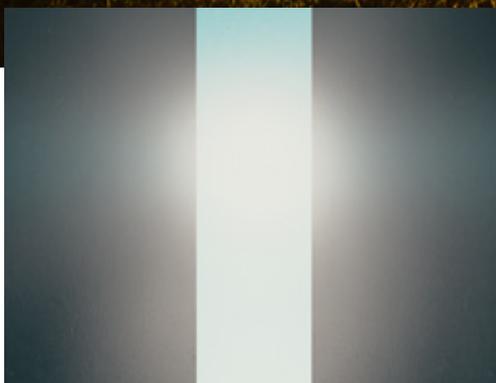


MIT DEM KUNDEN IN INTERAKTION: NEUE TECHNOLOGIEN FÜR DEN DATEN- UND DOKUMENTENTRANSFER



iStock.com/kieferpix, iStock.com/rusm



DAS PORTAL

**Kundenkommunikation papierlos,
einfach, sicher**

Story auf Seite 7



DIE BESICHTIGUNGS-APP

**Digitalisierung der Immobilien-
bewertung: Zettelwirtschaft adé**

Artikel auf Seite 16



SICHERHEIT UND DATEN- SCHUTZ VS. DIGITALE KOMMUNIKATION

So lösen Sie das „Datenschutz-Paradoxon“!

Mehr dazu auf Seite 4

SPART PAPIER & RETTET BÄUME!



PRO-DIRECT-FINANCE

- 1** Fast jeder zweite industriell gefällte Baum weltweit wird zu Papier verarbeitet.
- 2** Für die Produktion von 1 kg Papier werden ca. 2,2 kg Holz und ca. 50 l Wasser verbraucht.
- 3** Durchschnittlich verbraucht jeder Deutsche mehr als 200 kg Papier im Jahr.
- 4** Deutschland verbraucht so viel Papier wie die Kontinente Afrika und Südamerika zusammen.

Die Digitalisierung stellt Alternativen zur Verfügung, die die negativen Auswirkungen auf die Umwelt mindern können.

MONTO



webbasiertes Kreditprozessingsystem für die Immobilienfinanzierung
www.pro-direct-finance.de/monto

FlexCheck



effiziente Immobilienfinanzierung beginnt online
www.pro-direct-finance.de/flexcheck

faScan



facettenreich. Intelligent.
www.faScan.de



Liebe Leserinnen und Leser,

Kundenansprache ist gut, Interaktion ist besser – mit diesem Leitsatz starten wir in die neue Ausgabe des Magazins Vorsprung. Die Ein-Weg-Ansprache war gestern. Was heute zählt, sind echte, wechselseitige Kommunikationswege mit Informationsgehalt. Für Finanzinstitute ist es notwendig, mit dem Kunden in Interaktion und direkten Austausch zu treten und dabei geeignete Technologien zu nutzen, um Kunden zu echten „Fans“ zu machen.

Innovationen sind heute vom Verbraucher nicht nur gewünscht, sondern gefordert: Mit Ausnahme bewusst gewählter Auszeiten, ist es selbstverständlich geworden, zu jeder Zeit und an jedem Ort online zu agieren. Daher gilt es für Banken, digital aufzurüsten und nutzerorientierte Services aufzubauen, die dem Kunden Zugang zu dem Produktangebot der Bank abseits der Filiale und rund um die Uhr eröffnen.

Die sich verändernde Welt und das veränderte Kundenverhalten fordern von Banken neben dem technologischen Wandel aber auch, Kommunikationsstrategien zu entwickeln: welche Werte möchte ich als Bank kommunizieren? Wie möchte ich von Kunden wahrgenommen werden? Welche Alleinstellungsmerkmale habe ich und wie differenziere ich mich im Markt? Auch diesen Fragen widmen wir uns in diesem Magazin.

Wir möchten Lösungswege aufzeigen. Lösungswege, die Banken die Integration digitaler Services ermöglichen. Es geht dabei um neue Technologien, insbesondere im Bereich des Daten- und Dokumentenverkehrs, ein Kunden-Portal, außerdem die Möglichkeit, dem Kunden rund um die Uhr Werkzeuge an die Hand zu geben, mit denen er Konditionen berechnen, vergleichen und Darlehensvarianten gegenüber stellen kann, eine neue App für die Immobilienbesichtigung und vieles mehr.

Des Weiteren betrachten wir das „Datenschutz-Paradoxon“ und beschäftigen uns mit der EU Datenschutz-Grundverordnung (EU-DSGVO).

Wir freuen uns auf einen angeregten Austausch und wünschen Ihnen viele neue Anreize und Freude beim Lesen!

Herzliche Grüße,

Natalie Gude Losada und Siegfried Fichtler

Inhalt

- 4** Das „Datenschutzparadoxon“
Sicherheit und Datenschutz versus Online-Kommunikation
- 7** Papierlos, einfach, sicher
Das Portal
- 9** So werden Kunden zu Fans
Der neue FlexCheck
- 13** Kommentar
Wer bin ich? Wissen Banken, wer sie sind?
- 16** Zettelwirtschaft adé
Die neue Besichtigungs-App
- 20** **Cartoon**
Impressum



istock.com/monkeybusinessimages
istock.com/Tomml

THEMA DATENSCHUTZ UND DIGITALE KOMMUNIKATION

SICHERHEIT UND DATENSCHUTZ VERSUS ONLINE-KOMMUNIKATION IMMER UND ÜBERALL

Always on: Immer mehr Menschen sind heute überall und immer erreichbar. Das Smartphone abschalten? Unvorstellbar! Mit der Einführung des Smartphones wurde eine Basis für die Unabhängigkeit von Zeit und Ort geschaffen – die Kommunikation untereinander verläuft heute einfacher und in einer nie dagewesenen Geschwindigkeit, das Mediennutzungsverhalten hat sich in den letzten Jahren nahezu komplett auf den Kopf gestellt. Soziale Medien wie Facebook, WhatsApp, Snapchat und YouTube haben die Art, wie wir miteinander kommunizieren, revolutioniert. Die Grenze zwischen Öffentlichkeit und Privatsphäre verschwimmt heute immer mehr und unser „digitales Ich“ hinterlässt permanente Spuren in Form von Daten im Netz. Das Bedürfnis nach einfacher und schneller Kommunikation geht einher mit dem Verlangen nach Sicherheit und Datenschutz – Finanzinstitute stehen

hier vor der großen Herausforderung, den Spagat zwischen digitalem Service und Datensicherheit zu meistern.

