

Anwenderbericht

Eine Tür für den Kunden:
Centracon und GAD realisieren zentrales
Service-Portal für Banken

//Anwenderbericht



 **GAD**
IT für Banken

Eine Tür für den Kunden: Centracon und GAD realisieren zentrales Service-Portal für Banken

Mit der Centracon AG als Partner für Beratung und Projektsteuerung hat die GAD ein erfolgreiches Service-Portal für Kunden aus dem Bankgewerbe aufgebaut: 20.000 Nutzer finden heute alle wichtigen Informationen sowie Bestell- und Administrationsfunktionen auf einer übersichtlichen und anwenderfreundlichen Plattform im Corporate Design. Potentiell werden bis zu 60.000 Anwender mit der Plattform arbeiten. Mit Web 2.0-Elementen gewinnt die GAD zudem wichtige Impulse für die Produktentwicklung. Dieses Know-how können jetzt auch andere Unternehmen nutzen: Centracon und seine Partner stellen ihre gesammelten Erfahrungen zu Technik, Organisation und Projektmanagement zur Verfügung.

„Radikal vereinfachte und optimierte Informationsbereitstellung für unsere Kunden, systematisierte Integration neuer Anforderungen in die Produktentwicklung und größere Marktnähe durch direkten Anwenderdialog – das sind drei der wichtigsten Vorteile unseres zentralen Services-Portals, von denen wir und unsere Kunden heute täglich profitieren“, sagt Dirk Hermann, Projektleiter der GAD sowie Ideengeber.

Gestartet ist das Service-Portal als Weiterführung einer anderen Innovation: Für 410 Volks- und Raiffeisenbanken sowie mehr als 1.000 weitere Banken und weitere Finanzdienstleistungsunternehmen stellt die GAD mit bank21 ein sogenanntes Kernbankverfahren bereit, das alle Bereiche des modernen Bankgeschäfts abdeckt. Als erster Anbieter hat die GAD ihr Kernbankverfahren nicht als Client-Server-Anwendung sondern Browser-basiert realisiert. „Indem wir bank21 inklusive aller Software und Datenbanken browser-fähig gemacht haben, konnten wir im Vergleich zum Wettbewerb eine deutlich verbesserte Integrationsfähigkeit und Anwenderfreundlichkeit erzielen“, sagt Hermann. „An diesem Punkt wollten wir aber nicht stehen bleiben. Deshalb haben wir uns gefragt, was unsere Banken benötigen, um den Nutzen unseres Leistungsportfolios zu maximieren und die Zusammenarbeit noch effizienter zu gestalten.

Über die GAD

Die GAD eG mit Sitz in Münster betreut als Spezialist für Banken-IT rund 410 Volks- und Raiffeisenbanken, Zentralinstitute und weitere Unternehmen in der genossenschaftlichen FinanzGruppe. Zu den Kunden zählen außerdem mehr als 1.000 Banken und Finanzdienstleistungsunternehmen in Deutschland, Österreich und Luxemburg. Die Bereitstellung der technischen Infrastruktur ist eine der Kernkompetenzen der GAD, die sowohl den Rund-um-die-Uhr-Betrieb des Rechenzentrums, der gesamten Telekommunikation und der Netzwerke als auch den Bereich des Application Hosting umfasst. Zum Leistungsportfolio gehört darüber hinaus die Entwicklung und Bereitstellung bankenspezifischer Software. Mit bank21 bietet die GAD ein innovatives, zukunftssicheres und modernes Bankenverfahren an, das 2012 als erstes deutsches Bankenverfahren den Weg in die Cloud gefunden hat. Eine weitere Kernkompetenz der GAD: die Entwicklung wettbewerbsfähiger und innovativer Selbstbedienungs- und Internetanwendungen.

Entscheidende Impulse kamen in dieser Phase u.a. von unserem Beratungspartner Centracon, der uns wichtige Optimierungschancen für unsere Kundenkommunikation aufzeigen konnte und die Entscheidungsfindung deutlich beschleunigt hat“.

