

# Abstract

## **Titel: Analyse und Konzeption eines seitenunabhängigen Output-Kanals für ein Output-Management-System am Beispiel einer Schweizer Bank**

**Kurzzusammenfassung:** Da diese BATH ein Konzept für einen seitenunabhängigen Output-Kanal für ein Output-Management-System (OMS) enthält, werden zu Beginn der Aufbau und Prozess eines OMS theoretisch und praktisch erläutert. Anschliessend findet eine Analyse der mobilen Kommunikationskanäle für die Banken statt – mit dem Ziel, deren Wichtigkeit und Attraktivität mittels Sekundärrecherchen und Primärerhebungen aufzuzeigen. Nach der Analyse der Wichtigkeit und Attraktivität folgt die Konzeption des mobilen Kommunikationskanals am Beispiel einer Schweizer Bank. Dabei werden aus den Erkenntnissen der Experteninterviews und Best Practices Mockups erstellt, welche die Umsetzung eines Kontoauszugs auf verschiedenen mobilen Geräten zeigen.

**Verfasser/-in:** Kristijan Stanic

**Herausgeber/-in:** **Christian Thiel**

**Publikationsformat:**  BATH  
 MATH  
 Semesterarbeit  
 Forschungsbericht  
 Anderes

**Veröffentlichung (Jahr):** 2015

**Sprache:** Deutsch

**Zitation:** Stanic, K. (2015). *Analyse und Konzeption eines seitenunabhängigen Output-Kanals für ein Output-Management-System am Beispiel einer Schweizer Bank*. FHS St.Gallen, Hochschule für angewandte Wissenschaften.

**Schlagwörter (3-5 Tags):** Output-Management-System, mobile Kommunikationskanäle, Customer Experience, Multi-Channel-Strategie, Kontoauszug

## **Ausgangslage**

Aktuell wird das Kernbanksystem, dessen Anwender die Bankfachmitarbeiter sind, modernisiert, um den aktuellen Anforderungen gerecht zu werden. Die Applikation weist Schnittstellen zu den unterschiedlichsten Umsystemen auf. Eines der Umsysteme ist das Output-Management-System, das für die vorliegende Arbeit relevant ist. Das aktuelle OMS befindet sich in der Ablösung durch ein neues. Im Zusammenhang mit dem neuen OMS sind divergente Visionen entwickelt worden. Eine davon ist die Analyse eines neuen Output-Kanals. Der zu analysierende Output-Kanal soll seitenunabhängig sein, sodass er von zahlreichen Endgeräten genutzt werden kann.

## **Ziel**

Die zwei zentralen Fragestellungen, von denen sich die konkreten Ziele der Arbeit ableiten, lauten:

1. Sind mobile Kommunikationskanäle von Banken an die Kundschaft für jüngere Generationen attraktiv?
2. Wie können bestehende Dokumente auf unterschiedlichsten Endgeräten angezeigt werden?

