

3 Tipps zum Erhalt der Geschäftskontinuität in Krisenzeiten

Inhalt

Übersicht

Digital Banking ist nicht mehr nur ein „Nice-to-Have“

Bedrohung der Geschäftskontinuität während der Coronakrise

Chancen in der Krise

Wirtschaftliche Turbulenzen erzwingen Umdenken im Hinblick auf Technologien und Prozesse

Wichtige Fragen, die Ihnen helfen, in die richtigen Technologien für eine digitale Transformation zu investieren

3 Tipps zum Erhalt der Geschäftskontinuität in Krisenzeiten

Der neue Weg in die Zukunft

Übersicht

Krisenzeiten zwingen uns dazu, uns zu verändern, uns anzupassen, neue, andere Ansätze auszuprobieren und die bisherigen zu hinterfragen, um auch unter widrigen Umständen zu überleben. Die Schuldenkrise in den 1980er Jahren, der 11. September, die Subprime-Hypothekenkrise in den USA ... all diese umwälzenden Ereignisse führten zu einem radikalen Umdenken im Hinblick auf Geschäftsprozesse, Technologien und unseren Umgang mit ihnen.

Die jetzige COVID-19-Pandemie ist jedoch noch einmal eine ganz andere Herausforderung, da sie die bisherigen Regeln für Geschäftsprozesse, Kundenbindung und die Nutzung von Technologien insofern komplett umschreibt, als momentan im Geschäftsleben auf jeden vermeidbaren Kontakt verzichtet werden muss. Im Finanzsektor, der im Sinne der digitalen Transformation in den letzten Jahren massiv in neue Technologien investiert hat, konzentriert man sich derzeit auf genau diese digitalen Technologien, um in der Krise, aber auch weit darüber hinaus das Geschäft am Laufen zu halten.



DIGITAL BANKING IST NICHT MEHR NUR
EIN „NICE-TO-HAVE“

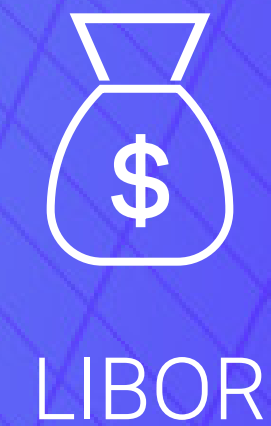
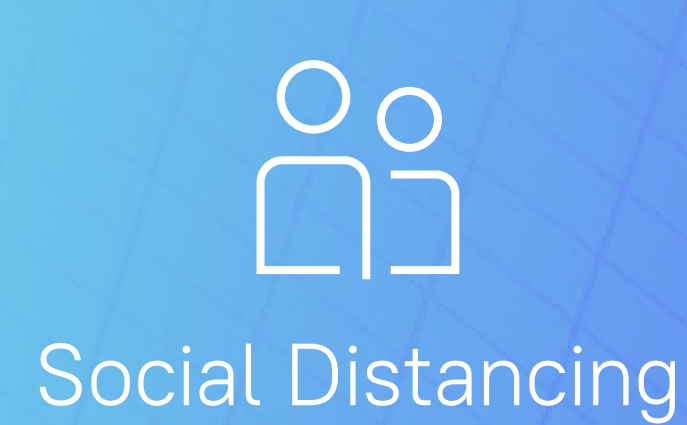
Digital Banking ist nicht mehr nur ein „nice-to-have“