Online-Chats, Kunden-Portale, Dokumententransfer etc.: digitale Services sind aus der Finanzbranche mittlerweile nicht mehr wegzudenken und werden künftig einen Großteil der Kommunikation zwischen Bank und Kreditnehmer ausmachen. Es reicht heute nicht mehr aus, den Kunden alleine über die Filiale mit beschränkten Öffnungszeiten zu erreichen. Die Kommunikation zwischen Kunde und Bank muss sich an den Gewohnheiten des Verbrauchers orientieren: der Trend geht immer weiter in Richtung 24/7-Verfügbarkeit von digitalen Services. Für Banken wird es gleichzeitig immer wichtiger, die Customer Experience interessant und einfach zu gestalten – zum Beispiel durch die maßgeschneiderte und individuelle Kundenansprache. Dabei werden in der Kommunikation höchst sensible Informationen ausgetauscht –

Banken und Finanzdienstleister müssen deshalb besondere Anforderungen in Sachen Datenschutz erfüllen. Gemäß BSI-Gesetz (Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik) sind Banken den „kritischen Infrastrukturen“ zuzurechnen, die von hoher Bedeutung für das Funktionieren des Gemeinwesens sind. Dementsprechend erhält der Datenschutz in der Finanzdienstleisterbranche eine besondere Bedeutung. Untrennbar sind damit auch alle Anforderungen an die IT-Sicherheit verknüpft. Der Studie „The Currency of Trust“ der Unternehmensberatung Capgemini zufolge, genießt die Banken-Branche aktuell ein hohes Kundenvertrauen in puncto Datensicherheit. 84 Prozent der Deutschen glauben,

dass ihre Daten bei Banken und Versicherungen in sicheren Händen liegen. Bei E-Commerce-Unternehmen sind es hingegen lediglich 20 Prozent. Fintechs schneiden bei der Studie mit nur fünf Prozent am schlechtesten ab. In der Studie wurden auch Mitarbeiter von Banken befragt, die ein ganz anderes Bild abgeben: Nur jeder sechste Angestellte ist davon überzeugt, dass ein Datenverlust verhindert werden kann. Genauso wenige geben an, nennenswerte Fortschritte bei der Umsetzung von Richtlinien der Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) gemacht zu haben. Im globalen Vergleich fällt Deutschland damit auf den letzten Platz.¹



„MIT INTELLIGENTEN IT-SYSTEMEN [...] KANN DER SPAGAT ZWISCHEN DIGITALER KOMMUNIKATION UND DATENSICHERHEIT GEMEISTERT WERDEN.“

iStock.com/ peshkov

Das „Datenschutz-Paradoxon“

Ein restriktiver Umgang mit persönlichen Daten mindert allerdings oft die Möglichkeit, Angebote und Services einfach und individuell zu gestalten. Ein paradoxes Phänomen: auf der einen Seite steigt das Verlangen nach digitalen Services beim Verbraucher und die Zeit, die Menschen online verbringen, erstreckt sich mittlerweile über mehrere Stunden am Tag. Auf der anderen Seite wächst das Verlangen nach Sicherheit und Privatsphäre seitens des Verbrauchers – wir haben es heute mit dem sogenannten „Datenschutz-Paradoxon“ zu tun. Banken stehen hier vor der Herausforderung, diesen Konflikt zu lösen. „Der Verbraucher erwartet den komfortablen Weg der Online-Kommunikation und gleichzeitig den sicheren Umgang mit den eigenen Daten. Deshalb müssen Unternehmen und vor allem Finanzinstitute daran arbeiten, einen Weg zu finden, wie beides vereinbart werden

kann. Mit intelligenten IT-Systemen, die die konsequente Einhaltung von Richtlinien, wie zum Beispiel die neue EU Datenschutz-Grundverordnung oder die ePrivacy-Richtlinie gewährleisten, kann der Spagat zwischen digitaler Kommunikation und Datensicherheit gemeistert werden“, so Dieter Köhler, Datenschutzbeauftragter der PRO-DIRECT-FINANCE.

Europaweite Datenschutz-Grundverordnung

Diese Richtlinien haben Einfluss auf sämtliche Unternehmen, die in der EU gewerblich tätig sind. Die europäische Datenschutzgrundverordnung, die ein einheitliches Datenschutzniveau in Europa schaffen soll, erlangt am 25. Mai 2018 Rechtswirksamkeit. Eine Übertragung auf nationales Recht ist für die Wirksamkeit nicht erforderlich, auch wenn das Bundesdatenschutzgesetz (BDSG) angepasst wird. Spä-

¹ **The Currency of Trust:** Why Banks and Insurers Must Make Customer Data Safer and More Secure
https://www.de.capgemini-consulting.com/resource-file-access/resource/pdf/privacy-and-cybersecurity-in-fs_dti-research-report_0.pdf

testens bis zu diesem Termin müssen Banken datenschutz-technisch also aufrüsten. Verstöße gegen diese Verordnung werden mit drastischen Bußgeldern geahndet.

Die EU-DSGVO soll allen Nutzern die volle Kontrolle über die Verwendung ihrer Daten zusichern und stattet sie zusätzlich mit einem „Recht auf Vergessen“ aus. Banken müssen höhere Anforderungen an die Rechenschafts- und Dokumentationspflichten erfüllen sowie eine Reihe von Maßnahmen zur Risikoabwägung treffen. „Ein hohes Augenmerk sollten Banken konstant auf die IT-Sicherheit legen. So muss gewährleistet werden, dass die Sicherheit der Systeme auch beim Betrieb an Belastbarkeitsgrenzen gegeben ist. Banken müssen eine umfassende Sicherheitsstrategie entwickeln und Datenschutzbestimmungen etablieren. Maßnahmen, wie zum Beispiel das Identitätsmanagement, sollten integriert werden“, so Köhler.

Beim Identitätsmanagement wird zweierlei gewährleistet: Zum einen wird gemäß BDSG § 9 TOM die bestehende Zugriffskontrolle sichergestellt, sodass nur ein berechtigter Nutzer auf die für ihn freigegebenen Daten zugreifen kann. Es wird also kontrolliert und definiert, was ein Nutzer in einem Netzwerk mit welchen Geräten und unter welchen Umständen tun darf. So kann beispielsweise verhindert werden, dass ein Unberechtigter auf Daten in einem für ihn gesperrten Bereich zugreifen kann. Wird dies versucht, wird ein Alarm ausgelöst. Zum anderen wird die Protektion gegen Penetration durch Firewalls, Softwareeinstellungen usw. gewährleistet.

Wichtig sind auch klare Grundsatzregelungen innerhalb des Finanzinstitutes: Betriebliche Datenschutzrichtlinien, Berichte, Sicherheitswarnungen und eine Sicherheitsstrategie sollten in einer Bank tief verwurzelt sein und kontinuierlich fortgeschrieben werden. „Es ist notwendig, Mitarbeiter in speziellen Schulungen und Workshops regelmäßig für das Thema zu sensibilisieren“, so Köhler.

