmt dieser Tatbestand ein, wenn Berater beispielsweise dem verheirateten Durchschnittsverdiener Standardprodukte anfragen, obwohl dieser im Betreuungsverbund mit seiner Ehefrau eindeutig in das Segment „Private Banking“ zuzuordnen ist. Wieviel größer wäre die Chance auf den Verkauf, wenn seine Kategorisierung stimmen würde? Wahrscheinlich fehlte im Datenbestand nur ein Datum oder die Information, dass der Kunde geheiratet hat.

Auf diese Weise lassen einige Banken und Sparkassen immer noch zahlreiche Potenziale liegen. Sie stützen einen Großteil ihres Erfolgs nach wie vor auf das Bringgeschäft und womöglich auf eine Datenbasis, der mitnichten die Pflegepriorität zugute kommt, die längst notwendig wäre.

Ganzheitlicher Ansatz gegen Potenzialverschwendung

Wie so oft ist ein ganzheitlicher Ansatz, also die Kombination der richtigen Lösungen und Konzepte, der Wegweiser heraus aus der Potenzialverschwendung. Was theoretisch jeder weiß, ist praktisch umso schwerer umzusetzen, denn Prokrastination droht: Angefangen bei dem Startschuss für eine Poten-



Olaf Pulwey, Mitglied des Vorstands, Foconis AG, Vilshofen an der Donau

zialanalyse bis hin zur gezielten Umsetzung im Anschluss an die Konzeptphase. Hier greift die goldene Regel des Projektmanagements. Wenn das Projekt ein Erfolg werden soll: erstens anfangen und zweitens konsequent dranbleiben!

Nicht selten zeigt sich dabei, dass es mit der Anpassung der Workflows allein nicht getan ist. Insbesondere im Bereich Datenkontrollen können Menschen die Anforderungen – sowohl quantitativ als auch qualitativ – längst nicht mehr erfüllen. Es bedarf also einer geeigneten IT-Unterstützung.

Qualitätssprünge im Datenbestand sichern Erträge

Ein Blick in den Markt zeigt, dass der branchenweite Erfolgs- und Ertragsdruck in den letzten Jahren eine reichhaltige Auswahl an systemischen Erweiterungen bestehender Anwendungen hervorgebracht hat – idealerweise gleich in Verbindung mit einem markterprobten Erfolgskonzept sowie einer Möglichkeit der direkten Verbindung mit dem eigenen Kernbanksystem. Mit spezialisierten Anbindungen an bestehende Lösungen lassen sich so große Qualitätssprünge im Datenbestand erreichen – und damit auch die Chancen auf die Sicherung der Erträge erhöhen.

Intelligenten Systemen und Konzepten liegt dabei eine essenzielle Weitsicht zugrunde, die langfristige Ziele betrachtet. Lösungen, die Problemfelder isoliert angehen, nicht jedoch das große Ganze mit all seinen Bezügen und Effekten im Blick behalten, gelangen schnell an die Grenzen ihres Funktionsumfangs. Ganzheitliche Ansätze hingegen schaffen schnelle Erfolge, die auch dauerhaft anhalten.

Erfolgsmindernde Faktoren identifizieren

Um die Datenqualität zu verbessern, gilt es zunächst, die erfolgsmindernden Faktoren der Vergangenheit ausfindig zu machen. Folglich müssen Auswertungen, Analysen und wirksame Kontrollkonzepte über den Datenbestand gelegt werden. Nur mit einem transparenten Soll-Ist-Vergleich wird sichtbar, welche Stellschrauben sich bieten, wel-

che Fallen in der Vergangenheit nicht aufgedeckt und welche Potenziale nicht genutzt wurden.

Von der reinen Korrektur oder Aktualisierung von Stammdaten sowie darauf aufbauenden Plausibilitätskontrollen über die sinnvolle Bildung von Betreuungs- beziehungsweise Haushaltseinheiten und deren strategische Segmentierung bis hin zur Optimierung der gesamten Ansprache- und Beratungsqualität führt ein praxiserprobtes Konzept inklusive einer dokumentierten und nachvollziehbaren, digitalisierten Umsetzung sukzessive ans Ziel.

Ein Teil dessen ist es, Kunden genauer kennenzulernen und noch besser verstehen zu können – mit all ihren Bedürfnissen, die ihnen selbst vielleicht noch gar nicht abschließend bewusst sind. Ein wesentlicher Baustein dabei ist es, die dafür notwendige Datentransparenz zu schaffen. Liegen die Informationen nicht nur qualitativ hochwertig und stets aktuell vor, sondern sind sie auch noch auf den Punkt verfügbar, gewinnen die Berater in den Filialen einen gewaltigen Vorsprung. Sie können mithilfe der dann vorhandenen Informationsgrundlage passgenaue und bedarfsgerechte Pro-

duktvorschläge unterbreiten. Profitieren wird hier nicht nur der Vertriebsmitarbeiter, sondern vor allem der Kunde.

Nicht auf das Angebot der Rechenzentrale beschränken

Nur eine moderne, flexible, kundenorientierte und vor allem proaktive Beratung sichert langfristig Erfolg und Kundenzufriedenheit – und damit Erträge. Darum gilt es mehr denn je, den aktiven Vertrieb zu stärken und mit allem auszustatten, was er braucht. Dazu zählen auch IT-Lösungen, die für eine nachhaltige Datenqualität genau dort sorgen, wo die Daten liegen.

Banken und Sparkassen, die hier die Grundsätze „Das haben wir aber immer so gemacht“ oder „Wir machen nichts außerhalb des Angebots unserer Rechenzentrale“ verfolgen, überlassen das Feld jenen vielen Instituten, die längst moderne Systeme nutzen, im Vertrieb stärker werden und anfängliche Regulatorik-Pannen bald nur noch als Lehrgeld hinter sich lassen werden. Diesem Wettbewerb ist nur der gewachsen, der beweglich bleibt und Chancen ergreift. ■