

ANWENDERBERICHT

## DekaBank

“WAS UNS AN DER DOC1 SUITE BESONDERS ÜBERZEUGT HAT, IST DIE FLEXIBILITÄT BEI DEN AUSGABEOPTIONEN DER KORRESPONDENZ.”

Janis Bumbulis, Leiter Konzern COO – Infrastrukturservices

DEKA BANK SETZT BEI DER KUNDENKOMMUNIKATION AUF DIE DOC1 SUITE.



### Anforderungen

Hohe Druckvolumen, extrem kurze Produktionsvorläufe und strenge gesetzliche Vorgaben bei der Angebotskommunikation mit Kunden gehören zu den Herausforderungen bei der Kommunikation im Finanzsektor.

### Lösung

Die DekaBank entwickelte auf Basis der DOC1 Suite eine Lösung für individuelle, zielgerichtete, Multikanal-Kundenkommunikation, die all diese Anforderungen erfüllt.



Die DekaBank ist der zentrale Asset Manager der Sparkassen-Finanzgruppe und beschäftigt mehr als 3.500 Mitarbeiter. Mit einem verwalteten Fondsvermögen von mehr als 190 Milliarden Euro, über fünf Millionen betreuten Depots und Konzernstandorten in Luxemburg, der Schweiz und Irland, ist der DekaBank-Konzern einer der größten Asset Manager in Deutschland. Als Fondsdienstleister der Sparkassen versendet die DekaBank über 18 Millionen Briefe, beziehungsweise 40 Millionen Seiten im Jahr. Um bei solch einem Mailingvolumen keine reinen Massenmailings, sondern eine zielgruppengerichtete Kundenansprache umsetzen zu können, muss eine Lösung zur Unterstützung der Kundenkommunikation hohe Anforderungen erfüllen.

### Anforderungen der DekaBank

Den Ausschlag, sich nach einer neuen Lösung umzusehen, gab bei der DekaBank die Umstellung von einem formularhaften Briefsystem auf eine neue Lösung für die hochvolumige Dokumentenerstellung. Damit sollten die Massenkorrespondenz sowie hohe Druckvolumen bewältigt werden können. Wichtig war der DekaBank außerdem, dass in den kommenden Jahren möglichst viele Kommunikationskanäle in die Kundenkommunikation einbezogen werden konnten. Neben dem Postweg sollten auch elektronische Kanäle wie e-Mail und SMS genutzt werden können. Auch das Thema Transpromo stand bereits in der Lösungsauswahl zur Debatte.

Ein weiteres wichtiges Kriterium bei der Auswahl der Lösung war die Einbindung

in die bestehende IT-Umgebung der DekaBank. Der Finanzdienstleister hatte sich bewusst gegen eine dezentrale Architektur und für die weitere Nutzung seines Legacy Buchungssystem auf einem zentralen Großrechner entschieden.

Ausschlaggebend für diese Entscheidung waren und sind die extrem kurzen Produktionsvorläufe. Wertpapierabrechnungen müssen beispielsweise innerhalb von drei Tagen beim Kunden sein. »Diese Schlagzahl lässt sich am elegantesten über einen Großrechner erreichen«, erklärt Janis Bumbulis, Leiter Konzern COO – Infrastrukturservices bei der DekaBank.

### Interaktive Kundenkommunikation

Nach einer Evaluierungsphase entschied sich die DekaBank für die DOC1 Suite von Group 1 Software.

»Neben der überzeugenden Funktionspalette hatte die DOC1 Suite auch gute Referenzen von anderen Unternehmen in der Finanzbranche«, erklärt Janis Bumbulis. »Die Lösung hatte sich beispielsweise bereits bei verschiedenen Finanzinstituten im Einsatz bewährt.«

In der Vergangenheit setzte die DekaBank auf eine formularbasierte Kundenkommunikation pro Geschäftsvorfall. Es wurde also für jeden Geschäftsvorfall, der eine Kundenkommunikation erfordert, in der Kernanwendung der komplette Brief erstellt. Mit der DOC1 Suite wurde ein »Tagesreporting« eingeführt. Dabei erzeugen die Kernanwendungen nicht mehr jedes Mal einen Brief pro Geschäftsvorfall,