Lösung des „Datenschutz-Paradoxons“

Digitale Services anbieten, die das Sicherheitsbedürfnis der Nutzer in allen Maßnahmen berücksichtigen und kontinuierlich daran arbeiten – so sieht der Idealzustand aus, der beide Bedürfnisse des Verbrauchers stillt. Ein erster Anfang ist zum Beispiel, eine sichere Alternative zum Postversand von Dokumenten anzubieten. Verschlüsselte Übertragung von Dokumenten und Informationen per Mail sind sicher eine Maßnahme, um dem Kunden Kosten, Papier und den Weg zur Post zu ersparen, aber meist immer noch sehr kompliziert für den Nutzer in der Handhabung. Einfache handhabbare Methoden müssen konsequent zur Anwendung kommen. Digitale Lösungen sollten den gesamten Prozess einer Finanzierung begleiten. So können sich Banken an anderen Branchen orientieren und z.B. ein Online-Kundenportal schaffen, das Interessenten in einem offenen Bereich Informationen bereitstellt, spielerische Rechentools anbietet sowie den Finanzierungsprozess für Antragsteller und zukünftige Kunden in einem geschützten Bereich online abbildet. Hier haben Bankkunden dann die Möglichkeit, mit einem Berater zu kommunizieren, Dokumente zu transferieren, verschlüsselt abzuspeichern und den Status ihrer Finanzierung einzusehen. Das alles jederzeit und überall. Die Digitalisierung und der Technologiewandel verlaufen extrem schnell und erfordern damit auch immer neue Maßnahmen zur Umsetzung der Sicherheitskonzepte.

Verinnerlicht ein Finanzinstitut die neue EU-Richtlinie und rüstet kontinuierlich beim Thema Technologien und Services auf, kann auch gleich die IT-Sicherheit davon profitieren: Nichtvorhandene Technologien und die Abwicklung nach alten Methoden können sonst zu möglichen Datenschutzverletzungen, Sicherheitsrisiken oder Verzögerungen in der Bearbeitung führen. Die Lösung des „Datenschutz-Paradoxons“ kann dann den entscheidenden Unterschied am Markt ausmachen. So erhalten Kunden auch die Sicherheit, die sie von einer Bank erwarten.



PAPIERLOSE KOMMUNIKATION ZWISCHEN
FINANZINSTITUT UND KREDITNEHMER

VERSCHLÜSSELTER DOKUMENTENVERKEHR: DAS PORTAL

Papierlos, einfach und sicher: Die Kommunikation zwischen Bank und Kreditnehmer kann durch den elektronischen Datenverkehr erheblich vereinfacht und beschleunigt werden. Laut den Ergebnissen einer aktuellen Umfrage im Auftrag des Digitalverbands Bitkom wünscht sich bereits knapp jeder dritte Internetnutzer persönliche Dokumente, wie Rechnungen und Verträge, als E-Mail zu erhalten, anstatt als Brief per Post. Die Umfrageergebnisse zeigen: Im Zeitalter der Multichannel-Kommunikation müssen Banken in puncto Kundenkommunikation und Dokumentenaustausch digital aufrüsten.



Ist die Zukunft papierlos? Ganz und gar wird das Papier in naher Zukunft wohl nicht verschwinden, jedoch wird sich die Zettelwirtschaft in deutschen Büros deutlich verringern – darauf lässt eine aktuelle Bitkom-Studie schließen. Demnach wünscht sich beinahe jeder dritte Internetnutzer, Rechnungen und andere wichtige Dokumente in elektronischer Form zu erhalten. Jeder

Vierte scannt oder fotografiert regelmäßig Papierdokumente, um sie digital auf dem Heim-PC oder in einer Cloud abzuspeichern. Im Bereich der Immobilienfinanzierung, in der schnelle Reaktionszeiten und beschleunigte Kreditzusagen unbedingte notwendige Kriterien sind, wird der digitale und persönliche Austausch von Kreditnehmer und Finanzinstitut zu einem echten Wettbewerbsvorteil.

Digitale Kommunikation als Erlebnis

Immobilienfinanzierer kommen um einen IT-gestützten Multikanal-Ansatz, der eine einfache Kommunikation zwischen Finanzinstitut und Kunde ermöglicht und so den Online-Vertriebskanal weiter ausbaut, nicht umhin. „Bankkunden und insbesondere die idealen Zielkunden sind online-affin und wünschen sich einen zentralen Anlaufpunkt, der nicht an Ort und Zeit gebunden ist. Sie sind es aus anderen Branchen längst gewohnt, einen Online-Zugang zu Ihren Daten, dem Einkauf oder der Freizeitgestaltung zu haben und die Kommunikation darüber abzuwickeln“, so Sandra Proft von PRO-DIRECT-FINANCE. „Ein zentrales Online-Portal auch für Kunden der Immobilienfinanzierung, wie wir es in diesem Jahr mit ganz neuen Technologien auf den Markt bringen, wird die Voraussetzung für den langfristigen Austausch mit dem Kunden sein. Gerade unter dem Aspekt des Abbaus von Filialen und Standorten muss gewährleistet sein, dass die Geschwindigkeit von Genehmigungen und Auszahlungen gegeben ist und verbessert wird. Auf lange Postwege zu setzen, oder sensible Informationen ungeschützt per Mail zu versenden, ist kein Weg in die Zukunft. Mit einem Online-Portal haben Banken die Möglichkeit, den Kunden zu jeder gewünschten Zeit und an jedem Ort zu erreichen und zu begleiten. Ein digitales Erlebnis, dass sich an die Anforderungen unserer Zeit anpasst.“ Überdies stellt das elektronische Postfach auch noch eine kostengünstige Alternative zum Postversand für alle Beteiligten dar.

Sicherer Dokumentenverkehr

Eine wesentliche Basis der online-gestützten Kommunikation über ein Multikanal-Portal ist die Möglichkeit des sicheren Dokumentenverkehrs: denn in der Immobilienfinanzierung geht es tatsächlich um sehr viele persönliche Informationen, die streng vertraulich behandelt werden müssen. Bisher verlief der Dokumentenverkehr zwischen Bank und Kunde oft noch unverschlüsselt per Mail oder per Post, mit langen Bearbeitungs- und Versandzeiten. „Bei der Konzeption unseres Portals spielen die Datensicherheit und das komfortable Handling die Hauptrollen. Hohe Sicherheitsstandards ermöglichen den verschlüsselten Austausch sowie die Ablage von Nachrichten und Dokumenten. Dies muss verbunden werden mit einem einfachen Handling im täglichen Umgang mit dem Portal für alle Beteiligten“, so Proft.

Immobilienfinanzierung mit persönlicher Note

Das Portal wird Finanzinstituten als digitale, rechtssichere Grundlage für eine effiziente und persönliche Kundenbetreuung dienen. Es bündelt und steuert die Kommunikation zwischen Berater und Kunden und hält die Informationen in einem geschützten Bereich fest. Der Nutzer kann alle Informationen oder Dokumente, die für Bankprodukte oder Prüfungen notwendig sind, unkompliziert und trotzdem sicher direkt in das Portal schieben. Er greift selbst auf unterschiedliche Inhalte, wie Informationen zu Gesprächsinhalten, Nachrichten, Dokumenten, wie zum Beispiel Vertragsunterlagen, zu. Die gesamte Finanzierung kann in beide Kommunikationsrichtungen über das Portal digital abgewickelt werden. „Der Kunde kann seine Unterlagen jederzeit selbst verwalten und den Status seiner Finanzierung, bzw. die einzelnen Prozessschritte einsehen und verfolgen. Ihm stehen Hilfe-Funktion, Rechner und die Möglichkeit, einen Berater über die Chatfunktion zu erreichen, stets zur Verfügung. Er hat sogar die Option, seinen Portalzugang individuell anzupassen und auch farblich zu gestalten – es soll Spaß machen und einfach sein“, erklärt Proft.