Alle Services, eine Plattform

In vielen langjährig erfolgreichen Unternehmen etablieren sich über die Zeit unterschiedlichste Kommunikationskanäle zum Kunden, die separat von Vertrieb, Marketing, Produktmanagement etc. genutzt und gepflegt werden. Die dabei anfallenden Rundschreiben, Release-Notes, Produkt News werden selten an einem Ort gebündelt vorgehalten und müssen vom Kunden meist selber recherchiert, priorisiert und organisiert werden. An diesem Punkt setzte Centracon mit einer Analyse aus Kundenperspektive an, um so die größten Potenziale für die langfristige Verbesserung des Dialoges und des Anwendungserlebnisses zu identifizieren.

Darauf aufbauend wurden die Projektziele gesetzt: Vollständige Entlastung der Banken von der umständlichen Recherche und individuelle Optimierung des Informationsflusses für jeden einzelnen Anwender. Mittels Web 2.0- und Social-Media-Techniken sollte zudem eine Informationsquelle erschlossen werden, die bis dahin noch ungenutzt war: das Know-how der Anwender, inklusive Bewertungen zu den Produkten und Modulen der GAD. Daraus folgten als logische Konsequenz die Integration des Bestellvorganges und die Administration der erworbenen Lizenzen, um so einen Großteil der täglichen Interaktionen von Kunden mit der GAD auf einer zentralen, konsolidierten und vor allem anwenderfreundlichen Plattform abzubilden.

Unterstützung durch Centracon

„Das Service Portal der GAD steigert den Wert des Leistungsportfolios für den Anwender entscheidend und eröffnet darüber hinaus dem Kundendialog eine ganz neue Dimension. Mit Centracon ist dieser Erfolg zuverlässig reproduzierbar — in jedem Anforderungsszenario. Unser fortlaufend weiterentwickeltes Decision Model bündelt langjährige Praxis- und Markterfahrungen zu klar strukturierten Vorgehensweisen, sodass Komplexität beherrschbar wird. Wie bei der GAD gewährleistet Centracon als Trusted Advisor zielführende Entscheidungen in allen Phasen bis zur Schlüsselübergabe, von der individuellen Potenzialanalyse, Sensibilisierung des Managements und reibungslosen Einbindung der Stakeholder bis zur Auswahl und Steuerung externer Partner sowie der Qualitätssicherung. Im Fokus steht dabei immer der Nutzer, für den Centracon durch stringentes Corporate Design sowie optimierte Funktionalität und Usability ein überzeugendes Anwendungserlebnis garantiert.“ Robert Gerhards, CEO Centracon

Showcase beschleunigt Entscheidung

Ambitionierte Projekte, die über die IT hinaus etablierte Prozesse in den Abteilungen und beim Kunden verändern, müssen beworben werden. Centracon entwickelte daher einen Showcase, der bereits die Vorteile eines einheitlichen Corporate Designs für die verschiedenen Anwendungsoberflächen der GAD demonstrierte. Durch Integration klickbarer Elemente konnte zudem die geplante Funktionalität der Service-Plattform schon im Vorfeld für Entscheidungsträger erlebbar gemacht werden. Mit diesem anschaulichen Showcase wurde eine schnelle Entscheidung für den

nächsten Schritt erzielt: Nach Maßgabe von GAD und Centracon setzte die Universität Münster einen erweiterten Prototypen auf, der die Darstellung des Design- und Usability-Konzeptes noch einmal vertiefte. „Der Showcase von Centracon und der folgende Prototyp haben unsere Vision von einem Service-Portal überzeugend transportiert, sodass sich interne Fachabteilungen und Kunden für die Idee begeisterten. Im Rahmen des Gesamtprojektes fällt der Aufwand zudem kaum ins Gewicht“, sagt Dirk Hermann.

Strukturierter Ausschreibungsprozess

Aus den Erfahrungen als Beratungspartner in einer Vielzahl von IT-Projekten hat Centracon ein Framework formuliert, das mit bewährten Methodiken die Beherrschung komplexer Projektphasen gewährleistet. Auf Basis dieses Decision Model formulierte Centracon den Anforderungskatalog und führte den Ausschreibungsprozess inklusive Nutzwertanalyse, Anbieter-Sondierung und Verhandlungsmoderation durch, sodass in kurzer Zeit zielführende Grundlagenentscheidungen zu Anbietern und Technologien getroffen werden konnten. „Mit der konsequenten Strukturierung der Ausschreibung und Auswahlergebnisse hat Centracon den Projektverlauf in dieser Phase deutlich gestrafft und es uns ermöglicht, den Fokus ganz auf die inhaltliche Ebene zu legen“, so Hermann.