Die Digitalisierung ihrer Operationen ist für Bankinstitute heute überlebensnotwendig. Das erste Halbjahr von 2020 hat ganz neue Herangehensweisen hervorgebracht, nicht nur im Hinblick auf die Interaktion mit Kunden, sondern auch in Bezug auf die Zusammenarbeit zwischen Mitarbeitern. Dies verändert grundlegend die Art und Weise, wie Ihre Mitarbeiter mit Ihren Kunden interagieren, aber auch wie sie mit den Informationen umgehen, auf denen Ihre Prozesse basieren. Nie zuvor war es so wichtig für das wirtschaftliche Überleben, eine effiziente, sichere Kommunikation zu gewährleisten, um Prozesse und Daten zu überwachen und das Kundenerlebnis auf dem gewünschten Niveau zu halten, und zwar von zu Hause aus. Nie zuvor hatten Virtualisierung, die Vermeidung menschlicher Kontakte sowie Verifizierung und Authentifizierung in der Technologie gleichzeitig oberste Priorität. Das ist es, was „digital“ heute bedeutet.

2x

Der Anteil der US-Arbeitnehmer, die in der Corona-Pandemie im Homeoffice gearbeitet haben, hat sich

↳ laut dem Marktforschungsinstitut Gallup im März 2020 verdoppelt



Bedrohung der Geschäftskontinuität während der COVID-Krise

Das Rennen um die schnellste digitale Transformation hat begonnen. Finanzinstitute, die sich bisher schwer taten, ihre digitale Transformation voranzutreiben, sehen sich jetzt gezwungen, schnellstmöglich zu handeln. Zum exponentiellen Anstieg der Nachfrage von neuen Kreditanträgen, der Beantragung von Stundungen und der Bitte um Unternehmensberatung gesellen sich weitere Bedrohungen in der Form von Betrug, Terrorismus und Geldwäsche. Um diesen Ansturm an neuen Geschäftsaktivitäten, die entsprechenden Mengen an zu verarbeitenden Dokumenten und das Problem des Personalmangels in den Griff zu bekommen, sind digitale Technologien erforderlich.

CHANCEN IN DER KRISE

Laut dem Wirtschaftsmagazin Forbes bietet sich
Banken jetzt eine einzigartige Gelegenheit, die aktuellen
Herausforderungen als Sprungbrett in eine bessere Zukunft
zu nutzen...



Anders als 2008/2009, als die Banken als Verursacher der Krise galten, bietet die aktuelle Krise den Banken die Möglichkeit, einen aktiven und positiven Beitrag zu leisten und sowohl Verbrauchern als auch Unternehmen zu helfen, den wirtschaftlichen Sturm, der über uns hereingebrochen ist, sicher zu überstehen. Diese Aufgabe erfolgreich und mit Einfühlungsvermögen, individueller Betreuung, aber auch mit dem nötigen Risikomanagement anzugehen, könnte mit starken, langfristigen Kundenbeziehungen belohnt werden, die die Grundlage für zukünftigen Erfolg sind. Genau auf diese Weise können Banken die kommenden Monate überleben und langfristig davon profitieren.



[Forbes, „Four Areas That Demand Banks’ Immediate Attention In The COVID-10 Crisis“, von Alan McIntyre, 6. April 2020.](#)

Wirtschaftliche Turbulenzen erzwingen Umdenken im Hinblick auf Technologien und Prozesse

Der aktuelle Tsunami an geschäftlichen Ausnahmesituationen im Bereich der Finanzdienstleistungen sowie die Notwendigkeit des Social Distancing erfordern eine rasche Neubewertung und Umstellung von Prozessen, vor allem in der Art und Weise, wie Technologien genutzt werden. Laut dem Bank Administration Institute werden digitale "Technologien dann transformativ, wenn sie zu digitaler Effizienz führen – Information beschleunigen, tiefere Einblicke liefern und fundiertere Entscheidungen ermöglichen:



Vom Standpunkt der aktuellen Entwicklungen aus kann nahezu alles digitalisiert und automatisiert werden. Doch nur, weil man es kann, bedeutet das nicht zwangsläufig, dass man es auch tun sollte. Oder anders gesagt: Was gut funktioniert, muss nicht repariert werden. Die Verantwortlichen im Finanzwesen sollten alle Möglichkeiten der Digitalisierung durchgehen und die Projekte auswählen, die ihnen den größten Mehrwert versprechen.