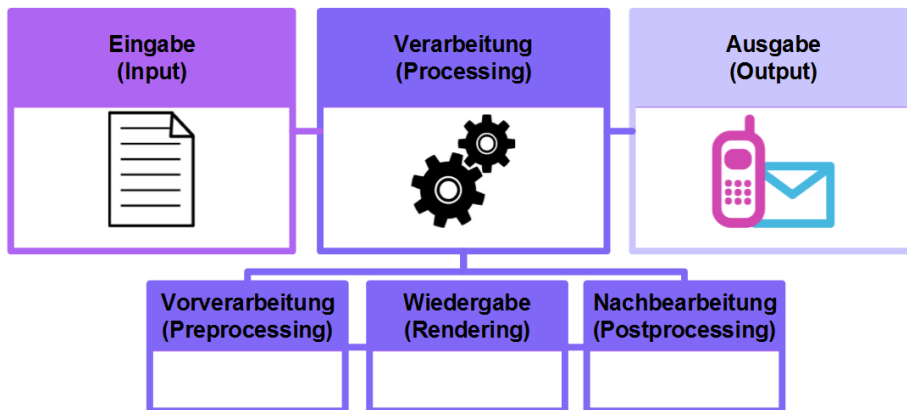
## **Vorgehen**

Die BATH beginnt mit der Einleitung. Im Anschluss folgen das Forschungsdesign, die Planung der Primärerhebung. Für die Primärerhebung dient ein Fragebogen, welcher von vier Experten aus den Bereichen Forschung und Konzeption mobiler Kommunikationskanäle beantwortet werden soll. Nach dem Forschungsdesign schliessen sich die Grundlagen zum Output-Management-System an. Weitergehend werden Wichtigkeit und Attraktivität des mobilen Kommunikationskanals analysiert. Anschliessend folgt die Konzeption. Die gewonnenen Primärinformationen aus den Experteninterviews fliessen in die Wichtigkeit, Attraktivität und Konzeption mobiler Kommunikationskanäle ein. Die Bachelor Arbeit endet mit der Reflexion der Ziele, den offenen Fragen und dem Fazit.

## **Wichtigste Erkenntnisse**

### ***Grundlagen Output-Management-Systeme***

Die wichtige Erkenntnis ist, dass die Beispiele und die Theorie übereinstimmen. Ein Output-Management-System weist einen bestimmten Prozess auf. Dieser beginnt mit den Liefersystemen, wobei die von den Liefersystemen übernommenen Informationen zu druckbaren Formaten oder elektronischen Dokumenten erstellt werden. Das Gesamtsystem wird in die drei Teile Eingabe, Verarbeitung und Ausgabe unterteilt, was aus der folgenden Abbildung ersichtlich ist. Die Verarbeitungskomponente wird weiter in die Vorverarbeitungs-, Wiedergabe und Nachbearbeitungskomponente untergliedert.



### ***Wichtigkeit mobiler Kommunikationskanäle***

Die wichtigste Erkenntnis ist, dass sich die Banken aufgrund des starken Verdrängungswettbewerbs und der Vertrauenskrise differenzieren müssen. Die Differenzierung erreichen die Banken durch ein Angebot unvergesslicher Erlebnisse, welche durch eine Multi-Channel-Strategie ermöglicht werden. Ein aufkommender Kommunikationskanal im Multi-Channel ist der elektronische Kommunikationskanal. Zu diesem Kanal zählen E-Mail, SMS-Dienste, Internet-Website, Onlinebanking, mobile Apps, Bankomaten und Social Media sowie mobile Endgeräte. Der elektronische Interaktionspunkt auf den mobilen Endgeräten besitzt enormes Potenzial in der Schweiz. Denn 60 % oder 4,3 Millionen Schweizer zwischen 15 und 74 besitzen im Jahr 2014 ein Smartphone. Im darauffolgenden Jahr steigt der Smartphone-Besitz auf 75 %. Bereits besitzen auch 39 % der Schweizer ein Tablet. Die Grundlagen für die mobile Kommunikation in der Schweiz sind insofern gegeben. Die mobilen Kommunikationskanäle sind ebenfalls wichtig, um neue Kundensegmente, wie die Digital Natives oder auch die Digital Immigrants, anzusprechen. Experten konstatieren, dass mobile Kommunikationskanäle für Banken in Zukunft unerlässlich sind.

### ***Attraktivität mobiler Kommunikationskanäle***

Die wichtigste Erkenntnis lautet, dass mobile Kommunikationskanäle den Banken grosse Wachstumschancen bieten. Die Nachfrage nach Onlinebankdienstleistungen auf dem mobilen Endgerät wächst exponentiell. Die Umsätze werden von 2010 bis 2015 bei einfachen Onlinefinanzprodukten um 600 % steigen, bei komplexen Onlinefinanzprodukten um 300 % und bei Onlinetransaktionen sowie Informationsbeschaffung um 230 %. Mit den mobilen Kommunikationskanälen können Kundensegmente der Schüler und der Studenten angesprochen werden. Dass diese Kundensegmente schwer über die Filialen erreichbar sind, macht den mobilen Kommunikationskanal für die Banken noch attraktiver. Die Chancen mobiler Kommunikationskanäle sind eine effizientere Durchführung und Messung der Marketing- und Vertriebskampagnen oder bessere Kundenbindungsmassnahmen. Die Experten formulieren, dass Banken ihre Kundschaft zeit- und ortsunabhängig über diese Kanäle erreichen und gewinnen können. Mit mobilen Kommunikationska-

nähen können sich die Banken von der Konkurrenz abheben. Die mobilen Kommunikationskanäle erlauben ebenfalls eine schnellere Abwicklung von Bankgeschäften im Vergleich zu herkömmlichen Kommunikationskanälen.

