

CRM SaaS für Banken und Versicherungen – Chancen und Herausforderungen

Erwin Sharp
ORACLE Deutschland B.V. & Co. KG
Düsseldorf

Schlüsselworte:

CRM, Banken, Versicherungen, Software as a Service, SaaS, Cloud Computing

Ein Megatrend der IT

„Software as a Service“ (SaaS) oder auch „Cloud Computing“ ist ohne Zweifel einer der aktuellen Megatrends in der IT. Der Umsatz von SaaS Anbietern wächst derzeit um gute 20% pro Jahr, ein Ende des Trends ist momentan nicht abzusehen. Eine der meistgenutzten Anwendungen in diesem Rahmen sind Customer Relationship Management Lösungen. Oracle als weltmarktführender Anbieter von CRM Software ist mit Oracle CRM On Demand und Oracle Fusion CRM auch im SaaS Markt prominent vertreten und kann sich einer regen Nachfrage erfreuen. Banken und Versicherungen in Deutschland unterliegen hohen rechtlichen Anforderungen zum Schutz personenbezogener Daten. Wir wollen daher im Folgenden betrachten, welche Chancen, aber auch welche speziellen Herausforderungen für diese Branche mit der Nutzung von CRM SaaS Angeboten verbunden sind.

Gibt es überhaupt Bedarf für neue CRM Lösungen?

In welchen Kundensegmenten erzielen deutsche Banken eigentlich ihre Erträge? Steht diese Situation auch im Einklang mit den Ertragspotenzialen der Marktsegmente? Die zeb Privatkundenstudie von 2010 zeigt ein auf den ersten Blick erstaunliches Ergebnis: Obwohl die mittleren Einkommensgruppen mit einem Haushaltsnettoeinkommen von 1.250 bis 5.000 € pro Monat fast 70% aller Haushalte in Deutschland ausmachen, speisen sich die Erträge der Banken im Privatkundengeschäft nur zu einem knappen Viertel aus diesem Segment. Der obere Teil dieser Bevölkerungsgruppe mit einem HHNE von 2.500 – 5.000 € stellt immerhin 37% aller Haushalte, trägt aber gerade einmal zu 5% der Erträge bei. Obwohl gerade in diesem Teilsegment ausreichende Kaufkraft und auch Bedürfnisse nach Altersvorsorge, Immobilienfinanzierung, hochwertigen Anschaffungen, Vermögensaufbau usw. vorhanden sind, gelingt es offensichtlich nicht, die Potenziale auch ertragreich zu nutzen.

Bessere und vollständige Information über die Kunden, ihre Interessen und historische Entwicklung der Kundenbeziehung sowie ein engere Verzahnung von Marketingkampagnen und Vertrieb könnten zweifellos dazu beitragen, die Cross- und Upselling-Potenziale intensiver zu erschließen, eine erhöhte Kundenbindung zu erzeugen und damit dem Trend zum Smart Shopping auch bei Finanzprodukten eine deutlich intensivere und loyalere Kundenbeziehung entgegenzusetzen.

Szenenwechsel zur Versicherungswirtschaft: Sind die gewachsenen Strukturen noch ausreichend geeignet, die zunehmend multioptional und multimedial agierenden Kunden kanalübergreifend zufriedenzustellen, ihre Informationswünsche zu erfüllen und ihnen ein Kundenerlebnis zu bereiten, das Loyalität und Weiterempfehlungsbereitschaft stärkt? Die Instrumente, die dem Vertrieb, dem Kundenservice oder Schadenbereich zur Verfügung stehen bieten meist keine durchgängigen, kanalübergreifenden Kundeninformationen und können hier nur eingeschränkt weiterhelfen. Moderne CRM-Tools sind also auch hier geeignet, einen geschlossenen Marketing- und Vertriebskreislauf von

der Zielgruppensegmentierung über Leadgenerierung und Abschluss bis zum Folgegeschäft herzustellen und permanent in Bewegung zu halten.

