



Digitale Autogramme

Für Karsten Bergemann war die Einführung digitaler Unterschriften-Pads mit einem Rechenexempel verbunden, das schnell erledigt ist. „Die Lösung rechnet sich schon nach weniger als einem Jahr“, weiß der Organisationsleiter der Kreissparkasse Rheda-Wiedenbrück. Die Integration in OSPlus – die Gesamtbanklösung im Sparkassenbereich – war simpel und ging reibungslos vonstatten. Die Akzeptanz bei Kunden und Mitarbeitern ist gut. Und: Die Lösung vereinfacht alle Prozesse deutlich, die einer Unterschrift bedürfen.

Noch immer ist die Liste von Schriftstücken lang, die täglich in Banken und Sparkassen von Kunden unterschrieben werden. Die papierlose Bankfiliale ist vielerorts ein Traum, und die Prozesskosten für Ausdrucke, das Scannen und Archivieren der Dokumente sind hoch.

Dass es ganz ohne Papier nicht gehen würde, war der Organisationsabteilung der Kreissparkasse Rheda-Wiedenbrück bereits beim Start ihres Projektes zum Bürokratieabbau klar. Der dreistufige Ansatz sah erstens vor, Unterschriften so weit wie möglich zu vermeiden. Zweitens wurde der Kundenstammvertrag eingeführt, in dem mit Sparkassenkunden vereinbart wird, dass bei Standardgeschäften, zum Beispiel im Giro, Spar- oder Termingeldbereich, auf Unter-

schriften verzichtet wird. Und drittens unterschreiben Kunden für alle weiteren Transaktionen, die zwingend einer Unterschrift bedürfen, digital auf einem Unterschriften-Pad von Wincor Nixdorfs Technologiepartner signotec. „Bei rund drei Dutzend Geschäftsvorfällen kommt diese Technologie zum Einsatz“, schätzt Karsten Bergemann. So zum Beispiel bei Kontoänderungen, der Zulassung zum Online-Banking oder bei Freistellungsaufträgen – hier geht nach wie vor nichts ohne die Unterschrift des Kunden. Die Signatur wird elektronisch in die Vertragsvorlagen integriert und dann im Dokumentenmanagementsystem der Sparkasse abgelegt. Medienbrüche von analog zu digital, von Papier zu Bits und Bytes werden komplett eliminiert.

Zur Technologie:

Bei zahlreichen Geschäftsprozessen in Banken, aber auch in anderen Branchen, kommt es zu Medienbrüchen, wenn Kunden auf Vordrucken auf Papier unterschreiben, die dann später per Scanning digitalisiert werden müssen. Durch die Unterschrift auf einem digitalen Unterschriften-Pad wird dieser Medienbruch verhindert. Bankkunden unterschreiben nicht auf Papier, sondern auf einer elektronischen Unterlage – dem Pad. Das Dokument wird so elektronisch unterschrieben und kann ohne Medienbruch digital weiterverarbeitet werden.

Die Software SignoSign ist hochintegrierbar. Neben dem Speichern und Prüfen biometrisch erfasster Unterschriften können Dokumente in Archivierungslösungen, Workflowsysteme und Dokumentenmanagementsysteme integriert werden. Über intelligente Wiedervorlagen stehen Dokumente, die mehrere Unterschriften erfordern, zeitlich unabhängig an unterschiedlichen Standorten zur Weiterverarbeitung zur Verfügung. Wincor Nixdorf bietet seinen Kunden die Lösung von signotec an, leistet Integrations- und Beratungsleistungen rund um diese Technologie und sorgt für IT-Services.



Karsten Bergemann, Organisationsleiter der Kreissparkasse Rheda Wiedenbrück.

„Die Installation der 160 Unterschriften-Pads in 14 Geschäftsstellen und das Aufspielen der Softwarepakete auf die Terminalserver war mehr als einfach“, erinnert sich Bergemann. Der komplette Rollout samt Integration in OSPlus mit dem angeschlossenen Dokumentenmanagementsystem war innerhalb weniger Tage abgeschlossen.

Anfangs wurden die Geräte nur von wenigen Beratern genutzt. Nach einer intensiven Einweisung durch Mitarbeiter der Organisationsabteilung wird die Lösung nun von fast allen Mitarbeitern eingesetzt. Und die Kunden? „Die sind begeistert, viele kannten die digitale Unterschrift aus anderen Bereichen wie dem Handel“, sagt Karsten Bergemann. Auch ältere Kunden hätten die Möglichkeit, digital zu unterschreiben, ohne Probleme angenommen.

