



Bank, Markt und Menschen

Beitrag

Rolf Olmesdahl

Leiter Departement IT und Services (COO), Raiffeisen Schweiz

Erschienen im Ergon Magazin 2019

SMART insights

ergon

Rolf Olmesdahl, Leiter Departement IT und Services (COO) bei Raiffeisen Schweiz, empfängt zum Gespräch in seinem Büro am Hauptsitz in St. Gallen. Ein schlichter Raum ohne Schnörkel und Prestige. Der Laptop steht auf dem Pult; sonst gibt es hier nichts zu sehen. «Clean Room» wird sein Arbeitsort intern genannt. Es könnte auch der Titel seiner Arbeitsauffassung sein – effizient, elektronisch, geradlinig. Sauber eben; und doch nahe bei den Menschen.

«Die persönliche Begegnung, der menschliche Austausch bleiben nach wie vor wichtig.»

Wie behauptet sich einer der grossen Player im hiesigen Bankgeschäft? Welchen Stellenwert hat dabei die IT – und wie steht es um sie bei Raiffeisen?

Dass sich auch Banken laufend weiterentwickeln müssen, um wettbewerbsfähig zu bleiben, liegt auf der Hand. Entscheidend ist, dass sich die Kundschaft bei der Bank weiterhin aufgehoben fühlt. Dienstleistungen müssen schneller erbracht werden; der Zugang soll bequem und sicher sein. Hier spielen neue, effizientere und verlässliche IT-Lösungen eine zentrale Rolle.

Kernbankensystem

«Bis vor Kurzem hatten unsere 243 genossenschaftlich organisierten Raiffeisenbanken noch alle ein eigenes IT-Kleinbankensystem. Per Ende des letzten Jahres wurden alle Banken auf das neue System migriert und nutzen nun alle ein einziges, gemeinsames Kernsystem», sagt Olmesdahl und fügt hinzu: «Das war eine grosse Aufgabe, die wir uns vorgenommen hatten. Wir haben es geschafft, ich kenne keine andere Firma, die nahezu 250 Einzelunternehmen auf eine einzige Plattform migriert hat.»



Dynamische Digitalisierung

Alles ist im Fluss. Viele Prozesse sind im Umbruch und auf dem Weg zur Digitalisierung, andere befinden sich in der Transformation. «Es gibt Gebiete, Ideen, Möglichkeiten, die wir bereits heute antizipieren wollen. In Zeiten des konstanten Wandels ist es wichtig, dass wir eigenständig neue Marktsituationen und Trends evaluieren und beobachten können», so Olmesdahl, «deshalb haben wir bereits vor längerer Zeit unsere Innovationswerkstatt RAILab gegründet, die sich als separate Organisationseinheit mit Trends, Technologien, neuen Perspektiven und Potenzialen beschäftigt. Im RAILab sind wir zum Beispiel ein erstes Thema mit Blockchain angegangen oder wir haben die Bedeutung und Konsequenzen neuer regulatorischer Vorschriften (PSD2) evaluiert.»

«Wir wollen eigenständig und schnell auf neue Marktsituationen reagieren können.»

ROLF OLMESDAHL,
LEITER DEPARTEMENT IT UND SERVICES (COO)
BEI RAIFFEISEN SCHWEIZ

Prozess-Effizienz-Steigerung

«Natürlich müssen wir auch bereits bestehende Prozesse effizienter gestalten und durchgängiger organisieren. Die E-Banking-Applikationen für unsere Kunden sind ideale Beispiele dafür. Hier sind wir mittlerweile auf gutem Kurs. Soweit ich weiss, haben wir im Vergleich mit der Schweizer Kundschaft der hiesigen Grossbanken, mit über 1.3 Millionen Kunden, wahrscheinlich das grösste E-Banking-System. Täglich kommen 300 neue hinzu. Letztthin konnten wir uns über einen Rekord freuen, nämlich 550 000 Logins an einem einzigen Tag», sagt Olmesdahl und fügt hinzu, dass trotz dieser Erfolge noch viel Potenzial besteht. Mehr Kunden für das E-Banking gewinnen – dieses Ziel gilt weiterhin. Ganz offensichtlich ist, dass sich die E-Banking-Strategie des Hauses gelohnt hat. Zurzeit sind die Raiffeisen-Spezialisten mit dem Digitalisieren und Optimieren der Beraterprozesse beschäftigt.

Digitale Nähe

«Raiffeisen hat einen zentralen Wettbewerbsvorteil: Wir sind mit unseren über 880 Geschäftsstellen immer noch dreimal präsenter und näher bei den Menschen als die beiden Grossbanken. Diesen Vorteil wollen wir bei der Digitalisierung unter keinen Umständen aufs Spiel setzen.» Olmesdahl glaubt nicht an die exklusive Digitalisierung, die persönliche Begegnung, der menschliche Austausch bleibt für ihn wichtig. Deshalb betont er die grosse Herausforderung, der sich die Digitalisierungsexperten bei Raiffeisen stellen müssen. Die Kunden schätzen digitale Dienste sowie die Annehmlichkeiten bei der Abwicklung ihrer Bankgeschäfte übers E-Banking. Aber sie schätzen den persönlichen Bezug zur lokalen Bank genauso.

Einheitliches, gutes Kundenerlebnis

Welches sind die Voraussetzungen, dass Raiffeisen auch digital als eigenständige, verlässliche und nahe Bank wahrgenommen wird? «Nähe hat mit Vertrauen zu tun. Und Vertrauen wiederum mit Sicherheit. Beides darf man nicht leichtfertig aufs Spiel setzen, ganz besonders heute nicht. Deshalb legen wir so viel Wert auf Sicherheit und ein gutes Kundenerlebnis – auch online.» Gibt es weitere Aspekte? «Sicherheit ist zentral. Unsere Sicherheitsstruktur hat verschiedene Ebenen: E-Banking-Login-Verfahren, Infrastruktur, Firewalls usw. – auf jeder Stufe haben wir in den letzten drei Jahren massiv investiert.»

Ein Wort zu Ergon

«Wir wollen für unsere Kunden digital nahe sein. Sicherheit und Bequemlichkeit sind wichtig. Deshalb waren wir auf der Suche nach einem Login-Prozedere, mit dem sich der Kunde ein einziges Mal anmeldet und sofort Zugang zu sämtlichen Diensten hat, die er braucht.

Für Ergon hatten wir uns entschieden, weil das Unternehmen mit Airlock einen intelligenten Identity-Hub mit Single-Sign-On anbietet, das überlegt konzipiert ist, leicht ausbaubar bleibt und höchste Sicherheitsanforderungen erfüllt. Somit werden wir eine einheitliche Raiffeisen-Identität schaffen und unseren Bankkunden einen sicheren, nahtlosen Zugriff ermöglichen.»

Fragen zum Artikel?

Kontaktieren Sie uns via kommunikation@ergon.ch



Lust auf mehr?

Erhalten Sie hier Ihre kostenlose
Kopie vom Magazin SMART insights:
www.ergon.ch/smart-insights-2019