Viele Banken und Versicherungen verbinden jedoch mit dem Begriff „CRM“ zugleich die Vorstellung von hoher Komplexität, langwierigen und kostenträchtigen Projekten und im Ergebnis oft starren Lösungen, die nur schwierig den wandelnden Erfordernissen des Marktes angepasst werden können. Eigenschaften, die in der Vergangenheit bei der gängigen Nutzung von Individualentwicklungen oder hochgradig individualisierten Standardlösungen durchaus zutreffend waren.



Abb. 1: CRM Systeme als Individuallösung sind meist hochkomplexe und langwierige Projekte

Von der Individuallösung zum SaaS Konzept

Seit einigen Jahren ist in Banken und Versicherungen der generelle Trend zu beobachten, sich von der früher sehr stark ausgeprägten Neigung zu Individualentwicklungen zu entfernen. Komplexität, Kosten und Zeitbedarf sind in vielen Fällen einfach zu hoch im Verhältnis zum möglichen Wettbewerbsvorteil einer maßgeschneiderten Lösung. Zumal auf Grund des hohen Zeitraums von der fachlichen Konzeption bis zur vollständigen Inbetriebnahme das Risiko besteht, dass sich die Anforderungen zwischenzeitlich bereits geändert haben. Standardlösungen, die vielleicht nicht zu 100% dem Idealbild entsprechen, aber dafür kurzfristig verfügbar und meist wirtschaftlich vorteilhaft sind, gewinnen in den letzten Jahren immer größere Akzeptanz in der Branche. Das Software as a Service Konzept stellt im Grunde genommen nur einen weiteren folgerichtigen Schritt dar: Ist einmal akzeptiert, dass eine Standardsoftware für ein bestimmtes Business-Problem geeignet ist, muss fast zwangsläufig die Frage gestellt werden, ob durch den eigenen Betrieb dieser Software ein Wettbewerbsvorteil erzielt werden

kann. Genau wie für die Software selbst kann also auch für den Betrieb eine nüchterne Make-or-Buy-Abwägung getroffen werden. Das Outsourcing des Betriebs an einen IT-Dienstleister ist bereits üblich geworden. Moderne SaaS Angebote zeichnen sich dadurch aus, dass sie auch diesen Aspekt standardisiert haben und mittels eines Gesamtpreises pro User / Monat sehr einfach die Gesamtkosten einer Lösung inklusive aller Betriebs- und Supportaufwände dargestellt werden können. Ein Wirtschaftlichkeitsvergleich muss selbstverständlich immer individuell angestellt werden, er sollte aber generell folgende Gesichtspunkte umfassen, wenn zunächst die Gesamtkosten des „klassischen“ Betriebsmodells erfasst werden:

- Kaufpreis der Software-Lizenzen (Abschreibungsdauer berücksichtigen)
- Kauf- oder Leasingpreis der Hardware (Erneuerungsrhythmus beachten)
- Kosten für weitere benötigte Soft- und Hardware-Komponenten (Betriebssystem, Datenbank, Virtualisierung, Virenschutz, Storage, Netzwerk...)
- Kosten für Installation, Implementierung, Customizing, Integration
- Maintenance Kosten für gesamte Soft- und Hardware
- Laufende Betriebsaufwände, ggf. Kosten des Dienstleisters bei Outsourcing des Betriebs
- Applikationsspezifischer Schulungs- und Betreuungsaufwand
- Aufwände für Releasewechsel (intern, ggf. ext. Dienstleister)

Noch nicht berücksichtigt sind die zusätzlichen Aufwände, die für Testumgebungen, Backup oder Disaster Recovery anzusetzen sind.

