

Migration in die Moderne

Auch die Banca Popolare di Milano, eine der traditionsreichsten Banken Italiens, kann auf junge Kundschaft nicht verzichten. Um für diese Zielgruppe attraktiv zu bleiben, werden SB-Systeme installiert, die mehr können als nur Routine-Transaktionen.



Mailand ist die Mode-Metropole Italiens. In der Nachbarschaft modischer Trendsetter aber fährt die Banca Popolare di Milano (BPM) eher das Kontrastprogramm – sie bietet ihren Kunden vorwiegend klassische Finanzdienstleistungen in klassischen Formaten. Dem zunehmenden Wettbewerbsdruck kann sich aber auch die Banca Popolare di Milano nicht entziehen. Was unter anderem dazu zwingt, Routine-Transak-

tionen zu automatisieren – wie dies viele Banken weltweit bereits tun.

Somit führt auch die BPM die Selbstbedienung in ihren Filialbetrieb ein. Traditionelle Bargeldtransaktionen wie Ein- und Auszahlungen oder das Einlösen von Schecks werden auf SB-Systeme verlagert und gleichzeitig neue Leistungen entwickelt, um die Terminals innovativ zu nutzen. Die 1865 gegründete Bank will auf ►



Banca Popolare di Milano

■ **Banken der BMP Gruppe:** Banca Popolare di Milano, Banca di Legnano S.p.A., Cassa di Risparmio di Alessandria S.p.A., Banca Akros S.p.A., Bipiemme Gestioni SGR S.p.A., Bipiemme Private Banking SIM S.p.A., We@Service S.p.A., BPM Ireland Plc.

■ **Mitarbeiter insgesamt:** 8.900

■ **Filialen:** 601 (Mailand und Norditalien), 900 (andere Regionen)

■ **Geldautomaten:** 905

► www.bpm.it



Banca Popolare di Milano
Sede di Milano



„Die BPM hielt unsere Lösung für die flexibelste, denn der ProCash 3100 bietet die Funktionen eines normalen Geldautomaten, kann aber in der Zukunft für neue Dienstleistungen konfiguriert werden.“

Alessandro Passoni,
Account Manager von Wincor Nixdorf



diesem Weg auch jene jüngere Kundschaft ansprechen, die ihre Bankgeschäfte lieber selbst erledigt und Besuche in der Filiale nach Möglichkeit vermeiden möchte.

Mit ihren 1,3 Millionen Kunden und mit einem Gesamtvermögen von 32 Mrd. Euro gehört die BPM zu den bedeutendsten Regionalbanken Norditaliens. Die über 700 Filialen des Unternehmens konzentrieren sich vor allem auf das Gebiet in und um Mailand sowie auf die Lombardei – eine der wohlhabendsten Regionen Europas. Die Prosperität der Region lockt jedoch auch andere italienische Banken, außerdem drängen mächtige Mitbewerber aus dem Ausland in den lokalen Markt vor.

Zunehmender Wettbewerbsdruck, steigende Betriebskosten und insbesondere ein mit der modernen Technologie vertrauter Kundenkreis aber verlangen Veränderungen. So entschied Claudio Mereu, Leiter der BPM, und die Mitglieder seines Teams, möglichst viele routinemäßige Kassentransaktionen auf SB-Terminals zu verlagern und damit den

Mitarbeitern mehr Zeit für die Kundenberatung zu verschaffen. Mereu: „Früher verbrachten unsere Mitarbeiter die Hälfte ihrer Arbeitszeit damit, Transaktionen mit häufig geringfügigen Beträgen zu bearbeiten. Wir waren daher sehr daran interessiert, Ein- und Auszahlungen zu automatisieren.“

Aber nicht nur das. Die Banca Popolare di Milano suchte nach SB-Lösungen, die einfache Funktionen wie Ein- und Auszahlungen bieten, gleichzeitig jedoch ausreichend flexibel sind, um nach und nach weitere Aufgaben wie Scheckeinzahlungen oder Cash Recycling zu übernehmen. Alessandro Passoni, Account Manager von Wincor Nixdorf. „Die BPM hielt unsere Lösung für die flexibelste, denn der ProCash 3100 bietet die Funktionen eines normalen Geldautomaten, kann aber in der Zukunft für neue Dienstleistungen konfiguriert werden – eine gute Grundlage für den Aufbau der Filialautomation.“ BPM-Chef Mereu ergänzt: „Wir halten die Geldautomaten von Wincor Nixdorf für extrem zuverlässig und benutzerfreundlich. Und außerdem setzen unsere wichtigsten Mitbewerber diese Systeme bereits ein.“