↳ [BAI Banking Strategies Executive Report, "Digital Transformation Takes on New Urgency", April 2020.](#)

Wichtige Fragen, die Ihnen helfen, in die richtigen Technologien für eine digitale Investition zu investieren

- 1 Sind die Prozesse von gestern den neuen Anforderungen von heute gewachsen? Kann man aktuelle Probleme lösen und sich gleichzeitig auf die Zukunft vorbereiten?
- 2 Welche Engpässe in Prozessen verursachen die meisten Schwierigkeiten? Kann man den Durchlauf von Inhalten und menschlichen Interaktionen über alle Prozesse durchgängig visualisieren?
- 3 Wie können Sie Ihre Prozesse mit Inhalten vorantreiben? (Anstatt Ihre Prozesse nur Daten aus Dokumenten konsumieren zu lassen?)
- 4 Geben Sie der Dokumentenverarbeitung einen festen Platz innerhalb Ihrer Prozessstruktur, statt sie nur als abgetrennte Funktion zu sehen?
- 5 Wie kann die Automatisierung bestehender Prozesse und Dokumentenflüsse Ihrem Unternehmen auch schaden und wie können andererseits diese Prozesse an die heutigen Bedürfnisse angepasst werden?
- 6 Wie können digitale Technologien noch besser gegen KYC/AML-Verstöße schützen, LIBOR- Compliance unterstützen und dazu beitragen, die durch COVID-19 verursachte Nachfrage nach neuen Krediten und Kreditstundungen zu bewältigen?

“

Auch diese Krise wird irgendwann vorbei sein, und die digitale Transformation wird weiter voranschreiten. Sie könnte sich in der Krise sogar beschleunigen, da wir Technologien nutzen, um von zu Hause aus zu arbeiten, uns mit Kollegen auszutauschen und einen immer größeren Teil unseres Lebens ins Digitale zu verlagern. Die Unternehmen, die jetzt auf der digitalen Kurve zurückfallen, weil sie ihre IT-Budgets zu stark gekürzt haben, werden dann in Schwierigkeiten kommen.

↳ [Forbes, "How CIOs Should Reroute Digital Transformation In The COVID-19 Crisis," von Vijay Gurbaxani, 26. März 2020.](#)



3 Tipps zum Erhalt der Geschäftskontinuität in Krisenzeiten

Um die Geschäftskontinuität zu erhalten, müssen wir offen für Veränderung sein und die Art und Weise hinterfragen, in der die Dinge bisher getan wurden. Das Überleben des Unternehmens hängt davon ab, ob wir ein Gleichgewicht finden zwischen den neuen Anforderungen des Marktes und der Modernisierung von Technologien und Prozessen, um sich an die weltweiten wirtschaftlichen Veränderungen anzupassen. Mit diesen drei Tipps können Sie herausfinden, welche Investitionen für Sie am erfolgversprechendsten sind.

1

Nutzen Sie die Digitalisierung für Mitarbeiter, Inhalte und Prozesse

Die Geschäftstätigkeit in der aktuellen Krise zu sichern und sich dabei schneller anzupassen als der Wettbewerb setzt voraus, Digitalisierung sehr schnell für das Management von Mitarbeitern, Prozessen und Inhalten einzusetzen. Digitalisierung im Finanzdienstleistungsbereich erfordert heutzutage eine komplexere Perspektive als die bisherige, die z.B. Kundenbindung und betriebliche Compliance als separate Einheiten betrachtete. In den meisten Finanzinstituten findet kein Austausch zwischen diesen Funktionen statt, und nicht selten verfolgen sie gegensätzliche Interessen und Prioritäten im Hinblick auf Budgets und Technologien.