Demgegenüber ist die Liste der Aufwände für eine Software as a Service Lösung vergleichsweise kurz:

- Nutzungsentgelt für SaaS
- Initiale Implementierungs- und Integrationsaufwände

Jede selbst betriebene Business Applikation ruft erhebliche Aufwände hervor, die weit über die Anschaffungskosten der zugehörigen Softwarelizenzen und den Supportpreis hinausgehen. Auch beim Betrieb virtueller Serverinfrastrukturen entstehen anteilige Kosten für Hardware, Betriebssysteme, Virtualisierungssoftware, Virenschutz, Netzwerk usw. Dadurch, dass immer eine mehrschichtige Architektur unterschiedlicher Hard- und Softwarekomponenten erforderlich ist, sind auch stets multiple, nicht-synchrone Releasezyklen gegeben, welche wiederkehrend Aufwände für die Durchführung von Upgrades nebst Kompatibilitätstests und Schnittstellenanpassungen mit sich bringen. Mithin ein umfangreiches Bündel an Kosten, internen Aufwänden und Zeitbedarf, das sich bei Nutzung von SaaS Lösungen auf ein Minimum reduzieren lässt.

Neben diesen wirtschaftlichen Vorteilen bietet das SaaS Modell weitere Mehrwerte durch seine schnelle Verfügbarkeit, Flexibilität und – insbesondere bei den Oracle CRM On Demand und Fusion CRM SaaS Angeboten – die Befähigung der Fachbereiche, viele Individualisierungen oder Änderungen im Form von einfachen Konfigurationen ohne Programmieraufwand selbst durchführen zu können. Des Weiteren ist es sehr vorteilhaft, dass es sich um eine Gesamtlösung aus einer Hand handelt, sodass bei eventuellen Problemen kein Herumreichen des „Schwarzen Peters“ zwischen den Herstellern der Hardware, der Applikation, der weiteren Softwarekomponenten oder eines ggf. mit dem Betrieb beauftragten Outsourcing-Partners stattfinden kann.



Abb. 2: SaaS Lösungen von Oracle sind Gesamtlösungen aus einer Hand – eine wichtige Voraussetzung für klare Verantwortlichkeiten, hohe Performance und garantierte Sicherheit

Risiken und Hürden: Reizthema Datensicherheit

Trotz der offenkundigen Vorteile hinsichtlich Wirtschaftlichkeit, Flexibilität und Schnelligkeit wird dem SaaS Modell häufig auch mit Skepsis begegnet – und das nicht ohne Grund. Hinter dem Begriff „Cloud“ wird oft eine geradezu nebulöse Umsetzung vermutet, bei der niemand weiß auf welchem Server, in welchem Land, zusammen mit den Daten welcher sonstigen Auftraggeber sich die eigenen Daten gerade befinden. Angesichts der rechtlichen Rahmenbedingungen für deutsche Finanzdienstleistungsunternehmen verständlicherweise eine inakzeptable Vorstellung. Doch neben solch intransparenten Angeboten, die meist für Consumer-Märkte konzipiert sind und das Bild vom „Cloud Computing“ prägen, gibt es auch hochprofessionelle Angebote im Markt, die allen Anforderungen einer branchenspezifischen Lösung gerecht werden. Oracle bietet seinen CRM On Demand oder Fusion CRM SaaS Kunden die Option eines Hosting im Oracle-eigenen Data Center in Linlithgow, Scotland, auf dedizierter Umgebung die nur für einen Kunden verwendet wird. Mit diesem sogenannten „Single Tenant“ Konzept und einer Datenhaltung innerhalb der EU unterscheidet sich das Oracle Angebot sehr deutlich von Mitbewerbern, die üblicherweise nur „Multi Tenant“ Umgebungen anbieten und sich mit einer Datenhaltung in der EU an einem dezidierten Ort ebenfalls schwertun. Die Sicherheitsmaßnahmen in einem Oracle Data Center bewegen sich auf allerhöchstem Stand und dürften oftmals über das Niveau hinausgehen, das ein einzelnes Unternehmen im eigenen Hause umsetzen kann.

Neben der rein faktischen Sicherheitslage besteht darüber hinaus vertraglich die Möglichkeit, eine Auftragsdatenverarbeitung entsprechend §11 des Bundesdatenschutzgesetzes abzuschließen, sodass auch formal alle relevanten Vorgaben erfüllt sind.