## DekaBank

MIT EINER EINZIGEN APPLIKATION KÖNNEN SOWOHL DIE BRIEFPOST ALS AUCH ELEKTRONISCHE KANÄLE BEDIENT WERDEN.

sondern nur noch einen Datensatz. Diese Datensätze werden gesammelt, am Ende eines Tages auf Kundenbasis sortiert und zusammengestellt. Danach wird ein Brief, der sich auf alle Tagesvorfälle bezieht, erzeugt. Auf diese Weise konnte die Seitenzahl reduziert und damit Porto eingespart werden. Die Aufbereitung des Briefes erfolgte nach komplexen Regeln, beispielsweise werden in dem Kundenbrief Vorgänge nach bestimmten Kriterien – wie Änderungen in den Stammdaten, Käufe, Verkäufe, Ausschüttungen – gruppiert und übergreifend Überschriften erzeugt.

Die Applikation auf Basis von DOC1 kommt heute bei der DekaBank in vielen Bereichen zum Einsatz:

- für die Wertpapierabrechnungen
- in der Geschäftskorrespondenz
- bei der allgemeinen Kundenkorrespondenz
- im Bereich der Faxerstellung
- für die Jahresauszüge
- bei der Formularerstellung

Zielgerichtete und fehlerfreie Kundenkommunikation – von der korrekten und pünktlichen Zustellung von Abrechnungen über die allgemeine Korrespondenz bis hin zur Bewerbung passender neuer Produkte und Services, ist heute wichtiger denn je. Dabei werden täglich hohe Dokumentenvolumen produziert und verschickt. Bedarfsgerechte Inhalte sowie die Qualität und Aktualität der Daten sind hierbei entscheidend für die langfristige Bindung der Kunden.

»Was uns an der DOC1 Suite besonders überzeugt hat, ist die Flexibilität bei den Ausgabeoptionen der Korrespondenz«, hebt Janis Bumbulis hervor. »Mit einer einzigen Applikation können sowohl die Briefpost als auch elektronische Kanäle bedient werden. So können die Kunden – je nach persönlicher Vorliebe – über alle zur Verfügung stehenden Kommunikationskanäle angesprochen werden.«

Die DOC1 Suite ist ein Kernmodul der Customer Communication Management-Lösung von Group 1 Software. Mit ihr sind Unternehmen in der Lage, jeden Aspekt der Kundenkommunikation lückenlos abzudecken und durch vielfältige analytische Möglichkeiten die gezielte Kundenansprache zu gewährleisten. Die Einbindung von bedarfsorientierten Daten und Botschaften in die Dokumentengenerierung, erzeugt beim Kunden eine höhere Akzeptanz, wodurch die Kundenbindung nachhaltig gesteigert wird. Das Modul Message1 der DOC1 Suite ermöglicht die Erstellung und Integration individueller Marketingbotschaften. Die Verteilung der Dokumente ist über verschiedene Kanäle möglich.

### Transpromo in der Finanzbranche

»Der Bereich Transpromo sieht bei einem Finanzdienstleister natürlich ganz anders – und weit weniger bunt – aus als beispielsweise in der Reise- oder Telekommunikationsbranche«, erläutert Janis Bumbulis. »Während Eventangebote auf einer Telefonrechnung oder Sonnencremerekлама auf Reiseunterlagen durchaus von den Kunden akzeptiert werden mögen, ist in der Finanzbranche Seriosität und Zurückhaltung bei den Angeboten gefragt. Um so wichtiger ist es, ausschließlich Angebote in die Kundenkorrespondenz einzubinden, die auf das Profil des Kunden abgestimmt sind.«

Bei dem Thema personalisierte Marketingmaßnahmen spielt nicht nur die Wahrnehmung der Endkunden eine Rolle. Je nach Branche existieren auch genaue Vorgaben und Gesetze, die den Handlungsspielraum begrenzen.