Die neue Generation von Führungskräften in der Branche ist sich jedoch der Tatsache bewusst, dass Kundeninteraktionen die Verhaltensmuster festlegen und reproduzieren, die eine entscheidende Voraussetzung dafür sind, gute Dienstleistungen anbieten, sich gegen Kriminalität schützen und eine einwandfreie Compliance vorweisen zu können. In einem durchgängigen inhaltsbasierten Prozess bedeutet Digitalisierung heutzutage daher Einfluss auf Kundeninteraktionen, die Prävention von Kriminalität und Compliance zu nehmen.



2

Denken Sie Digitalisierung über Automatisierung hinaus

Während die Automatisierung auf Daten beruht, wird die Digitalisierung von Informationen vorangetrieben. Dieser Unterschied wird im Finanzdienstleistungssektor vor allem zwischen der Einführung neuer Technologien und einer echten Digitalisierung deutlich. Mit den Fortschritten in den Bereichen der künstlichen Intelligenz (KI) und des maschinellen Lernens (ML) hat sich uns die Möglichkeit eröffnet, über die reine Datenextraktion hinauszugehen und Entitätsidentifizierung und kontextuelles Verständnis in unsere Prozesse zu integrieren.

Gleichzeitig werden diese neuen Fähigkeiten immer ausgereifter und sind in der Lage, während der Verarbeitung zu lernen. Sie können von Laienentwicklern schneller umgesetzt und effektiver in Geschäfts-

prozesse integriert werden. Wir sprechen in diesem Fall von Content Intelligence – intelligenteren, von digitalen Entitäten gesteuerten Funktionen, die für eine effiziente Verarbeitung riesiger Mengen komplexer und unstrukturierter Dokumente ausgelegt sind, die im Zentrum der Prozesse von Dienstleistungsunternehmen stehen. Da sich Geschäftsbedingungen heute rapide verändern und neue Arten von Dokumenten in großen Mengen auf unsere Kernprozesse einströmen, wird die schnellstmögliche Nutzung der Content Intelligence statt noch effizienterer OCR-Tools zu einer Frage des Überlebens, um die Geschäftskontinuität in diesem durch COVID-19 definierten „neuen Normalzustand“ zu sichern.

3

Erhöhen Sie Ihre Digital Intelligence

Unternehmen sind dann erfolgreich in ihrer digitalen Transformation, wenn sie ihre Strategien auf dem soliden Fundament der Digital Intelligence aufbauen. Intelligence steht dabei für den Unterschied zwischen der Extraktion und Nutzung von Daten zur Automatisierung und der Gewinnung transformativer Einblicke, die Funktionen in Fähigkeiten und Technologien in digitale Flexibilität verwandeln können. Ein Finanzdienstleistungsunternehmen, das seine Digital Intelligence steigern will, sollte zunächst seine Prozesse gründlich durchleuchten und herausfinden, wie diese mit Menschen und Inhalten interagieren, um anschließend die wichtigsten Reibungspunkte visualisieren zu können.

Prozesse basieren auf Daten – Daten aus Dokumenten, aus unstrukturierten Nachrichten, aus Korrespondenz

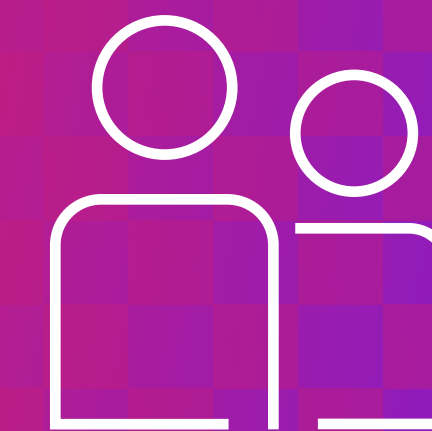
– die Liste ließe sich beliebig verlängern. Entscheidungen basieren auf Informationen. Dazu gehören Daten innerhalb ihres Kontextes und die Fähigkeit, diese mit Verhaltensmustern und Historien abzugleichen. Die in diesen Elementen enthaltenen Inhalte sind der Treibstoff von Prozessen. Sie enthalten sowohl Daten, die zu Dokumentations- und Kundenbindungszwecken extrahiert werden müssen, als auch Informationen, die nötig sind, um Entscheidungen im Hinblick auf Kundenbedürfnisse zu treffen oder verdächtige Verhaltensweisen und Aktivitätsmuster aufzudecken. Eine klare Vorstellung davon zu haben, wie sich Inhalte durch Ihre Prozesse bewegen und wie Menschen mit ihnen interagieren, versetzt Sie in die Lage, in die Technologien zu investieren, mit denen Sie Ihre Kundenbeziehungen und Ihre regulatorischen Abläufe optimieren können.