In den folgenden Workshops mit einer Shortlist internationaler Anbieter erwiesen sich die Anforderungen der GAD als zu individuell und komplex, um mit Standard-Shop- oder Collaboration-Lösungen wirtschaftlich sinnvoll umgesetzt zu werden. Nach eingehender Analyse der Centracon, folgte die GAD der Empfehlung zur Umsetzung mit der Gesellschaft für Warenwirtschaftssysteme (GWS), einem kompetenten Entwicklungshaus innerhalb der GAD Gruppe. „Wir haben uns für eine Eigenentwicklung entschieden, weil wir überzeugt waren mit dem Team aus GAD, GWS und Centracon ein funktional optimales Service-Portal zu vertretbaren Kosten realisieren zu können“, sagt Dirk Hermann.

Steuerung aller Partner durch Quality Gates

Zu den entscheidenden Herausforderungen mehrjähriger IT-Projekte gehört die Koordination aller internen und externen Partner - es droht eine Fragmentierung, bei der kurzfristige Aufgabenstellungen das übergeordnete Ziel verdrängen. Um einen stringenten Ablauf und die Umsetzung des Anforderungskataloges zu gewährleisten, hat Centracon daher ein eigenes Qualitätsmanagement entwickelt und implementiert. Auf Basis individuell

angepasster Ergebnistypen und Qualitätskriterien wurden hierfür sogenannte Quality Gates definiert, die Centracon eine genaue Steuerung der Partner ermöglichten. In zahlreichen IT-Projekten hat sich diese Vorgehensweise bewährt, denn so ist gewährleistet, dass alle Zwischenschritte auf das letztendliche Ziel hinführen: die optimale Funktionalität für den Anwender. „Unsere Erwartungen an die Projektsteuerung durch Centracon haben sich voll erfüllt. Mit dem Qualitätsmanagement, das operative Aufgaben eng an strategische Vorgaben koppelt und einen permanenten Abgleich ermöglicht, haben wir exakt das gewünschte Ergebnis erzielt“, fasst Dirk Hermann zusammen.

Individuell optimierter Informationsfluss

Rund 20.000 Bankmitarbeiter nutzen heute das Service-Portal der GAD, Tendenz steigend. Das Anwendungserlebnis ist dabei völlig neu: Produktinformationen, Hintergrundmaterialien wie Studien und Blog-Einträge lagern nicht mehr in verteilten Datenbanken sondern werden übersichtlich auf der Startseite präsentiert. Mittels Stichwortdefinition können Anwender bestimmte Themenbereiche abonnieren und erhalten so immer genau die Informationen, die für sie wichtig sind - an einem Ort, auf einen Blick. Aber die Vorteile liegen nicht nur beim Anwender: Über die Informationssteuerung stellt die GAD heute sicher, dass zum Beispiel Release Notes zu neuen Softwareversionen zuverlässig die richtigen Empfänger erreichen und eine reibungslose Nutzung der GAD-Software gewährleistet ist. Rund 80 Prozent der gesamten Kundenkommunikation und Produktinformation laufen heute über das Service-Portal und die angeschlossenen Banken signalisieren deutlich, dass sie sich besser informiert fühlen und das Unternehmen GAD für sie transparenter geworden ist.

Produktentwicklung profitiert von Web 2.0

Fast revolutionär sind die Effekte der integrierten Web 2.0-Elemente: In verschiedenen Foren auf dem Service Portal diskutieren Bankmitarbeiter untereinander und mit GAD-Experten über fachliche Themen und Erfahrungen mit GAD-Software. Hier hat sich bereits eine aktive Community gebildet, die sich gegenseitig Praxis-Tipps gibt und eigene Anforderungen für die Weiterentwicklung der GAD-Produkte formuliert. „Diese Impulse sind genau das, was wir uns von der Web 2.0-Funktionalität erwartet haben. In der Vergangenheit fiel es oft schwer, zu bewerten, ob eine Anforderung nur für einen Einzelfall relevant oder von allgemeinem Interesse ist. Mit dem Service-Portal können wir den Anwender-Input jetzt bündeln und systematisch in die Produktentwicklung einfließen lassen“, so Dirk Herman.

