

bm

bank und markt

55. Jahrgang | Fritz Knapp Verlag | die-digitale-bank.de

5

15. Mai 2026

DIE DIGITALE BANK

Digitaler
Sonderdruck

BANKMARKETING

ASPEKTE DES KUNDENSERVICE

Telefonservice – vom Standardrouting zur
intelligenten Steuerung

Von Maik Rothardt und Michael Gräser

Telefonservice – vom Standardrouting zur intelligenten Steuerung

Telefonischer Kundenservice ist kein Auslaufmodell. Im Gegenteil: Gerade bei komplexen oder erklärungsbedürftigen Themen bleibt das Telefon für viele Kunden der wichtigste Kontaktkanal. Bei der Volksbank Kraichgau zeigt sich das sehr deutlich. Allein im Jahr 2025 verzeichnete die Telefonfiliale Volksbank Direkt rund 500 000 eingehende Anrufe, über 57 000 E-Mails sowie 13 150 digitale Servicekontakte. Diese Zahlen verdeutlichen: Der Bedarf ist hoch und die Erwartungen an Erreichbarkeit, Geschwindigkeit und Qualität steigen kontinuierlich.

Weg vom Generalisten, hin zum Spezialisten

Viele Kundenservice-Center (KSC) arbeiteten lange nach dem Generalistenprinzip. Eine Person, viele Themen. Was früher funktionierte, ist heute aufgrund steigender Komplexität, wachsender Produktvielfalt und regulatorischer Anforderungen zunehmend schwierig. Die Volksbank Kraichgau hat sich deshalb bewusst für einen Strategiewechsel entschieden: weg vom Generalisten, hin zu klar definierten Spezialisierungen. Voraussetzung dafür ist jedoch, dass Kunden von Beginn an beim richtigen Ansprechpartner landen und nicht mehrfach weitergeleitet werden müssen.

Wichtig ist dabei die strategische Wirkung: Die technische Lösung unterstützt nicht nur die technische Weiterleitung, sondern ermöglicht eine strukturierte Spezialisierung innerhalb der Kundenservice-Center, wobei An-

rufe nicht einfach verteilt werden, sondern gezielt gesteuert. Erst dadurch wird Spezialisierung wirklich wirksam. Und das bedeutet für Kunden weniger Weiterleitungen und schnellere Lösungen. Für die Organisation entsteht eine deutlich höhere Steuerbarkeit im täglichen Servicebetrieb.

Mit fast 90 Mitarbeitern ist die Volksbank Direkt in Inbound, mediale Beratung und Outbound gegliedert. Besonders im Inbound schafft die neue Struktur ein dreistufiges Entwicklungsmodell für Mitarbeitende, das die Einarbeitung klarer und effizienter macht. Neue Mitarbeiter und Quereinsteiger starten mit einfachen Anliegen wie Kontostand, Überweisungen oder Terminvereinbarungen. Komplexe Anliegen landen ausschließlich bei entsprechend qualifizierten Spezialisten. Dadurch verkürzt sich die Einarbeitungszeit spürbar und der operative Betrieb wird entlastet, ohne dass Qualität oder Servicelevel darunter leiden. Ein weiterer Effekt: Das Kundenservice-Center wird im Tagesgeschäft planbarer. Anstelle von unkontrollierten Weiterleitungen und Überlastung einzelner Teams kann die Bank Servicevolumen gezielter steuern und Kapazitäten wirkungsvoller einsetzen.

Entlastung bei Anrufspitzen

Ein bekanntes Phänomen in vielen Banken: Serienbriefe, regulatorische Anpassungen oder Systemänderungen führen zu kurzfristigen Anrufspitzen, obwohl die Informationen grund-

sätzlich korrekt kommuniziert wurden. Häufig suchen Kunden zusätzliche Sicherheit oder möchten Details nochmals bestätigt haben. Durch die intelligente Anrufsteuerung können solche Rückfragen effizient aufgefangen werden. Optional erhalten Anrufer ergänzende Informationen per SMS, wodurch Standardanliegen schneller abgeschlossen werden können. Das entlastet das Kundenservice-Center und schafft Freiraum für Beratungsgespräche mit höherem Mehrwert.

Ein oft unterschätzter Hebel ist das Thema Zustimmung. Mit dem Zustimmungsmodul können Freigaben direkt im Gespräch eingeholt, eindeutig authentifiziert und revisionssicher dokumentiert werden. Dadurch werden Prozesse nicht nur effizienter, sondern auch regulatorisch sauber abbildbar, ohne zusätzliche Medienbrüche. So werden Zustimmungen nicht mehr als reine Pflichtübung verstanden, sondern als integraler Bestandteil einer durchgängigen Customer Journey. Wenn ein Kunde ohnehin zum Hörer greift, ist das Gespräch der natürlichste Ort für eine rechtssichere Zustimmung. Entscheidend ist, dass Authentifizierung, Dokumentation und Systemübergabe sauber ineinandergreifen.

Technisch wird jede Zustimmung inklusive Zeitstempel, Gesprächs-ID und Audiosequenz dokumentiert und verschlüsselt gespeichert. Optional können Statusinformationen direkt an CRM- oder Workflow-Systeme übergeben werden. Das reduziert Nachbearbeitung und schafft Transparenz für Folgeprozesse. Gerade im Zusammenspiel mit regulatorischen Anforderungen und steigenden Zustimmungsbedarfen – etwa bei Instant Payments oder Produktanpassungen – zeigt sich: Die Verbindung aus Dialogführung und dokumentierter Einwilligung wird zunehmend zum strategischen Vorteil. Technik ersetzt keine Menschen. Sie sorgt dafür, dass Gespräche dort stattfinden, wo sie den größten Mehrwert bringen. Entscheidend ist dabei nicht die Automatisierung, sondern der Nutzen für Servicequalität und Organisation.



Maik Rothardt, Abteilungsleiter
VolksbankDirekt, Volksbank
Kraichgau eG, Wiesloch



Michael Gräser,
Account Manager,
Spitch AG, Zürich