Der neue Weg in die Zukunft

Zwar haben Finanzinstitute in jedem Jahrzehnt mit vielen Krisen zu kämpfen, die COVID-Situation ist aber insofern etwas komplett Neues, als dass wir uns jetzt mit einer ganz neuen Geschäftsanforderung auseinandersetzen müssen – der Infektionsvermeidung. Soziale Interaktion und der Austausch von Papieren (Dokumenten oder Geld), einst völlig normale Alltagsgesten, bergen nun das Risiko der Übertragung einer potenziell tödlichen Krankheit.

Der normale Geschäftsablauf von heute ist geprägt vom Social Distancing in Form von physischem und körperlichem Abstand, Isolation und Quarantäne, der Virtualisierung von Kontakten und einer Neudefinition der Bedeutung sozialer und geschäftlicher Interaktionen.

Die Technologie spielt eine entscheidende Rolle in der Infektionsvermeidung, doch die Art und Weise, wie wir sie bisher genutzt haben, reicht heute nicht mehr aus.



Der normale
Geschäftsablauf von
heute ist geprägt vom
Social Distancing in
Form von physischem
und körperlichem
Abstand, Isolation und
Quarantäne

Die Geschäftskontinuität zu erhalten und gleichzeitig eine Flut an außerordentlichen Bankdienstleistungen (Neuverhandlungen von Kreditbedingungen und Stundungsanträge sind da nur zwei Beispiele) zu verwalten, macht es erforderlich, die grundlegenden Annahmen, auf denen unsere Prozesse, unsere Automatisierung und Technologie beruhen, zu hinterfragen. Die in der Coronakrise in Erscheinung tretenden zukünftigen Marktführer sind diejenigen, die jetzt alles hinterfragen, was sie bisher getan haben und was bislang gut funktionierte, und neue, intelligentere, flexiblere und bahnbrechende Wege finden, mit Menschen, Prozessen und Inhalten zu interagieren – um die Bedürfnisse der Kunden zu erfüllen, sich gleichzeitig aber auch vor einer neuen Welle von Cyberangriffen zu schützen, die den Umstand, dass Banken stärker auf Virtualisierung und ein kontaktloses Geschäft setzen, zu ihrem Vorteil ausnutzen wollen.

Wenn Sie Ihre Digital Intelligence erhöhen wollen, müssen Sie sich genau diese schwierigen Fragen stellen, um andere, flexiblere Wege zu finden, diesen neuen Herausforderungen der jüngsten sozioökonomischen Krise zu begegnen.



Die in der COVID-Krise in Erscheinung tretenden zukünftigen Marktführer sind diejenigen, die jetzt alles hinterfragen, was sie bisher getan haben und was bislang gut funktionierte

ABBYY

Weitere Informationen finden Sie auf:
www.abbyy.com/de/solutions/financial-services

Kontaktieren Sie unsere Niederlassungen auf
der ganzen Welt:
www.abbyy.com/de/contacts

© ABBYY 2021 ABBYY ist ein eingetragenes Warenzeichen
von ABBYY Software Ltd. Alle anderen hierin erwähnten
Produktnamen und Markenzeichen sind Eigentum ihrer
jeweiligen Inhaber. #12588