Geschwindigkeit, Information, Transparenz, Sicherheit und Kostenersparnis für allen Beteiligten: ein digitales Erlebnis für Bank und Kunde!





FREIHEIT, FLEXIBILITÄT, INNOVATIONSPOWER
– WAS INTERESSENTEN ZU FANS MACHT UND FANS ZU KUNDEN

„ICH BENÖTIGE EINE FINANZIERUNG“: EFFEKTIVER 24/7 SERVICE FÜR DIE KUN- DENGWINNUNG UND -BINDUNG

Den Kredit vor lauter Banken nicht mehr sehen: So geht es vielen Menschen, die auf der Suche nach einer Baufinanzierung sind. Die Auswahl wirkt erschlagend und das Angebot ist in vielen Fällen ähnlich gut. Um Interessenten für sich zu gewinnen bzw. Kunden nicht zu verlieren, ist es zwingend notwendig, mit exzellentem Service Kunden zu begeistern. Die Benchmark Studie „Kundenservice im digitalen Zeitalter“ der Unternehmensberatung

Pidas zeigt, dass Kunden aus unterschiedlichsten Branchen gutem Service mehr Wichtigkeit beimessen, als herausragenden Produkten oder günstigen Preisen. Guter Service ist also maßgeblich für Kundenzufriedenheit. Begeisterung jedoch, die letztendlich Kunden zu Fans macht, wird durch ein Lebensgefühl einer Sache ausgelöst: Flexibilität, Verfügbarkeit und Freiheit. Die neue Version des innovativen B2C Servicemoduls FlexCheck von PRO-DIRECT-FINANCE verfügt genau über diese Eigenschaften. Damit unterstützt es Banken dabei, sich gut auf dem Markt zu positionieren. Mit professioneller und flexibler 24/7 Serviceleistung und Information zu punkten, berechnen, vergleichen und dann auch noch Leads zu generieren mit dem Fokus, den Kunden langfristig an sich zu binden: ein elementares Ziel für jedes Finanzinstitut in der heutigen Zeit.

Guter Service – eine Eigenschaft, die in jedem Wirtschaftszweig von Kunden geschätzt wird. Sie wird sogar so sehr geschätzt, dass sie Kunden zu Fans machen kann. Die Unternehmensberatung Pidas hat in Zusammenarbeit mit der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften genau das jetzt herausgefunden: in der Studie „Kundenservice im digitalen Zeitalter“ wurden aus den Branchen Sach- und Lebensversicherer, Banken, Telekommunikationsunternehmen, Anbieter im Bereich Gesundheitswesen, Energiedienstleister und öffentliche Stellen mehr als 3.500 Endkunden aus den Ländern Deutschland, Österreich und der Schweiz rund um das Thema Kundenservice befragt. Die Ergebnisse illustrieren, dass das digitale Zeitalter Anpassungen im Servicebereich erfordert – und zwar so sehr, dass ein guter Service mit Digitalisierung und Innovation an den richtigen Stellen verknüpft für eine starke Kundenbindung sorgt. Das Fazit für den Finanzsektor ist, wie auch für andere Branchen, simpel: hervorragende Serviceleistungen und -strukturen sind unabdingbar, um Kunden für sich zu gewinnen.

Optimierter FlexCheck ermöglicht neue Dimension von Service

Online Rechnertools für die Immobilienfinanzierung sind bereits eine Maßnahme, die Serviceleistungen im Kreditgeschäft zu optimieren: sie sind teilweise in den Internetauftritten vieler Banken eingebunden und erlauben Interessenten eine unverbindliche Berechnung der Kreditwünsche. Doch nur wenige dieser Tools optimieren tatsächlich die Serviceleistung für den Interessenten und die Bank. In vielen Fällen sind sie so simpel und in ihren Funktionen stark limitiert, so dass ein „Aha-Erlebnis“ und Begeisterung beim Kunden ausbleibt. Auch beim Finanzinstitut ist keine echte Integration der Daten, geschweige denn eine Auftragssteuerung, Planung und Weiterbearbeitung möglich. In der Regel mündet so ein einfaches Tool in einer simplen Kontaktanfrage, einer CSV Datei, oder in einer Mail. Die Informationen werden unsicher übertragen und dann händisch in die Bearbeitung verteilt. Produkte, die im Angebot stehen, lassen sich in der Regel nicht individuell berechnen, noch weniger untereinander vergleichen. Gerade nach den Kriterien der Wohnimmobilienkreditrichtlinie ist es hier wichtig, dem Kunden die Möglichkeit zu geben, sein Produkt zu finden und vergleichen zu können. Die neue Version des FlexChecks bietet Mehrwert – sowohl für Finanzinstitute und als auch für den Interessenten. Mit den Features und Möglichkeiten für mehr Flexibilität und der übersichtlichen Gestaltung, hebt sich das Servicetool ab.



Die wichtigen FlexCheck Features für den Endkunden

Die Kombination und das Berechnen mehrerer Finanzierungsbausteine

In herkömmlichen Berechnungstools lässt sich in der Regel nur ein klassisches Annuitätendarlehen als ein Darlehensbaustein vom Interessenten anlegen und berechnen. Die neue Version des FlexChecks hat genau diese Einschränkung aufgehoben: Eine Zusammenstellung der Wunschfinanzierung mit verschiedenen Einzel- und Teildarlehen ist möglich. Hierbei kann der Interessent oder Kunde in einer Finanzierungslösung bis zu vier Teildarlehen für sich anlegen und berechnen. Auch individuelle KfW-Fördermittel können eingebunden werden.

Vergleichen

Darüber hinaus besteht die Möglichkeit, auch mehrere Finanzierungslösungen anzufertigen und diese dann miteinander zu vergleichen. Schnell und automatisch: FlexCheck muss nicht jedes Mal aufs Neue angestoßen werden, um neue Szenarien zu berechnen. „Die erste sofortige Prüfung auf Basis einfacher Machbarkeit erfolgt bereits auf der Grundlage weniger Kundenangaben. Der Kunde erhält direkt Feedback, ob beispielsweise sein Tilgungsbetrag zu gering ist, oder die Gesamtlaufzeit der Finanzierung außerhalb der bankinternen Kreditrichtlinie liegt. Zu jeder Finanzierungsrechnung werden alle wesentlichen Parameter konform nach Wohnimmobilienkreditrichtlinie ausgegeben“, beschreibt Ines Friedrich, Product Owner bei PRO-DIRECT-FINANCE, die Flexibilität des FlexChecks. Rund um die Uhr hat der Kunde so die Möglichkeit, Berechnungen durchzuführen und Konstellationen für sich zu vergleichen. Eine Möglichkeit, die von allen Beteiligten geschätzt wird.

