

Self-Service in Bankprozessen

Im Retail Banking ist Self-Service seit Jahren üblich. Auch im Wholesale Banking erfolgt der Informationsaustausch digital. Von Martin Bleijenberg

Die Eröffnung von Konten, das Ändern von Nutzerdaten, die Erhöhung eines Tageslimits – das alles führen Privatkunden meist ohne die Betreuung durch Mitarbeitende von Banken durch. Auch im Wholesale Banking gibt es im Zusammenspiel zwischen Treasury und Bank bereits viele Bereiche, in denen der Austausch von Informationen weitestgehend digitalisiert und automatisiert stattfindet. So gibt es sich im Zahlungsverkehr und bei Devisengeschäften sowie bei der Betrugsbekämpfung kaum noch manuelle Prozesse. Auch bei Handelsfinanzierungen werden die benötigten Informationen zunehmend auf digitalem Wege ausgetauscht.

»Digitalisierung muss als strategische Aufgabe verstanden werden.«

Trotzdem ist noch Potential zur Optimierung vorhanden, etwa in den vorgelagerten Bereichen wie der Neueinrichtung und Verwaltung von Kontenverbindungen. Die Eröffnung eines Kontos mit den damit verbundenen KYC-Anforderungen oder der Wechsel von Berechtigungen sind häufig noch mit einem enormen Aufwand an Papier, Telefonaten und E-Mails verbunden. Eine engere Zusammenarbeit zwischen Banken und dem Unternehmens-Treasury könnte

hier zu mehr Effizienz für beide Seiten führen. Richtig glücklich scheinen Treasurer mit der Art und Weise, wie Banken ihre digitalen Angebote für Unternehmen ausbauen, nicht zu sein. Im jüngsten Treasurer-Panel dieser Zeitschrift klagte ein befragter Treasurer: „Die Banken beschäftigen sich lieber mit sich selbst oder untereinander, statt nach dem Bedarf des Kunden zu fragen.“ Solche Aussagen machen deutlich, dass mehr Dialog zwischen den Beteiligten notwendig ist.

Die Digitalisierung muss als strategische Aufgabe verstanden werden. Jährliche Strategiemeetings zwischen Unternehmen und Banken, bei denen Branchenentwicklungen, Nachhaltigkeit oder geopolitische Herausforderungen besprochen werden, sind durchaus üblich. Empfehlenswert wäre, den Austausch auf die Digitalisierungsstrategie auszuweiten: Wie sieht die jeweilige digitale Agenda aus, welche Lösungen sind derzeit am Markt, welchen Einfluss hat der Einsatz von KI? Je besser Banken und das Unternehmens-Treasury ihre gegenseitigen Erwartungen und Anforderungen verstehen, desto besser gelingt eine digitale Integration.

Die Vorteile liegen auf der Hand: Die konsequente Digitalisierung aller Prozesse würde nicht nur zu mehr Effizienz auf beiden Seiten führen, sie wäre auch nutzerfreundlicher. Hinzu kommt: Routinearbeiten sind nicht sehr motivierend. Die Digitalisierung ermöglicht, dass die Mitarbeitenden in Treasury und Banken ihre Zeit sinnvoller einsetzen und

damit zufriedener werden. Auch in Bezug auf Sicherheit bietet die Digitalisierung Vorteile: Datenaustausch per E-Mail oder über nicht protokollierte Telefonate sorgt für Unbehagen bei den Compliance-Verantwortlichen. End-to-End-digitalisierte Verfahren bieten mehr Sicherheit, können durchgängig überprüft werden und sind ein Schritt hin zu mehr Datensicherheit.

Austausch und Dialog

Banken verfügen über ein breites Spektrum an digitalen Instrumenten. Es sollte nicht nur darum gehen, nur bankeigene Lösungen zu implementieren. Denn je enger die Integration mit einem Bankenpartner ist, desto schwieriger wird für ein Unternehmen häufig die Anbindung an andere Banken. Bei Unternehmen mit mehreren Bankverbindungen ist das für das Treasury eine Herausforderung. Nicht zuletzt deshalb wächst das Interesse an bankenunabhängigen Lösungen, wie Electronic Bank Account Management (Ebam) oder Swift-Dienstleistungen.

Um bei der nächsten Stufe der Digitalisierung die Diskrepanz zwischen Erwartungen und Angeboten zu reduzieren, müssen beide Seiten über den Tellerrand hinausblicken. Firmenkundenberater und Mitarbeitende im Treasury sind oft weit weg von den Perspektiven der IT-Experten – und umgekehrt. Nötig ist deshalb ein kontinuierlicher Dialog, bei dem alle Seiten ein Verständnis für die jeweiligen Anforderungen und Möglichkeiten entwickeln.



Martin Bleijenberg

ist Head of Transaction Services Products Germany and Austria bei ING Wholesale Banking.

marten.bleijenberg@ing.de