Der Return of Investment für die Gesamtlösung stellte sich bereits nach weniger als einem Jahr ein. Insgesamt hat die Kreissparkasse Wiedenbrück 330 Mitarbeiter. Die digitale Unterschriftenlösung hat nach Karsten Bergemanns Einschätzung das Potential, insgesamt rund eine Mitarbeiterkapazität im Bereich Archivierung einzusparen. Ein Kapazitätsgewinn, der nun im stationären Vertrieb genutzt werden kann. ■

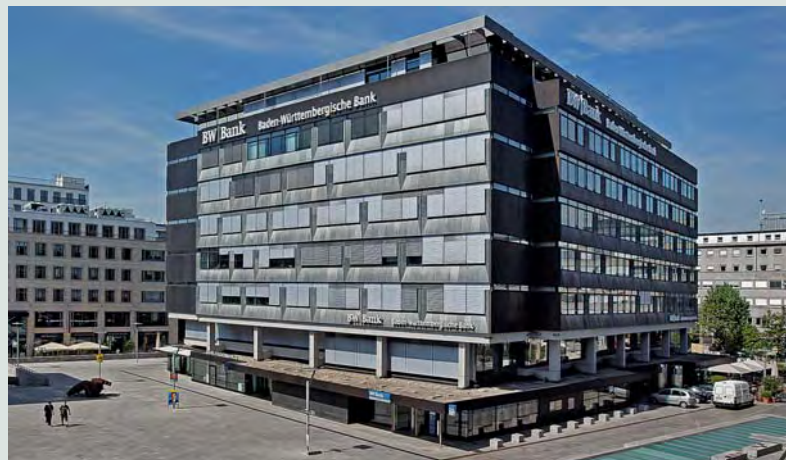
BW-Bank erweitert ihre PC/E-Installation

Die Baden-Württembergische Bank (BW-Bank), eine Tochter der Landesbank Baden-Württemberg (LBBW), wird künftig im Schalter- und Kassenbereich ihrer 200 Filialen Software aus Wincor Nixdorfs ProClassic/Enterprise Retail Banking Solution Suite (PC/E) einsetzen. Außerdem wird die Bank eine neue Software einführen, um ihren Kunden in den Vertriebskanälen Selbstbedienung, Onlinebanking und Telefonbanking personalisierte und individuell zugeschnittene Angebote übermitteln zu können.

Bereits seit 2003 betreibt die BW-Bank mit PC/E rund 330 Kontoservice-

Durch den Einsatz der Standardsoftware erreicht die Bank eine schnellere Umsetzung von Weiterentwicklungen, die sich aufgrund gesetzlicher Vorgaben oder Prozessverbesserungen ergeben. Für die Kunden ändert sich nichts: Sie werden weiterhin in der gewohnten Qualität und Bearbeitungsgeschwindigkeit bedient.

Gegen Ende dieses Jahres will die BW-Bank außerdem mit der Pilotierung der One to One-Marketing-Software PC/E Direct Marketing beginnen. Die Software ermöglicht eine Vertriebskanal-übergreifende Ansprache der Kun-



terminals. Seit 2006 werden zusätzlich die automatischen Kassentresore mit PC/E gesteuert. Nun hat Wincor Nixdorf den Auftrag erhalten, die bestehende Installation zu erweitern. Im Jahr 2010 sollen Prozesse wie die Kassenführung und Transaktionen in den Bereichen Girokonto, Spar und Sorten über die Software abgewickelt werden. PC/E Teller Operations, so der Name des Softwareproduktes, löst damit eine Eigenentwicklung der Bank ab.

Im Vorfeld wurde die Software getestet. Hierzu wurden in zwei Filialen der BW-Bank die Girokonto-Transaktionen über PC/E abgewickelt. Mitarbeiter der Wincor Nixdorf Banking Consulting passten die Lösung an die Anforderungen der Bank an und integrierten sie in die Anwendungsumgebung.

den und verwendet dazu personalisierte Daten aus dem CRM-System der Bank. Gestartet wird mit der Integration der Vertriebskanäle Selbstbedienung, Online- und Telefonbanking. Bereits Ende 2006 begann die Bank auf Basis des Vorläuferproduktes PC/E Advertising mit dem Testbetrieb für das Direktmarketing im Vertriebskanal Selbstbedienung.

Durch den Einsatz von PC/E Direct Marketing will die BW-Bank zusätzliche Vertriebswege zur Kundenansprache öffnen und dort direkt Geschäftsabschlüsse erzielen. Dies wird erreicht, indem Kunden sehr gezielt auf ihre individuellen Belange hin angesprochen und mit passenden Angeboten versorgt werden. Die Rückmeldungen der Kunden werden ausgewertet, um die Beratungsqualität weiter zu erhöhen.