»Wir dürfen unsere Kunden nicht unbegrenzt auf Produkte hinweisen, weil wir sofort in eine Beratungspflicht kämen«, erklärt Bumbulis. »Zusammen mit der Produktinformation, zum Beispiel zu einer Wertpapieranlage, sind wir verpflichtet, den Kunden gleichzeitig auf Chancen und

AUCH DIE EINBINDUNG IN DIE BESTEHENDE IT-UMGEBUNG MIT DEM LEGACY BUCHUNGSSYSTEM AUF EINEM GROSSRECHNER LIESS SICH MIT DER DOC1 SUITE SEHR GUT UMSETZEN.

Risiken dieser Anlage hinzuweisen.« Die Bank darf auf ihre Briefe keine x-beliebige Werbung aufdrucken. »Kaufen Sie auch dieses großartige Produkt XY!« ist in Deutschland vom Gesetzgeber untersagt. Das Gesetz setzt den Unternehmen klare Grenzen.

Trotz der gesetzlichen Grenzen ist man auch in der Bankenbranche kreativ, was den Einsatz von Transpromo angeht. »Spezielle Aktionen, die Kunden zusätzliche Optionen erläutern sind durchaus möglich«, erläutert Bumbulis. »Wir legen der Kundenkommunikation beispielsweise ein Formular für die Einrichtung eines Sparplans vorausgefüllt bei. Wir dürfen nicht irgendeinen Sparplan einrichten, dann kämen wir wieder ins Beratungsproblem. Aber zu einem Kauf, den der Kunde bereits getätigt hat, dürfen wir zusätzliche Angebote und Informationen liefern: Sie haben Produkt XY gekauft, richten sie dazu einen Sparplan ein, erhalten Sie folgende Vorteile!«

Aber auch Serviceleistungen, wie die Option Benachrichtigungen elektronisch statt auf dem Postweg zu erhalten, können hier integriert werden. Zusätzlich nutzt die DekaBank die freien Textfelder auf Kundenmitteilungen beispielsweise dazu, die Markenidentität ihres Unternehmens zu verstärken. Informationen über die neuesten Auszeichnungen – beispielsweise ein Platz 1 im aktuellen Finanztest etc. – unterstützen das Image Building des Unternehmens.

#### **Einbindung in die IT-Umgebung**

Auch die Einbindung in die bestehende IT-Umgebung mit dem Legacy Buchungssystem auf einem Großrechner ließ sich mit der DOC1 Suite sehr gut umsetzen.

»DOC1 bietet eine sehr komfortable Anwendungsentwicklung auf dem PC über eine einfach zu bedienende grafische Benutzeroberfläche, die losgelöst von der Produktionsumgebung auf dem Großrechner eingesetzt werden kann«,

bestätigt Janis Bumbulis. »Der Anwendungsentwickler designt das Layout auf dem PC in der Entwicklungsumgebung. Dann wird es auf den Großrechner übertragen, getestet und die Produktion gestartet.«

#### **Layout mit DOC1 Designer**

Bei der Erstellung komplett neuer Layouts werden mit dem DOC1 Designer nach dem Testen die Formatierungsregeln zuerst in die Entwicklungsumgebung auf dem Host übertragen. In einem zweiten Schritt erfolgt der Integrationstest in der QA-Umgebung. Die Übernahme in die Produktion findet im Rahmen der üblichen Releases mittels der normalen Deploy-Mechanismen statt.

#### **Aktualisierung von Inhalten mit Message1**

Mit Message1 können Texte erstellt werden, die einem reduzierten Testzyklus unterliegen. Beispielsweise wenn kein völlig neues Design erstellt wird, sondern nur Texte in einer bestehenden Vorlage geändert werden. Bestehende Inhalte können auch außerhalb der Releases produktiv genommen werden.

