

An der Optimierung von Geschäftsprozessen führt kein Weg vorbei

## Modular gedacht

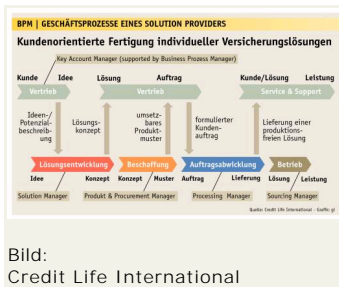


Bild:  
Credit Life International

**Vielen Finanzdienstleistern fällt es schwer, ihre Kunden dauerhaft zu binden. Produkte müssen daher immer besser an Markterfordernisse angepasst werden. Dabei entscheiden oftmals die richtigen Zusatzleistungen über den geschäftlichen Erfolg. Komplettanbieter denken also vermehrt modular und kombinieren je nach Bedarf unterschiedliche Leistungen. Für die Kleinen hingegen zählt, wettbewerbsfähige Teilleistungen am Markt anzubieten. Doch egal ob groß oder klein: Alle Beteiligten müssen ihre Geschäftsprozesse weiter optimieren. Ein Weg dorthin kann Business Process Management sein.**

Hybride Kunden bestimmen mehr und mehr das Marktgeschehen. Sie stellen sehr spezifische Anforderungen an die angebotenen Leistungen und die Bereitschaft zum Anbieterwechsel nimmt seit Jahren zu. Konsequenz ist ein Trend zu Paketangeboten auch im Finanzierungsbereich. Beispiel Autoleasing: Zusatzleistungen treten immer mehr in den Fokus und Finanzierungs- oder Sicherheitskonzepte nehmen einen großen Raum in der Wertschöpfungskette ein. Der Arbeitskreis der herstellerverbundenen Autobanken rechnet beispielsweise vor, dass im ersten Halbjahr 2007 mehr als 250.000 Kunden umfangreiche Paketangebote für Finanzierung und Leasing bei den Mitgliedsfirmen abgeschlossen haben – eine Vervielfachung im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. In den Paketen enthalten sind beispielsweise Restkreditversicherungen oder Ausfallabsicherungen bei Pannen. Derart vielschichtige Produkte lassen sich als „hybride Produkte“ bezeichnen.

### Das richtige Modul

Für die Anbieter heißt das jedoch, externe Leistungen mit ins Paket einzubinden. Da die einzelnen Komponenten weitgehend auf rechnergestützten Abläufen beruhen, rücken IT- und Prozesskompetenz in den Mittelpunkt. Insbesondere Unternehmen, die nur einen kleinen Teil der Wertschöpfungskette anbieten, sehen sich damit einem steigenden Wettbewerbsdruck ausgesetzt. Der Ratenschutzversicherer Credit Life International hat daher seine internen Prozesse auf den Prüfstand gestellt. Für IT-Leiter Dr. Jürgen Plitt stehen Prozessqualität und Prozessmanagement besonders im Fokus: „Ziel war zunächst eine optimale Kundenorientierung. Um diese durchgängig zu gewährleisten, haben wir so genannte Business Process Manager eingeführt. Diese verantworten und steuern die einzelnen Prozesse.“ Business Process Management (BPM) dient dabei als Konzept zur organisationsübergreifenden Prozesskontrolle entlang der gesamten Wertschöpfung und ist bei Credit Life weit mehr als eine Softwarelösung, wie Plitt erläutert: „BPM hilft dabei, ein wettbewerbsfähiges Leistungsportfolio aufzubauen, das sich je nach Vorgaben an unterschiedliche Kundenbedürfnisse und Marktsituationen anpassen lässt.“

Zunächst begann Credit Life nach Plitts Worten damit, tradierte Zuständigkeiten aufzubrechen: „Wir haben intern neue Rollen zugewiesen. Denn welche Leistungen aus Kunden-, Markt- und Unternehmenssicht benötigt werden, bestimmen nicht mehr Bereiche oder Abteilungen, sondern die Geschäftsprozesse und damit deren Verantwortliche.“ So entsteht ein Dienstleistungsverhältnis zwischen Funktions- und Prozessverantwortlichen. Diese Veränderung hilft dabei, Markterfordernisse in allen Phasen der Leistungserbringung in den Vordergrund zu stellen. Plitt ergänzt: „Ob eine derart aus Kundensicht konzipierte Leistung tatsächlich im Markt erfolgreich bestehen kann, hängt zudem an den Schnittstellen.“ Hier kommt es darauf an, dass sich eine Teilleistung wie etwa die Restkreditversicherung ohne weiteres in die Abläufe einer Bank integrieren lässt. So kann der Anbieter des Gesamtpakets auf eine durchgängige und damit höchst effektive Prozesskette zurückgreifen.

Autor: Martin Schwer

