

"Das ergänzt die Beratung"

Dorothea Topf, Sparkassen Rating und Risikosysteme

Wieso Beratung und Data Analytics keinesfalls Widersprüche sind, erklärt Marcus Waidelich, Abteilungsleiter Vertrieb beim DSGVO.

Welche Herausforderungen sehen Sie für die erfolgreiche Etablierung von Data Analytics innerhalb der Sparkassen-Finanzgruppe?

Marcus Waidelich: Die Antwort ist ganz einfach: Sparkassen und Berater müssen vom Mehrwert von Data Analytics im Vertrieb überzeugt werden und überzeugt sein. Dazu müssen Berater im Alltag erfahren, dass Data Analytics ihnen spürbar bei einer zentralen Aufgabe hilft: Nämlich die „richtigen“ Kunden zum „richtigen“ Zeitpunkt zu finden und über das „richtige“ Medium anzusprechen. Da sind wir noch nicht, und dazu braucht es eine volle Integration von Data Analytics in die FI-Systeme und in das Angebot von DSV und SFP. Hier steht eineinhalb Jahre nach dem Start von Data Analytics noch einiges „nebeneinander“, und das verstehen die Sparkassen nicht. So müssen Kundenselektionen derzeit noch manuell angestoßen und in die Vertriebskanäle eingebracht werden. Hier sind die SR mit SFP und FI nach meinem Eindruck aber auch spürbar dran.

Marcus Waidelich, Abteilungsleiter Vertrieb beim DSGVO in Berlin, begleitet mit seinem Team das Projekt Data Analytics von Anfang an.

(© DSGVO)

Das eingangs Gesagte gilt auch für die Integration in die Vertriebs- und Gesamtbanksteuerung der Sparkassen.

Waidelich: Um das alles unter einen Hut zu bringen, haben wir im DSGVO das Projekt „Operative Umsetzung von Data Analytics in Steuerung und Vertrieb“ aufgesetzt. Außerdem hat der Fachausschuss Vertrieb die Initiative ergriffen und einen Lenkungsausschuss zu Data Analytics ins Leben gerufen. Hier stimmen sich SR, FI und SFP gemeinsam mit Sparkassen ab, wie man Data Analytics leistungsfähiger machen kann und welche Schrittfolgen sinnvoll sind. Und wie man das Ganze auch so kommuniziert, dass es bei den Sparkassen ankommt.

Ohne Einwilligungserklärungen für Kunden- und Zahlungsverkehrsdaten gerät Data Analytics an rechtliche Grenzen – wie ist hier der aktuelle Stand?

Waidelich: Die Einholung der Einwilligungserklärung (EWE) ist wichtig, denn nur mit ihr können etwa die Zahlungsverkehrsdaten genutzt werden – und die sind für die treffsichere Identifikation von Kaufwahrscheinlichkeiten beispielsweise

schon wichtig. Aber auch ohne Einwilligungserklärung kann Data Analytics genutzt werden: Es gibt immer auch ein Angebot auf Basis der „Interessenabwägung“.

**Wie passen datenbasierte Empfehlungen in ein ganzheitliches Finanzkonzept?
Ist die datenbasierte Empfehlung in jedem Fall die bessere Empfehlung?**

Waidelich: Ganzheitliche Beratung und Data Analytics sind kein Widerspruch, sondern ergänzen sich hervorragend. Ich kann mir nämlich nicht vorstellen, dass ein Berater Informationen zu Bedürfnissen, zu Produkt- und Kanalaffinitäten seiner Kunden als nicht hilfreich empfindet. Zumal, wenn dabei Ergebnisse herauskommen, mit denen man so gar nicht gerechnet hatte – was nach unserer bisherigen Erfahrung durchaus öfter passiert. Im Zweifel entscheidet natürlich der Berater. Denn bei aller Begeisterung: Data Analytics fühlt nichts und verkauft nichts!

Dorothea Topf, Sparkassen Rating und Risikosysteme: "Das ergänzt die Beratung", in SparkassenZeitung (11. Juni 2019). URL: <https://www.google.com/>. Abgerufen am: 14. Juni 2019



Scannen Sie diesen Code mit Ihrem Smartphone
und lesen Sie diesen und weitere Beiträge online