Diese Kombination einer einfach zu bedienenden Benutzeroberfläche und den Vorteilen der zentralen Umsetzung von großvolumigen Druckaufträgen mit sehr kurzen Produktionsvorläufen über einen zentralen Großrechner eignet sich ideal für die extremen Anforderungen des Fondsdienstleisters. Auf diese Weise können auch so zeitkritische Benachrichtigungen wie die Wertpapierabrechnungen, die innerhalb von drei Tagen nach Rechnungsabschluss beim Kunden sein müssen, problemlos umgesetzt werden.

#### USA

Pitney Bowes Business Insight  
4200 Parliament Place, Ste 600  
Lanham, MD 20706-1844

Tel: +1 301-731-2300

Fax: +1 301-731-0360

[www.pbbusinessinsight.com](http://www.pbbusinessinsight.com)

#### EUROPA

Pitney Bowes Business Insight  
Minton Place  
Victoria Street  
Windsor, Berkshire SL4 1 EG

Tel: +44 (0)1753 848200

Fax: +44 (0)1753 621140

[www.pbbusinessinsight.co.uk](http://www.pbbusinessinsight.co.uk)

#### ASIEN/AUSTRALIEN

Pitney Bowes Business Insight  
Level 7, Elizabeth Plaza  
North Sydney, NSW 2060

Tel: 61 2 9437 6255

Fax: 61 2 9439 1773

[www.pbbusinessinsight.com](http://www.pbbusinessinsight.com)

#### DEUTSCHLAND/ÖSTERREICH/ SCHWEIZ

Group 1 Software GmbH  
Pitney Bowes Business Insight  
Division

Grafinger Straße 2  
81671 München

Tel.: +49 (0)89 462387-0

Fax: +49 (0)89 462387-44

[www.group1.de](http://www.group1.de)

[www.pbbusinessinsight.com](http://www.pbbusinessinsight.com)

PITNEY BOWES BUSINESS INSIGHT  
IS HEADQUARTERED  
OUT OF THE UNITED STATES.



[www.pbbusinessinsight.com](http://www.pbbusinessinsight.com)

## ÜBER DEKABANK

Die DekaBank ist der zentrale Asset Manager der Sparkassen-Finanzgruppe. Mit dem Ziel die erste Wahl für Sparkassen, Landesbanken und andere Verbundpartner zu sein und jedem Kunden das richtige Produkt anzubieten arbeiten konzernweit mehr als 3.500 Menschen an Ideen und Produkten. Sie bauen dabei auf das profunde Wissen, das in neun Jahrzehnten an Kapitalmarkt und Börse gesammelt wurde. Die Wurzeln der DekaBank reichen bis in das Jahr 1918 zurück, als die Deutsche Girozentrale (DGZ) entstand. 1956 wurde die Deka als Kapitalanlagegesellschaft gegründet. Aus DGZ und Deka entstand 1999 die DekaBank. Mit einem verwalteten Fondsvermögen von mehr als 190 Milliarden Euro, über fünf Millionen betreuten Depots und Konzernstandorten in Luxemburg, der Schweiz und Irland ist der DekaBank-Konzern einer der größten Asset Manager in Deutschland.

## PITNEY BOWES BUSINESS INSIGHT

Group 1 Software gehört zur Pitney Bowes Business Insight Division und ist eine hundertprozentige Tochtergesellschaft des Pitney Bowes Konzerns. Das Unternehmen ist weltweiter Anbieter für Komplettlösungen in den Bereichen Customer Communication Management (CCM) und Operational Intelligence. Die Lösungen decken den gesamten Prozess der bedarfsgerechten Kundenkommunikation lückenlos ab und gewährleisten durch vielfältige analytische Möglichkeiten die gezielte Kundenansprache. In Deutschland agiert die Group 1 Software GmbH von München aus und ist für Deutschland, Österreich und die Schweiz zuständig. Weitere Informationen: [www.group1.de](http://www.group1.de) und [www.pbbusinessinsight.com](http://www.pbbusinessinsight.com)

©2009 Pitney Bowes Software. All rights reserved.

Pitney Bowes Business Insight, MapInfo and Group1 Software are trademarks of Pitney Bowes Business Insight, a division of Pitney Bowes Software and/or its affiliates.

g1-3091-905