Einfache Handhabung

Wer es einfach haben möchte, kann schnell und simpel ein einzelnes Annuitätendarlehen berechnen. Das Spektrum reicht also von der einfachen Form, als Schnellberechnung, bis hin zu der Möglichkeit, mehrere Teildarlehen und Lösungsvarianten zu vergleichen. Hier entstehen Freiheiten: Das Finanzinstitut kann die Produktpalette und den Service rund um die Uhr mit Entlastung von Kapazitäten anbieten – auf Kundenseite entsteht die Freiheit, sein Informationsbedürfnis jederzeit einfach und auf ihn zugeschnitten erfüllen zu können.

Dokumente zufügen und sicher versenden

Was, wenn der Interessent sich entschließt, seine Anfrage und Wünsche der Bank zuzusenden? Innerhalb der Öffnungs- und Servicezeiten des Finanzinstituts gibt es die Möglichkeit des telefonischen Kontaktes. Ansonsten wählt er, wenn vorhanden, den Kontaktbutton, eine E-Mail oder den Postweg. Aufgrund der unterbrochenen Medienwege besteht hier die Gefahr für das Finanzinstitut, den Interessenten zu verlieren.

Im neuen FlexCheck hat er ohne Medienbruch sogar die Gelegenheit, der Bank die ersten relevanten Unterlagen per Mausklick einfach und sicher mitzuschicken. Für das Hinzufügen der Dokumente muss der Nutzer den FlexCheck nicht verlassen: diese Option wird direkt im Tool und sogar per Drag & Drop angeboten. Die Schritte sind einfach: Eingabe der wenigen Daten zur Berechnung der Finanzierungsanfrage, Wunschkonstellation auswählen, Dokumente hinzufügen und per Mausklick sicher an die Bank senden. Er wird über den erfolgreichen Versand auch durch eine Bestätigungs-E-Mail, in der alle wesentlichen Daten für ihn noch einmal zusammengefasst werden, informiert. Der neue FlexCheck verfügt von der ersten Eingabe bis zur Übertragung der Daten über eine klar strukturierte Userführung.

**FLEXCHECK
VERBESSERT DIE
SERVICELEISTUNG
FÜR DEN KUNDEN
UND REDUZIERT
DEN AUFWAND
FÜR DAS
FINANZINSTITUT
SOWOHL AUF
TECHNISCHER ALS
AUCH AUF
PERSÖNLICHER
EBENE.**

Die wichtigen FlexCheck Features für die Banken

„Ein gutes Gleichgewicht zwischen Self-Service und qualifiziertem, direkten Ansprechpartner zu erreichen, ist eine der vielen Herausforderungen für Finanzinstitute. Genau hier setzt der optimierte FlexCheck an: er verbessert die Serviceleistung für den Kunden und reduziert dabei den Aufwand für das Finanzinstitut sowohl auf technischer als auch auf persönlicher Ebene“, erklärt Ines Friedrich. Durch den Self-Service im ersten Schritt, wird der Bank für zielgerichtete Kommunikation Zeit eingespart, die im nächsten Schritt von großer Bedeutung ist. Die Kundenanfrage wird qualifiziert zum Finanzinstitut gelenkt. Die vom Kunden übersendeten Daten werden zusammen mit seinen ggf. schon beigefügten Dokumenten im Banksystem angelegt und abgelegt.

Nachdem der Interessent seine Anfrage abgesendet hat, generiert sich auch für den Bankmitarbeiter oder das Serviceteam eine automatische Mail mit dem Verweis auf eine vorliegende Anfrage. Der Bankmitarbeiter kann nun jederzeit im Kundenprojekt des Kreditprocessingsystems die Daten, die Wünsche und Dokumente des Kunden einsehen. Damit liegt die Basis für eine kompetente Beratung und eine erste Machbarkeitsprüfung vor. In der Regel sollte sich der Mitarbeiter der Bank auch innerhalb von 24 Stunden bei dem Interessenten melden, um das weitere Vorgehen zielorientiert zu besprechen. Die Reaktionszeiten sowie das Service Level legt jede Bank bzw. jeder Anbieter letztendlich selbst fest. Ein Vorteil für Banken, die MONTO nutzen: Durch den Einsatz des FlexChecks und die direkte Verbindung zu dem Kreditprozessingsystem sparen sie Prozesszeiten, da die Kundendaten und -dokumente aus dem FlexCheck direkt übertragen werden.

Generell kann das Finanzinstitut individuell festlegen, ob und in welcher Reihenfolge Datenfelder im FlexCheck erscheinen, wie die Reihenfolge aussieht, wie viele Sollzinsbindungen und Produkte im Vergleich angezeigt werden und vieles mehr. Damit verleiht der FlexCheck dem Finanzinstitut die Möglichkeit, schnell und flexibel in den Produkten auf das Marktgeschehen zu reagieren.

Mit FlexCheck zum positiven Service-Erlebnis

Ein Onlinemodul, wie der FlexCheck, bietet für den Interessenten und potentiellen Kunden große Flexibilität: Er kann von überall jederzeit seinen Kreditwunsch prüfen und eine Anfrage verschicken. Ines Friedrich fasst die Vorteile folgendermaßen zusammen: „Finanzinstitute müssen sich der Herausforderung stellen, den Service Bereich mit innovativem und flexiblem Service zu verändern. Um das zu erreichen, ist es nötig, Prozesse zu verbessern, Geschwindigkeit zu erreichen und Leads zu generieren. Der FlexCheck ermöglicht Banken, durch Innovationskraft und Flexibilität die Serviceleistungen auf ein neues Level zu heben.“

Das Resultat: Kunden werden zu Fans.

EIN KOMMENTAR VON NATALIE GUDE LOSADA

WER BIN ICH? WISSEN BANKEN, WER SIE SIND UND WAS SIE WOLLEN?

„Wer bin ich und wenn ja, wie viele?“ Diese philosophische Frage kennt so ziemlich jeder – spätestens seit dem Bestseller von Richard David Precht. Die Frage betrifft zutiefst persönliche Bereiche eines Charakters, die Antwort formt dessen Identität. Kann sie auch im geschäftlichen Bereich gestellt und beantwortet werden? Wie würden Unternehmen aus der Finanzdienstleistungsbranche antworten?

Ende Juli äußerte sich EZB-Direktorin Sabine Lautenschläger gegenüber dem Tagesspiegel über die aktuelle Situation der deutschen Banken und deren Entwicklung. Lautenschläger sagte im Interview, Deutschland habe nach Einschätzung der Europäischen Zentralbank (EZB) zu viele Banken. Mit rund 1.600 seien es eigentlich zu viele, Konsolidierung sei jetzt notwendig.¹ Dabei befinden wir uns schon seit Jahren im Konsolidierungsprozess: 2004 waren es noch 2.401 Banken, Ende 2016 ist die Zahl auf 1.888 Banken im deutschen Markt gesunken.² Davon gehören 976 Banken alleine dem genossenschaftlichen Bereich an. Deutlich spürbar ist der sinkende Anteil der Filialen aller Banken. Um den Kunden trotz weiterer Fusionen und sinkenden Filial-Zahlen noch zu erreichen, müssen Alternativen angeboten werden.