Im Jahre 2007 startete die BPM ein Pilotprojekt mit fünf Systemen. Weil in Italien viele Verbraucher noch mit Bargeld oder per Scheck bezahlen, warb die Bank auch beim örtlichen Einzelhandel für ihre neuen Dienstleistungen und stellte Karten aus, mit denen Bargeld und Schecks eingezahlt werden konnten. Auch Privatkunden wurden ermutigt, die neuen Dienstleistungen zu nutzen. Inzwischen sind 25 ProCash 3100 installiert, und im ersten Halbjahr 2009 sollen weitere 20 Systeme folgen. Sie werden von den IT-Fachleuten der Bank in Zusammenarbeit mit Wincor Nixdorf fernüberwacht.

Die Kunden der Bank reagierten positiv und begrüßen insbesondere die Möglichkeit, Bankgeschäfte rund um die Uhr tätigen zu können. Schaltertransaktionen sind bei der BPM inzwischen um 30 Prozent zurückgegan-

„Wir halten die Geldautomaten von Wincor Nixdorf für extrem zuverlässig und benutzerfreundlich. Und unsere wichtigsten Mitbewerber setzen diese Systeme bereits ein.“

Claudio Mereu,
Organisationsleiter der BPM



gen, und dieser Prozentsatz wächst, je mehr sich die Kunden an den neuen Service gewöhnen. Die Mitarbeiter der Bank jedenfalls ermuntern die Kunden zur Nutzung der SB-Terminals, um Wartezeiten zu vermeiden.

„Wir begannen mit einer einfachen, unkomplizierten Konfiguration“, erklärt Mereu, „denn viele unserer Kunden sind es nicht gewohnt, mit SB-Systemen umzugehen. Wir wollten Hemmschwellen abbauen, und das ist uns auch gelungen.“ Im nächsten Schritt sollen die Geldautomaten mit dem Vertriebskanal Internet vernetzt werden. Dann können Kunden am SB-System Überweisungen tätigen, Rechnungen zahlen und Darlehen beantragen, so wie manche von ihnen dies bereits per Online-Banking tun. „Dies ist für uns ein wichtiger Informations- und Vertriebskanal“, betont Mereu. „Wir wollen, dass der Geldautomat eine Art interaktiver Berater wird.“

Die Bank hat bereits einen kleinen Schritt in diese Richtung gemacht. Sie hat ein interaktives Kiosk-Terminal installiert, das unter



der Bezeichnung „Extracomunitano“ einen mehrsprachigen Informationsservice anbietet, mit dem Benutzer aus außereuropäischen Ländern, etwa aus Afrika, dem Mittleren Osten oder China angesprochen werden sollen. Der Automat vermittelt ihnen Informationen über Bankenprodukte, insbesondere über Darlehen, und sie können direkt mit dem Call Center in Kontakt treten, um sich in ihrer Muttersprache beraten zu lassen.

Die BPM-Filiale der Zukunft muss zwei sehr unterschiedliche Zielgruppen ansprechen. Einerseits werden ältere Kunden auch künftig noch Schalterdienste der Banca Popolare di Milano vorziehen, andererseits verlangen junge Kunden, die mit Kartenzahlungen und dem Internet vertraut sind, immer mehr nach SB-Möglichkeiten statt Schalterdienstleistungen. „Wir versuchen, die richtige Mischung zu finden“, sagt BPM-Chef Mereu.

„Wir müssen diese neue Generation von Kunden unbedingt in unsere Filialen ziehen.“ Also werden die Geldautomaten auch als zusätzlicher Vertriebskanal genutzt: Unter anderem werden Eintrittskarten für Fußballspiele und ähnlich populäre Veranstaltungen über die Automaten angeboten. Mereu: „Wir wollen für unsere jungen Kunden eine adäquate neue Umgebung schaffen – einen Ort, den sie gerne besuchen.“ ■