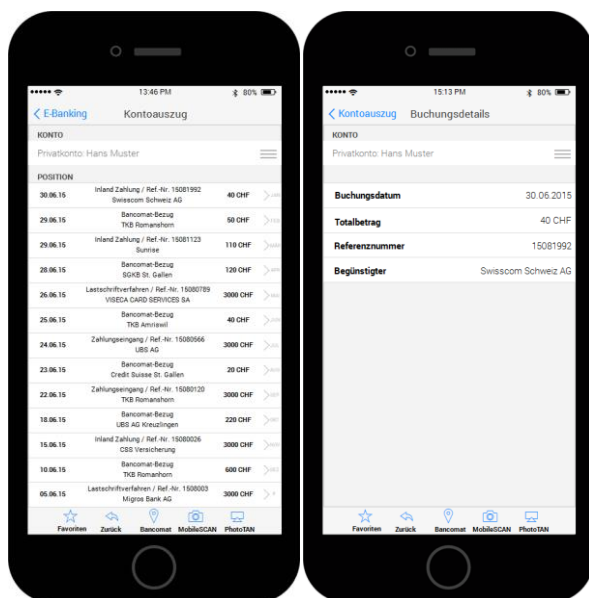
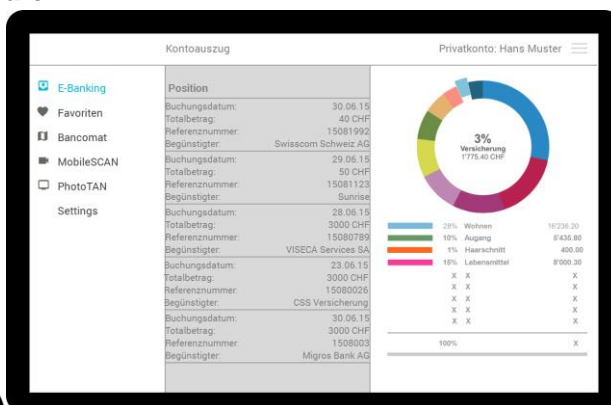
Die grösste Herausforderung bei den Banken ist aktuell der rechtliche Aspekt. Experten sind jedoch der Meinung, dass der Markt den nötigen Druck ausüben wird, damit gewisse Gesetze gelockert werden. Der mobile Kommunikationskanal weist den grössten Optimierungsbedarf bei den Banken auf und stösst heute mehrheitlich auf Skepsis. Der Grund dafür sind nicht nur Sicherheitsbedenken, sondern auch Zweifel am Mehrnutzen.

Neben den technischen Risiken benennen Experten weitere Risiken, wie eine inkonsistente mobile Strategie, eine schlechte Adaption, unsicheres oder benutzerunfreundliches Design. Führen die Banken keinen mobilen Kommunikationskanal ein, so werden sie von neuen Playern auf dem Markt überholt.

### Konzeption mobiler Kommunikationskanäle

Die wichtigste Erkenntnis lautet, dass sich die Banken bewusst sein müssen, dass sich die Kundschaft digital mindestens ebensogut beraten fühlen muss wie bei einer persönlichen Beratung.

Beim Design des mobilen Kommunikationskanals ist es wichtig, auf die



Bedienung und eine benutzerfreundliche Gestaltung zu achten. Die Informationen sind auf das Wichtigste zu reduzieren. In den Kontoauszug-Mockups für Tablet und Smartphone sind diese Erkenntnisse umgesetzt. Das Tablet-Mockup beinhaltet einen Kontoauszug und ein Tool, welches die Ausgaben, in definierte Bereiche, grafisch zusammenfasst. Das erste Smartphone-Mockup stellt den Kontoauszug dar und das Zweite die Buchungsdetails einer Position.

### Zentrale Literaturquellen

Liebhart, D., Schmutz, G., Lattmann, M., Heinisch, M., Könings, M., Kölliker, M. et al. (2008). *Business Communication Architecture Blueprint. Leitfaden zur Konstruktion von Output Management Systemen*. München: Carl Hanser Verlag.

Zillmann, M. (2012). *Zukunft der Banken 2020: Trends, Technologien, Geschäftsmodelle [Elektronische Version]. Lünendonk – Trendstudie*.