¹ Der Tagesspiegel

www.tagesspiegel.de/wirtschaft/ezb-direktorin-lautenschlaeger-wir-haben-zu-viele-banken/20125618.html

² Deutsche Bundesbank

www.bundesbank.de/Redaktion/DE/Downloads/Aufgaben/Bankenaufsicht/Dokumentationen/bankstellenbericht_2016.pdf?__blob=publicationFile



Wie sieht es mit der aktuellen Situation der Banken aus? Ein Banken-Stereotyp hat sich weitestgehend in der Branche breit gemacht: eine Differenzierung ist für den Verbraucher kaum noch möglich. Welche Werte, Arbeitsweisen und spezielle Produkte hat eine Bank? Kann der Verbraucher sie voneinander unterscheiden? Nur sehr wenige Banken stechen hier mit besonderen und klaren Merkmalen hervor. Es sind dann Merkmale, wie Schnelligkeit, Engagement der Bank in Projekten oder Einfachheit für den Verbraucher. Das sind, wenn sie gelebte Praxis sind und vom Kunden wahrgenommen werden, Merkmale, die für Aufmerksamkeit sorgen können. Leider sind Schnelligkeit und Engagement Merkmale, die ein Kunde bei einem einfachen ersten Kontakt oder einer einmaligen Geschäftsbeziehung nur sehr schwer wahrnehmen kann. Deren Glaubwürdigkeit entsteht durch Erleben.

Der Markt und die Kunden befinden sich im Wandel: Die Kaufpreise für Immobilien sind in vielen Regionen deutlich höher, die Lebensbedingungen verändern sich, die Kluft der Einkommensgruppen und Bedürfnisse werden größer, mehr Menschen sind und werden älter, die Älterwerdenden verhalten sich jung, weniger Menschen sind im Berufsleben verfügbar und es beginnt zurzeit wieder ein kleiner Babyboom – das Leben ist bunt und nicht mit früheren Normen zu vergleichen. Das große Mengengeschäft gibt es zwar noch, es ist jedoch längst nicht mehr der altgewohnte Standard. Die Vielfältigkeit der Realität ist mit einfachen Kundengruppenkonzepten nicht mehr abbildbar. Diese Faktoren machen es den Finanzinstituten nicht leicht – mit alten Strategien und Denkweisen weiterzumachen, stellt keinen Lösungsweg dar. Hinzu kommt, dass die Kommunikation untereinander heute dank Smartphones in einer bisher nie gekannten Geschwindigkeit verläuft – eine Geschwindigkeit, mit der die meisten Banken aktuell nicht mithalten können. Die Gründe dafür sind vielfältig. Noch nicht vorhandene moderne Technologien, zu wenig Personal mit

Spezialisierung, fehlende strategische Konzeption oder auch sehr lange Entscheidungswege und -zeiten.

Das Bedürfnis des Kunden nach zeitgemäßen Produkten und Kommunikationswegen ist groß – Banken stehen unter dem großen Druck, die Digitalisierung ganzheitlich durchzusetzen. Viele Banken reagieren darauf mit der Erschaffung „neuer“ Abteilungen, welche unter alter Führung mit neuen Zielen besetzt werden. Jedoch ändert sich oft lediglich die Bezeichnung der Bereiche und Stellenbe-

setzungen. Filialen werden in moderne Farben gekleidet: Coolness zieht ein, um Kunden besser zu erreichen und um die Sprache der Zielgruppe zu sprechen – doch ist dies auch die gelebte Praxis? Es bleiben Fragen: Formen Menschen nach alten Modellen tatsächlich neue Werte und Technologien? Sind die Maßnahmen glaubwürdig und authentisch? Räumen sie die Erfahrungen der Vergangenheit aus dem Weg? Kann das Festhalten an alten Strukturen so weitergehen, ohne Verluste davonzutragen? Reicht es aus, den Wandel als Bank lediglich zu akzeptieren, ohne ihn aktiv mitzugestalten? Ist eine alleinige Konsolidierung und eine damit verbundene Kostenreduzierung tatsächlich eine Lösung? Oder benötigen Banken auch Ideen, um Erträge zu erhöhen?

Die allzu alteingesessene und konservative Branche muss weiter in Bewegung kommen und sich voneinander differenzieren. Im Wettbewerb um den Kunden hat das Althergebrachte gegen das Neue das Nachsehen. Es reicht nicht aus, einen



||
**WELCHE WERTE,
 ARBEITSWEISEN UND
 SPEZIELLE PRODUKTE
 HAT EINE BANK?
 KANN DER
 VERBRAUCHER SIE
 VONEINANDER
 UNTERSCHIEDEN?
 NUR WENIGE BANKEN
 STECHEN HIER MIT
 BESONDEREN UND
 KLAREN MERKMALEN
 HERVOR.**

||



Online-Chat einzuführen oder einen Teilprozess zu digitalisieren und zu glauben, damit habe man nun die Bedürfnisse des Kunden nach Mobilität und Flexibilität erfüllt. Der Bruch in der Prozesskette entsteht dann nur ein kleines Stück später. Banken sind immer noch umgeben vom Mythos der Sicherheit, obwohl diese teilweise überholungswürdig sind. Orientierungsschwierigkeiten machen sich breit. Hier ist der einfache Blick in andere Branchen hilfreich: teilweise ist bei innovativen Unternehmen sehr deutlich zu spüren, wie Mitarbeiter mit jeder Geste, Wort und Schrift das Unternehmen nach außen kommunizieren, präsentieren und somit von Mitbewerbern abheben. Gelebte Wertschätzung im Unternehmen ist hier ein wesentlicher Faktor zur Schaffung von Alleinstellungsmerkmalen, den USPs.

Hilfreiche Klarheit entsteht auch durch die Entscheidung eines Unternehmens, bzw. des Finanzdienstleisters, ein Generalist oder Spezialist zu sein. Daraus ergibt sich eine klare Ansprache der Zielgruppen. Der Versuch, beides zu vereinen, wird die Wahrnehmung im Markt verwässern. Ein Generalist reagiert schnell, spricht eine breite Masse an und hat in der Regel niedrige Preise. Ein Spezialist ist auf bestimmte Zielgruppen oder Lösungen fokussiert und in der Lage, diese treffsicher und somit sehr differenziert zu erreichen – eine Basis für höhere Margen.

Ist die Antwort auf die Frage „Wer bin ich?“

nicht klar, hilft auch die Einführung von neuen Technologien nicht. Auf dem Weg zur modernen Bank sollten Finanzinstitute nicht

in eine Starre verfallen, sondern die Entwicklung wohldurchdacht und zielgerichtet planen. Den Dschungel der Regularien und der Besonderheiten, mit denen der Markt konfrontiert ist, zu überblicken, ist aktuell eine der größten Herausforderungen für Banken. Das ist nicht nur die Pflicht, sondern eine notwendige Mindestvoraussetzung. Die Kür liegt darin, den großen, allumfassenden Wandel zu verstehen und diesen proaktiv zu gestalten: ein Wandel der Werkzeuge, der Kommunikation, der Produkte sowie der Prozesse und nicht zuletzt auch der Werte. Was kommuniziert und gelebt wird, ist das, was Kunden wahrnehmen werden – das kann auch bedeuten, einen unkonventionellen Weg zu wählen. Die Technologie im Prozess des Wandels ist nur ein Werkzeug. Entscheidend bleiben die gelebten Werte, differenzierte Produkte und die Kultur. Es stellt sich die Frage für Banken: Wer bin ich? Und wenn ja, wie viele?

