

Welchen Nutzen bringt ein modernes Client Reporting?



Markus Nigg ist CEO der BSGroup Advanced ERP AG, CFO der Business Solution Group Holding AG und im Stiftungsrat der Noventus Collect Sammelstiftungen. Er ist Betriebsökonom HWV und hat einen MAS FHO in Information Management. Im Laufe seiner Karriere ist er seit über zehn Jahren in verschiedenen Funktionen in der Beratung für Banken tätig. Daneben hat er über zehn Jahre Erfahrung als CFO in verschiedenen Unternehmen.

Was zeichnet eine innovative und gewinnbringende Client Reporting Lösung aus?

In der Regel sind aktuelle Client Reporting Lösungen papiergebunden oder wenn elektronisch, dann nur statisch, d.h. dynamische Inhalte und Interaktionen fehlen. Zudem ist es bisher noch kaum auf mobilen Endgeräten – auch offline – verfügbar. Deshalb ist es wichtig, dem Kunden, mittels state-of-the-art Technologie, Value-add in Form von zusätzlichen Informationen und Interaktivität zu bieten. Zudem muss davon ausgegangen werden, dass der moderne Bankkunde immer weniger Zeit für ein persönliches Gespräch hat und deshalb mittels anderer Kommunikationsmöglichkeiten unterstützt werden muss. Das Client Reporting eignet sich deshalb hervorragend dafür, weil es vom Kunden regelmässig genutzt wird. Also stellt es auch einen potenziellen Verkaufskanal für Bankdienstleistungen dar.

Ein interaktives Client Reporting ist eine leicht masszuschneidernde Reportinglösung, die sich mittels nahtloser Schnittstellen an alle marktgängigen Quellsysteme (z.B. Kernbankensystem, eBanking etc.) in

nur wenigen Wochen mit einem raschen Return-on-Investment einführen lässt. Sie vereinfacht und beschleunigt auch komplexe, marktorientierte Entscheide durch Analyse, Modelling und Planning. Darüber hinaus soll die auf mobilen Endgeräten verfügbare kundenorientierte Lösung das Vertrauen der bestehenden Kunden und die Gewinnung von Neukunden fördern.

Wie kann eine Client Reporting Lösung die Prozesse einer Bank optimal unterstützen?

Es sind weniger die klassischen Prozesse einer Bank, welche davon betroffen sind. Eine moderne Client Reporting Lösung hilft der Bank, kundenspezifisch Cross-Selling Potenziale auszunützen, unterstützt den Verkaufsprozess damit also wesentlich. Zudem können dieselben Reporte auch als Unterstützung für den Berater an der Front dienen. Es wird also eine einheitliche Kommunikation gegenüber dem Kunden sichergestellt und Vertrauen geschaffen.

Worauf gilt es speziell bei der Implementierung zu achten? Wo liegen die grössten Herausforderungen? Können Sie konkrete Beispiele nennen oder die Meilensteine eines Projektes beschreiben?

Die Anbindung an die verschiedenen Datenquellen (z.B. Kernbankensystem, Portfolio-Management-System und andere) ist technisch gesehen Key. Zudem sind – im Gegensatz zum klassischen papiergebundenen Reporting – die Anforderungen an die Daten und Berechnungsmodelle (z.B. für Simulationen und Interaktivität) höher. Dies darf in der Konzeption einer Lösung nicht unterschätzt werden. Doch auch compliance-seitig gibt es einiges zu definieren/klären, so Distribution und Umgang dieser Informationen. Dadurch, dass das Client Reporting ein wichtiges «Face to the customer» ist, sind entsprechend viele Stellen in ein solches Projekt involviert und die Entscheidungsfindung oft komplexer als in anderen Projekten.

Können Sie ein Beispiel nennen, wie ein Client Reporting zu höherer Profitabilität führt?

Vor allem durch die Nutzung des Cross-Selling Potentials und die Generierung von Neugeschäft, aber auch die zeitlich und örtlich ungebundene Verfügbarkeit von Infor-

mationen – auch auf mobilen Endgeräten – vereinfacht und beschleunigt Entscheidungsprozesse beim Kunden, oft zu Gunsten der Bank und damit der Profitabilität.

Was gibt es bei der Abstimmung der Anforderungen des Gesetzgebers, der Kunden und der Bank (Stichwort Compliance) an ein Client resp. Investment Reporting besonders zu beachten?

Das Client Reporting muss diesbezügliche Mindeststandards selbstverständlich erfüllen, welche analog dem papiergebundenen Reporting eingehalten werden müssen. Diese Anforderungen müssen auch nach der Implementierung sichergestellt werden. Darüber hinaus schafft ein modernes Client Reporting aber vor allem Transparenz und Vertrauen beim Endkunden, da u.a. viel längere Zeiträume betrachtet, Werte einfacher verglichen und die Nachvollziehbarkeit besser gewährleistet werden können.

Welche Rolle nimmt Client Reporting innerhalb eines ganzheitlichen Management Information Systems einer Bank ein? Worauf gilt es dabei ein besonderes Augenmerk zu richten?

Das Universum der in einem ganzheitlichen MIS gespeicherten Informationen ist oft zu einem hohen Grad für die Generierung eines Client Reportings ausreichend. Bei der Nutzung dieser Daten stellt sich die zentrale Frage, ob deren Aktualität und Granularität ausreichen. Oft fehlen auch Informationen, welche das individuelle Cross- und Upselling Potenzial erkennen lassen. Zusätzlich müssen in jedem Fall unstrukturierte Informationen zugesteuert werden können, z.B. Research-Informationen, Produkte-Flyer, Event-Einladungen etc., welche selten in einem MIS zu finden sind.

Auf den Punkt gebracht: Was gibt es aus Ihrer Sicht noch zu diesem Thema zu sagen?

Die Client Reporting Lösung ist ein wesentlicher Bestandteil der Kommunikation zum Bankkunden. In unserer zunehmend mobilen, örtlich und zeitlich ungebundenen Welt werden Verfügbarkeit, Inhalte und Funktionen immer wichtiger. Eine solche Lösung kann neben der Nutzung von Cross- und Upselling Potenzialen auch als Differentiator gegenüber der Konkurrenz genutzt werden und sollte meines Erachtens deshalb nicht vernachlässigt werden.