

GASTBEITRAG

Videokommunikation wird zur neuen Realität

Börsen-Zeitung, 22.5.2020
Im Arbeitsalltag deutscher Banken und Sparkassen spielten Videokonferenzen vor Ausbruch der Coronapandemie eine untergeordnete Rolle. Insbesondere in der Interaktion mit externen Geschäftspartnern und Kunden setzte ein Großteil der Institute noch vorrangig auf Besprechungen mit physischer Anwesenheit.

An der fehlenden technischen Infrastruktur liegt es indes eher selten. Vielmehr ist dafür die in der Bankenbranche nach wie vor stark ausgeprägte Präsenzkultur ursächlich. Unter den Mitarbeitern sind zudem erhebliche Berührungängste und mangelnde Fertigkeiten beim Umgang mit „neuen“ Technologien verbreitet. Bedenken bezüglich Informationssicherheit, Datenschutz oder regulatorischer Konformität kommen hinzu.

Vorbehalte bei Kunden

Auch bei den Kunden gab es Vorbehalte: Kam Videotelefonie in der Vergangenheit überhaupt zum Einsatz, blieb die Kamera auf der Kundenseite häufig deaktiviert. Das digitale Fenster in die eigenen vier Wände zu öffnen ist vielen Menschen offenbar suspekt. Im Filialgeschäft hingegen gehört das Hinzuziehen von Experten in Beratungsgesprächen per Videoschleife bereits seit Jahren zum guten Ton. Die VR Bank Augsburg-Ostallgäu eG geht sogar einen Schritt weiter und ersetzt in einigen Geschäftsstellen klassische Bankschalter komplett durch Videoräume, in denen Kunden live betreut werden.

Ansätze, die Kunden mittels Videotechnologie in ihrem Zuhause abzuholen, scheitern neben oben erwähnten Bedenken bezüglich der

Privatsphäre noch allzu häufig an mangelnder Prozessintegration und fehlenden Online-Abschlussfähigkeiten. Dann stören Medienbrüche die Customer Journey, die im Extremfall sogar in einem Präsenztermin endet, wenn ein Kunde persönlich in der Filiale vorstellig werden muss, um beispielsweise eine Unterschrift zu leisten.

Zweifelsohne werden sich die Erfahrungen während der Coronakrise nachhaltig positiv auf die Akzeptanz des Kommunikationsmediums Video auswirken. Auch bisher zögerliche Mitarbeiter, Geschäftspartner und Kunden lernen beruflich und privat bei Videokonferenzen mit Familie und Freunden den souveränen Umgang mit der Technik und die Vorteile der Videotelefonie zu schätzen.

Auch Benedikt Voller, Vice President Business Clients & Partnerships beim Berliner Fintech Raisin, musste in den letzten Wochen seine vorher bereits stark digital geprägte Arbeitsweise vollkommen auf Online-Kontaktpflege umstellen. Für gewöhnlich führt er insbesondere Workshops mit Geschäftspartnern – von anderen Fintechs über Sparkassen bis hin zu Privatbanken – vor Ort und persönlich durch. All diese Termine finden nun digital und vorzugsweise per Videokonferenz statt – und das mit Erfolg: „Sogar Ganztages-Workshops konnten wir bereits vollständig remote durchführen“, berichtet er. Insgesamt eine positive Entwicklung mit Potenzial für die Zukunft – auch wenn es manchmal noch Probleme gibt und beispielsweise bei Kooperationsbanken mit besonders restriktiven Firewall-Einstellungen der Austausch gezwungenermaßen telefonisch stattfindet.

Um die besonderen Herausforderungen an der Kundenschnittstelle zu meistern, setzen Banken wie die Sparkasse Osnabrück oder die VR Bank Südpfalz eG Softwarelösungen von Anbietern wie Purpleview oder Flexperto ein. Mit deren Hilfe gelingt es den Bankhäusern, einen durchgängig digitalen Beratungsprozess zu etablieren. Das Kundenfeedback fällt positiv aus. Thorsten Doppler, bei der VR Bank Südpfalz eG für die Einführung der Videoberatung mit Flexperto verantwortlicher Marktbereichsleiter, erläutert: „In der aktuellen Situation sind unsere Kunden besonders dankbar, wenn wir per Video zum Beispiel gemeinsam die Beantragung von Soforthilfe einfach, schnell und vor allem fallabschließend erledigen. Kunden wie Berater, die unseren Videoservice selbst erlebt haben, möchten nicht mehr darauf verzichten.“

Gewöhnungseffekte

Obschon Banken und Sparkassen nun peu à peu in den Normalbetrieb zurückkehren, wird die Realität zukünftig eine andere sein als vor der Pandemie. „Es wurden technische und mentale Barrieren abgebaut, die auch zu einer langfristigen Nutzung des digitalen Toolset führen werden“, erwartet Benedikt Voller von Raisin. Die Gewöhnungseffekte der letzten Monate werden sich in neuen Kommunikationsroutinen niederschlagen. Nicht zuletzt hat sich auch die Kundennachfrage nach digitaler Face-To-Face-Beratung verändert. Banken und Sparkassen sollten daher gerade jetzt prüfen, wie sie diesen veränderten Ansprüchen gerecht werden können.

.....
Bettina Widmann, Senior Consultant Unternehmensberatung Berg Lund & Company (BLC)