Als Risikofaktor für die Nutzung von SaaS Angeboten – insbesondere von US-amerikanischen Unternehmen - wird hin und wieder auch der US Patriot Act genannt. Auch bei Einhaltung allerhöchster Sicherheitsstandards wird oft eine Lücke in der vollständigen Sicherheit und

Vertraulichkeit der Kundendaten befürchtet. Hierzu empfiehlt sich zunächst die Analyse, was der Patriot Act tatsächlich bedeutet, und was nicht. Entgegen manchen Vermutungen müssen US-amerikanische SaaS Anbieter keineswegs den unkontrollierten Zugang amerikanischer Untersuchungsbehörden auf ihre Server zulassen. Der Patriot Act erlaubt vielmehr die Vorlage von ganz bestimmten Informationsanfragen zu einzelnen Personen oder Organisationen. Dies erfolgt auf schriftlichem Wege, und in der Tat sind amerikanische Unternehmen verpflichtet diese Anfragen zu beantworten. Der Sinn des US Patriot Act ist die Verfolgung und Aufdeckung von Aktivitäten des Terrorismus, der Geldwäsche und Terrorismusfinanzierung. Dementsprechend richten sich die Informationsanfragen primär auf die Untersuchung verdächtiger Geldtransfers oder konspirativer Telekommunikationstransaktionen.

Bevor der Patriot Act als Risikofaktor für CRM SaaS Lösungen eingestuft wird, sollte also ganz nüchtern gefragt werden: welche Bank oder Versicherung hat überhaupt derartige Informationen in ihrem CRM System gespeichert, sodass dieses als potenzielle Informationsquelle für US-Fahnder eine Rolle spielt? Doch der Blick allein auf US-amerikanische SaaS Anbieter gibt nicht die volle Tragweite des Patriot Act wieder. Auch Nicht-US-Unternehmen können den Verpflichtungen zur Informationsbereitstellung gleichermaßen unterliegen, wenn sie Niederlassungen oder Tochtergesellschaften in den USA unterhalten, oder als Bank dort Korrespondenzbankbeziehungen unterhalten – völlig unabhängig davon ob sie ihre Kundendaten bei einem US-Unternehmen hosten lassen oder sie in eigenen Rechenzentren in Deutschland selbst betreuen. Schließlich sollten wir auch nicht vergessen, dass es neben der direkten Informationsanfrage seitens US-Behörden jederzeit die Möglichkeit der Amtshilfe durch deutsche Behörden gibt, mit denen deutsche Unternehmen ohne Zweifel kooperieren müssen.

Datenschutz durch Verschlüsselung oder „Tokenisierung“

Wer dennoch personenbezogene Daten in einem CRM SaaS System einem speziellen zusätzlichen Schutz unterziehen möchte, kann hierfür natürlich auf Verschlüsselungsverfahren zurückgreifen. Sobald ein Kundename für den Oracle Administrator nicht erkennbar ist, kann einem US-Informationensersuchen zu personenspezifischen Fragen seitens Oracle auch nicht nachgekommen werden. Bedenken in der Versicherungsbranche hinsichtlich der durch §203 des Strafgesetzbuches vorgegebenen besonderen Schutzverpflichtungen für personenbezogene Informationen kann auf diesem Wege ebenfalls Rechnung getragen werden.

Neben klassischer Verschlüsselung mit entsprechend bewährten Verfahren bietet der Oracle Partner PerspecSys Inc. aus Kanada auch die Möglichkeit einer sogenannten „Tokenisierung“ ausgewählter Daten. Hierbei werden diese Daten (z.B. Kundename und Adresse) mittels Zufallsverfahren gegen aussageleere Platzhalter („Tokens“) ausgetauscht. Nur die Tokens sowie sonstige unverfängliche Daten werden zum Server im Oracle-Rechenzentrum übermittelt. Die Originaldaten mit den Kundennamen verbleiben lokal und werden nur beim Abruf aus dem CRM-System wieder gegen die „Tokens“ zurückgetauscht. Auf diesem Wege kann sogar erreicht werden, dass sensible Kundendaten das Gebäude der Bank oder Versicherung nicht verlassen, und dennoch die Funktionalität des CRM SaaS Systems nutzbar gemacht wird.