Dazu hat die GAD ein Verfahren eingeführt, bei dem Banker ihre Änderungswünsche vorstellen und in der Community um Unterstützung werben. Finden sich genug Unterstützer, ist das für die GAD ein eindeutiges Signal und die Anforderung wird umgesetzt. „Für Anwender ist das ein ganz klarer und vertrauensbildender Prozess.“

Informieren, bestellen, administrieren in einer Umgebung

Neben der Kommunikationsebene umfasst das Service-Portal einen Web-Shop mit Nutzer-generierten Bewertungen sowie eine Administrations-ebene, damit sich berechnigte Anwender auf einer Plattform über Produkte informieren und diese dort auch gleich bestellen können. Einkäufe werden an das angeschlossene SAP-System weitergeleitet und als zusätzlich erworbene Lizenz vermerkt. In einem abgeschlossenen Bereich kann der Bank-Administrator die Lizenzen per Drag&Drop den jeweiligen Nutzern zuweisen und dem Anwender damit die Software im Browser zur Verfügung stellen. Der Bank-Administrator hat zudem die volle Kontrolle darüber, welche Benutzer oder Benutzergruppen überhaupt auf das Service-Portal zugreifen und ob sie dabei nur lesen, lesen und schreiben oder sogar Bestellungen tätigen dürfen.

Projektpartner stellen Know-how bereit

„Am Anfang haben wir ein Ziel definiert: Eine Tür für unsere Kunden. Und dieses Ziel haben wir gemeinsam mit Centracon erreicht - zu Kosten, die bei rund 30 Prozent des Höchstgebotes der externen Anbieter liegen. Aber natürlich haben wir noch weitere Ideen, wie zum Beispiel die Integration des Helpdesk und die Bereitstellung von Schulungen im Web-Shop. Auch eine zusätzliche Collaboration-Lösung ist denkbar. Letztendlich steigt mit jeder Funktionalität auch der Nutzwert des Service-Portals für unsere Anwender und für uns“, urteilt Dirk Hermann.

Im Projektverlauf haben Centracon und seine Partner ein immenses Know-how aufgebaut, das von der ganz grundlegenden Anforderungsdefinition über die technische und organisatorische Umsetzung bis hin zu Feinheiten des Projektmanagements wie Gremien- und Betriebsratsarbeit reicht. „Wir wissen, welche Technologien sinnvoll sind, was eine Redaktion leisten kann und wie Fachabteilungen oder Kunden effektiv motiviert werden. Dieses Know-how stellen wir jetzt auch anderen Unternehmen zur Verfügung, die ebenfalls den Schritt zu einer effizienteren und modernen Kundenkommunikation machen wollen. Welche konkrete technische Grundlage dabei zum Einsatz kommen soll, entscheidet sich im Einzelfall. Im Vordergrund steht vielmehr der individuelle Nutzwert – und den können wir als eines der ersten Unternehmen in Deutschland konkret demonstrieren, nicht theoretisch sondern ganz praktisch“, resümiert Volker Altwasser, Centracon Berater und Projektleiter des Service-Portal-Projektes.

Leistungen von Centracon

- » Identifikation individueller Chancen und fundierte Potenzialanalyse
- » Showcase für schnellere Entscheidungsfindung interner Gremien
- » Einbindung von Stakeholdern wie Betriebsrat und Fachabteilungen
- » Strukturierung des Ausschreibungsprozesses, inklusive Anforderungskatalog, Bewertung von Anbietern und Technologien sowie Moderation der Bieter-Gespräche
- » Steuerung aller Projektpartner
- » Qualitätsmanagement aller Schritte bis zur Schlüsselübergabe
- » Trusted Advisor garantiert die gewünschte Funktionalität



Centracon AG

Eicherhof 13
42799 Leichlingen
Germany

Fon: +49 (0) 2175 - 97 3810
Fax: +49 (0) 2175 - 97 381950
Info@centracon.com

www.centracon.com