Eine zukunftsfähige Bank kennt die Antworten!



„ GELEBTE WERTSCHÄTZUNG IM UNTERNEHMEN IST HIER EIN WESENTLICHER FAKTOR ZUR SCHAFFUNG VON ALLEINSTELLUNGSMERKMALEN, DEN USPS. “

istock.com/4x6





DIGITALISIERUNG DER IMMOBILIENBEWERTUNG

ZETTELWIRTSCHAFT ADÉ: DIE BESICHTIGUNGS-APP

Fragebogen ausfüllen, Fotos schießen, in die Papierakte eingeben oder mühsam in das System abtippen: diese Zeiten sind für Gutachter und Besichtiger von Immobilien bald passé. Die Immobilienbewertung im Kreditprozess verläuft künftig papierlos und digital. Die PRO-DIRECT-FINANCE entwickelt derzeit mit fachlichem Know-how der vdpResearch eine Besichtigungs-App, die den Prozess der Immobilienbewertung in der Kreditprüfung enorm beschleunigt.

Zu langsame Prozesszeiten und zu späte Kreditzusagen bei Banken: Prüfungen, die zu spät erfolgen, kosten unter Umständen Ressourcen, ohne dass der Kunde sich letztendlich für die Bank entscheidet. Immobilienmakler befinden sich in einer komfortablen Situation, Kaufobjekte sind im Markt schnell vergeben – in etlichen Regionen herrscht ein Bieterverfahren beim Immobilienkauf. Dem Kaufinteressenten bleibt nicht viel Zeit, um auf eine Finanzierungszusage zu warten. Banken müssen bei der Kreditzusage-Geschwindigkeit aufholen und Prozesszeiten beschleunigen, um im Immobilienkreditmarkt bestehen zu können und gute Risiken im Haus zu platzieren. Ein Kunde der lange warten kann, hat entweder nicht die besten Voraussetzungen oder hat beispielsweise ein Forward-Darlehen angefragt. Ein weiterer Grund für das Akzeptieren einer langen Wartezeit kann sein, dass das Objekt am Markt nicht übermäßig begehrt ist und ihm daher Zeit eingeräumt wird. Eine Möglichkeit der

Beschleunigung im Prozess ist ein optimiertes Verfahren der Immobilienbewertung durch digitales Dokumentenmanagement.

Die PRO-DIRECT-FINANCE entwickelt derzeit mit fachlichem Know-how der vdpResearch eine Besichtigungs-App für Gutachter, Besichtiger und Angestellte der Bank, die den Teilprozess der Immobilienbewertung - insbesondere die Besichtigung - enorm beschleunigen wird. Vorsprung hat die beiden Projektmanager René Lehmann (P-D-F) und Andreas Heise (vdpResearch) getroffen, um mit Ihnen über die neuesten Entwicklungen zu sprechen.





Andreas Heise, vdpResearch, betreut als IT-Projektleiter interne und externe IT-Softwareentwicklungen. Er begleitet Projekte vom Anfang an bis zum Roll-Out an den Kunden und koordiniert die Schnittstellen zu den Entwicklern und Fachabteilungen.



HALLO HERR HEISE, HALLO HERR LEHMANN. WIE VERLÄUFT EINE IMMOBILIENBESICHTIGUNG IN DER REGEL?

Lehmann

Bisher lief die Immobilienbesichtigung so ab: ein Mitarbeiter einer Bank, ein externer Gutachter oder Besichtigter erhält den Auftrag, sich ein Objekt anzusehen. Er fährt zu dem Objekt, schreibt Merkmale der Immobilie in einem Fragebogen nieder und schießt Fotos, um der Bank ein neutrales Bild des Beleihungsobjektes zu übermitteln. Zurück in seinem Büro, müssen die Angaben in sein System übertragen oder sogar in eine Papierakte geschrieben werden. Das fertige Ergebnis ist dann natürlich noch an die Bank zu übermitteln. Es gibt ein ganzes Spektrum an Möglichkeiten – wobei immer zu beachten ist, dass die zu übertragenden Informationen dem Datenschutz unterliegen. In der Bank wird das Ergebnis wiederum in der Regel von einem Mitarbeiter händisch in das jeweilige Banksystem eingegeben. Das kostet Zeit – Zeit, die im Zeitalter der Digitalisierung eingespart werden kann.

WIE KAM ES ZUR IDEE DER BESICHTIGUNGS-APP UND ZUR ZUSAMMENARBEIT?

Heise

Wir sind schon länger mit unseren Kunden im Austausch darüber, wie man die Immobilienbesichtigung einfacher und schneller gestalten kann. Wir kamen dann auf die Idee, eine gemeinsame App zu entwickeln, die einerseits für Banken, aber auch für Gutachter und Besichtigter eine erhebliche Zeitersparnis einbringen soll.

Lehmann

PRO-DIRECT-FINANCE arbeitet schon lange bei dem Thema „Immobilienbewertung“ mit vdpResearch zusammen. Wir haben gemeinsame Kunden und Tätigkeitsbereiche. Die Zusammenarbeit bedingt auch, dass wir uns regelmäßig zusammensetzen und gegenseitig berichten, welche Neuerungen und fachlichen Themen zu beachten sind. Als Innovationstreiber und auch motiviert durch das Bedürfnis, den Prozess in allen Bereichen der Kreditgenehmigung zu beschleunigen, haben wir beschlossen, mit dem jeweiligen Know-how beider Unternehmen die Idee einer Besichtigungs-App zusammen zu realisieren.

WIE IST DIE APP AUFGEBAUT?

Lehmann

Im Prinzip ist die App eine Checkliste in digitaler Form, damit der Besichtigter Eingaben nur noch auf dem Smartphone bzw. auf dem Tablet machen muss. Der Auftrag kommt auf dem sicheren Weg aus dem Banksystem zum Besichtigter, er kann seine Route planen, besichtigen, alles dokumentieren, mit Fotos belegen und schon vor Ort den Auftrag wieder in das Banksystem erledigt zurückgeben. Und wenn man mal offline ist, werden die Daten übertragen, sobald die App mit dem Internet verbunden ist. Das heißt, die Besichtigung selbst funktioniert vor Ort natürlich auch ohne vorhandene Internetverbindung. Schnittstellen ermöglichen die nahtlose Übertragung in das Bank-IT-System. Das spart Zeit, Geld und Nerven. Neben dieser Einzelauftragsverarbeitung ist die App mit einem Planungs- und Steuerungstool versehen, mit der die Bearbeitung vieler Aufträge möglich ist. Gutachter können sich, wenn sie mehrere Aufträge haben, im Vorfeld Routen zurechtschieben und Termine mit Erinnerungsfunktion eintragen.