Risiken und Hürden: Marktdynamik und Flexibilität

Die Märkte wandeln sich zunehmend schnell, das Kundenverhalten wird immer schwerer vorhersehbar. Kann ein CRM-System damit Schritt halten? Wenn Fachbereiche für notwendige Erweiterungen und Änderungen stets den Weg zum IT-Bereich gehen müssen und dort mit der bereits gut gefüllten Liste priorisierter Projekte konfrontiert werden, sind die Nutzenpotenziale nicht ausschöpfbar. Oracle hat daher seine Lösungen CRM On Demand und Fusion CRM so gestaltet, dass der Großteil individueller Einstellung und Anpassung mittels Konfiguration erfolgt – und nicht durch

Programmierung. Dem Fachbereich steht somit die Möglichkeit offen, jederzeit schnell und flexibel agieren zu können und den Nutzern der Lösung die optimalen Bedingungen bereitzustellen.

Risiken und Hürden: Vendor-Lock-In

In die Cloud hineinzukommen ist nicht schwer – doch wie kommt man wieder heraus? Während eine gekaufte und selbst-betriebene Software schlimmstenfalls auch ohne Support des Herstellers mehr oder minder gut genutzt werden kann, ist ein SaaS Kunde dauerhaft darauf angewiesen, dass sein Provider die Nutzbarkeit der Lösung sicherstellt. Verständlich, dass sich Unternehmen daher fragen, ob sie als SaaS Nutzer einem besonders starken „Vendor-Lock-In“ ausgesetzt sind. Da das Geschäftsmodell der meisten SaaS Provider ausschließlich diese Betriebsform vorsieht, eine berechtigte Fragestellung. Die dauerhafte Stabilität und finanzielle Stärke des SaaS Providers sollte daher ein wichtiges Auswahlkriterium darstellen. Dass Oracle diese Kriterien erfüllt dürfte außer Zweifel stehen. Doch Oracle hebt sich noch auf andere Weise vom üblichen SaaS Umfeld ab: Mit den Fusion Applications bringt Oracle erstmals eine vollständige Applikationssuite heraus, die mit identischer Funktionalität sowohl On-Premise, im SaaS Modell oder in hybriden Mischformen betrieben werden kann. Daher ist auch ein Wechsel des Deployment-Modells für den Fusion Applications Kunden jederzeit möglich, ohne dass er hierfür seinen Datenbestand oder seine Konfigurationen und Schnittstellen neu aufsetzen müsste.

Fazit

Moderne CRM Systeme können dazu beitragen, ungenutzte Spielräume für die Erhöhung von Cross- und Upselling, Kundenbindung und letztlich Ertrag bei Banken und Versicherungen besser auszuschöpfen. SaaS-basierte Lösungen bieten hierbei vielfältige Vorteile hinsichtlich Wirtschaftlichkeit und Flexibilität und haben sich daher in vielen Ländern auch in dieser Branche bereits durchgesetzt. Die bislang spürbare Zurückhaltung in Deutschland ist angesichts der strengen Datenschutzvorgaben verständlich. Dank der Lösungen von Oracle mit Datenhaltung in der EU, dedizierten Umgebungen für einzelne Kunden, umfangreichen Sicherheitsmaßnahmen auf höchstem Niveau sowie gezielter Verschlüsselung ist mittlerweile ein Angebot vorhanden, das es auch der deutschen Finanzindustrie erlaubt, die unbestreitbaren Vorteile zu nutzen, ohne unkalkulierbare Risiken einzugehen, gegen Gesetze zu verstoßen oder sich in übergroße Abhängigkeiten zu begeben.

Kontaktadresse:

Erwin Sharp

ORACLE Deutschland B.V. & Co. KG
Hamborner Straße 51
D-40472 Düsseldorf

Telefon: +49 (0) 211-748 39211
Fax: +49 (0) 211-748 39222
E-Mail erwin.sharp@oracle.com
Internet: www.oracle.com