WIE IST DIE DATENSICHERHEIT GEGEBEN?

Heise

Zunächst einmal gibt es einen persönlichen Login für jeden Gutachter und Besichtigter, zudem erhält jeder Auftrag eine spezielle ID. Die Verbindung selbst ist verschlüsselt und die Daten der Datenbank werden bei uns, also bei der vdpResearch, gehostet.

GAB ES BISHER SCHON GRÖßERE HERAUSFORDERUNGEN BEI DER ENTWICKLUNG DER APP?

Heise

Da wir alle das Know-how aus dem Bankenbranche und auch in der Bewertung von Immobilien haben, aus der wir ja auch selber kommen, ist das Konzept zunächst einmal keine größere Herausforderung. Auch was die technische Umsetzung angeht, haben wir gute Entwickler bei uns und bei P-D-F im Hause. Etwas komplizierter wird es bei den diversen Add-Ons, die die App beinhaltet. Zum Beispiel das Routing, womit der



René Lehmann,

Product Owner bei der PRO-DIRECT-FINANCE. Er betreut Projekte rund um das Kreditprozessingsystem MONTO und die Wohnimmobilienkreditrichtlinie.

Nutzer seine Datensätze hin und herschieben kann und ein optimales Routing unter Berücksichtigung der aktuellen Verkehrslage zwischen den Objekten zusammenstellt. Feinheiten, wie Fotobearbeitung, soll es auch geben. Wenn Sie zum Beispiel eine Eigentumswohnung haben, die sich im fünften Stock befindet, können Gutachter ein Foto vom Treppenhaus machen und dann die richtige Wohnung farblich markieren. Aber auch diese Herausforderungen wurden und werden gemeistert.

WAS SIND DIE GRÖSSTEN VORTEILE DER APP?

Lehmann Zunächst einmal ist ein Vorteil der App, dass wir gemeinsam ein großes fachliches Know-how haben, was in die Kriterien und Funktionen mit eingeflossen ist. Es gibt viele Apps, die sehr einfach gestrickt sind. Sie fühlen sich erst einmal einfach in der Bedienung an, haben aber am Ende für die Bank einfach zu wenig qualifizierte Informationen zur Besichtigung des Objektes. Qualifizierte Informationen wären in diesem Falle die korrekte Abbildung der Erfordernisse der BelWertV. Zum Beispiel bei wohnwirtschaftlich genutzten Objekten bei der Vergabe von Kleindarlehen, deren Wert unter Einbeziehung aller Vorlasten den Betrag von 400.000 Euro nicht übersteigt. Mit der App kann auch eine vereinfachte Wertermittlung gemäß der Wertermittlungsrichtlinie des genossenschaftlichen Finanzverbundes für das Immobilienkreditgeschäft V. 2.0, anstelle eines Gutachtens erfüllt werden. Das heißt, Lage, Ausstattung und Erhaltungszustand sowie die Identität der Immobilie können in der App festgehalten werden. An dieser Stelle möchte ich auch einmal betonen, dass die Person, die die Wertermittlung durchführt, nach BelWertV in puncto Beleihungswertermittlung ausreichend geschult und qualifiziert sein muss. Selbstverständlich darf der Gutachter oder Besichtiger nicht identisch sein mit der Person, die die abschließende Kreditentscheidung trifft oder den Beleihungswert festsetzt.

Der größte Vorteil der App ist sicherlich eine immense Zeitersparnis und Prozessbeschleunigung, die durch die große Usability und tiefe Fachlichkeit sowie die direkte Integration in die Bankumgebung erreicht wird.

Heise Ja, ich schätze, dass jeder Gutachter und Besichtiger bis zu einer halben Stunde pro Gutachten sparen kann dank der App. Nicht vergessen darf man, dass die App Spaß machen soll und die Arbeiten mit Papier verringert sowie die Fehleranfälligkeit minimiert! Wir von vdpResearch sind zuversichtlich, dass wir mit der derzeit entstehenden App den Branchenstandard für Immobilienbanken setzen werden.

WANN WIRD DIE APP VORAUSSICHTLICH ERHÄLTlich SEIN?

Lehmann Wir schätzen, dass wir Ende des Jahres eine Version vorzeigen können, denken aber, dass wir bereits zur ExpoReal eine Beta-Version präsentieren.

VIELEN DANK FÜR DIE INFORMATIONEN, HERR HEISE UND HERR LEHMANN! ÜBER DIE ENTWICKLUNG DER APP SOWIE ÜBER DAS THEMA DER BESICHTIGUNG WERDEN WIR AUCH WEITERHIN IM MAGAZIN BERICHTEN.

CUSTOMER EXPERIENCE MIT FLEXCHECK



INTELLIGENTE ONLINE-APPS MACHEN
KUNDEN ZU FANS

IMPRESSUM

VORSPRUNG

Das Online-Magazin der
PRO-DIRECT-FINANCE
Ausgabe September 2017
www.magazin-vorsprung.de

Kontakt

magazin@pro-direct-finance.de

Herausgeber

PRO-DIRECT-FINANCE GmbH
Karl-Marx-Allee 90 A, D-10243 Berlin
info@pro-direct-finance.de
Tel.: + 49 (0) 30 530 2809-0

Verantwortlich

Geschäftsführung

Natalie Gude Losada, Siegfried Fichtler

Redaktion & Konzept

Miriam Kütke, Markus Köller,
Viktoria von Kerssenbrock (www.die-lounge.com)

Gestaltung

Fritz Fischer (www.die-lounge.com)

Bildnachweis alle Fotos

© PRO-DIRECT-FINANCE und © istockphoto.com
© Markus Köller www.die-lounge.com
Bildmaterial aus anderen Quellen ist gekennzeichnet.

Sämtliche Beiträge geben die Meinung des Autors wieder.
Für alle Fakten besteht das Recht auf Gegendarstellung
in angemessenem Rahmen. Leserbriefe können von der

Redaktion gekürzt veröffentlicht werden.

Das Magazin des Unternehmens PRO-DIRECT-FINANCE ist ein Fachmagazin für Leser aus der Kredit-Dienstleister- und Banken-Branche. Es erscheint mehrfach im Jahr online. Druckexemplare können kostenpflichtig bestellt werden.

Neben Produktpräsentationen und Innovationen des Unternehmens PRO-DIRECT-FINANCE werden schwerpunktmäßig die Themen Immobilienfinanzierung, Immobiliengeschäft und Kreditvergabe-Prozesse behandelt.

Es sollen zudem Werte und die Unternehmensphilosophie des Unternehmens transportiert werden.

Die im Rahmen dieses Magazins zur Verfügung gestellten Informationen stellen keine Rechtsberatung dar.

Die Inhalte wurden sorgfältig recherchiert und geprüft, wir übernehmen jedoch keine Gewähr für die Richtigkeit, Vollständigkeit oder Aktualität der bereitgestellten Informationen.