

# Das Portal zum Kunden

Eine spezielle Zielgruppe erfordert eine spezielle Software für eine effiziente und individuelle Beratung. Die Deutsche Apotheker- und Ärztebank fand ihre Lösung gemeinsam mit ELAXY.

> Der Gesundheitsmarkt ist in Bewegung und bringt seit der jüngsten Reform immer neue Veränderungen mit sich. Die Bank für Angehörige der Heilberufe ist die Deutsche Apotheker- und Ärztebank (apoBank) mit Hauptsitz in Düsseldorf. Im Jahr 1902 als Selbsthilfeeinrichtung zur Vergabe günstiger Kredite von Apothekern gegründet, bietet das Institut Ärzten, Apothekern sowie ihren Organisationen, Verbänden und wirtschaftlichen Einrichtungen ein Leistungsspektrum, das über gewöhnliche Finanzdienstleistungen weit hinausgeht. Neben sämtlichen Finanzierungsfragen rund um Praxisgründungen oder Immobilienerwerb steht die apoBank ihren Kunden auch mit fundiertem betriebswirtschaftlichem Know-how zur Seite. „Wir verstehen uns als ‚Universalbank mit Privatbankcharakter‘“, erklärt Alexa Schulz, Produktspezialistin bei der apoBank. „Unser Fokus liegt sowohl bei Produkten als auch in der Beratung auf der Erstellung individueller Finanzierungskonzepte, abgestimmt auf die Bedürfnisse unserer Zielgruppe.“ Detlef Klewinghaus, IT-Organisator bei der apoBank, ergänzt: „Dies muss die IT natürlich unterstützen. Beratungsprogramme müssen sehr flexibel sein und unseren Kunden und Mitarbeitern einen klaren Mehrwert bieten.“

## Das Ziel

Der Beschluss zur Weiterentwicklung der bis dato eingesetzten Softwarelösungen von ELAXY – einer Komplettanwendung „Baufinanzierung“ und „apoPlan“ mit jeweils verschiedenen

„Die Herausforderung war, einen ‚Alleskönner‘ zu entwickeln.“

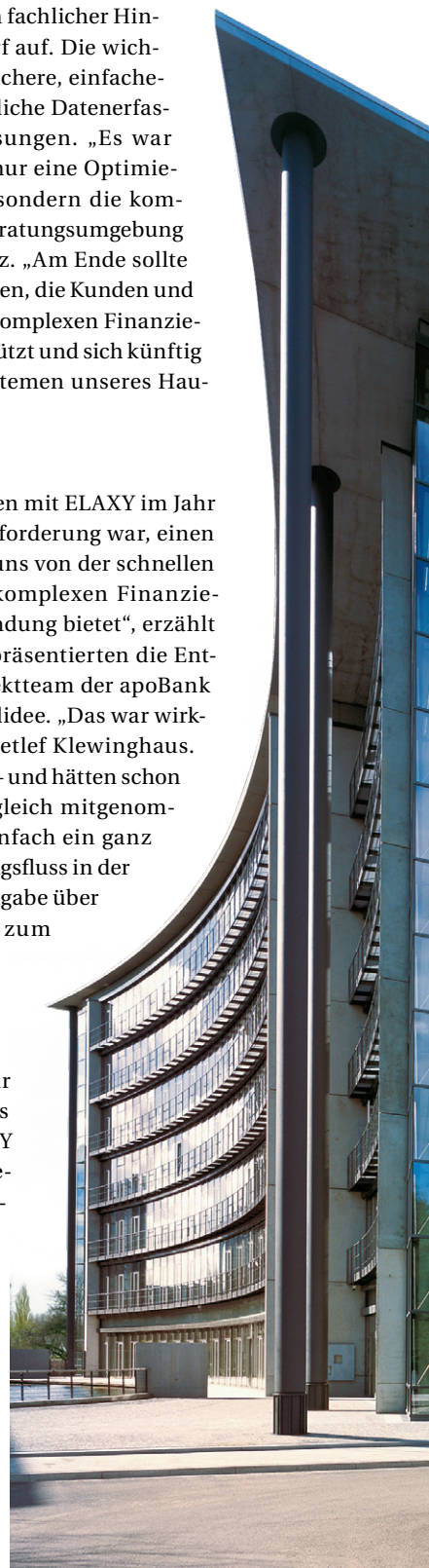
Detlef Klewinghaus,  
IT-Organisator bei der apoBank

Produktrechnern – war Ende 2006 gekommen. Die Basis bildete eine Überprüfung auf Realisierung weiterer technischer Schnittstellen. Interviews mit den Beratern deckten jedoch gerade in fachlicher Hinsicht großen Optimierungsbedarf auf. Die wichtigsten Wünsche: eine übersichtlichere, einfachere Bedienung, eine einheitliche Datenerfassung und optimierte Layoutlösungen. „Es war schnell klar, dass das Ziel nicht nur eine Optimierung der bisherigen Lösungen, sondern die komplette Neuentwicklung unserer Beratungsumgebung sein musste“, erklärt Alexa Schulz. „Am Ende sollte eine einheitliche Anwendung stehen, die Kunden und Mitarbeiter bei unseren oftmals komplexen Finanzierungsberatungen optimal unterstützt und sich künftig um weitere Schnittstellen zu Systemen unseres Hauses erweitern lässt.“

## Der Weg

So startete die apoBank zusammen mit ELAXY im Jahr 2007 eine Vorstudie. „Die Herausforderung war, einen ‚Alleskönner‘ zu entwickeln, der uns von der schnellen Konditionskalkulation bis zur komplexen Finanzierungslösung alles in einer Anwendung bietet“, erzählt Detlef Klewinghaus. Ende 2007 präsentierten die Entwickler von ELAXY und das Projektteam der apoBank erstmals dem Vertrieb ihre Grundidee. „Das war wirklich ein ‚Aha-Erlebnis‘“, meint Detlef Klewinghaus. „Alle waren auf Anhieb begeistert – und hätten schon die Prototyp-Basis am liebsten gleich mitgenommen und eingesetzt!“ Es habe einfach ein ganz neuer Geist, ein intuitiver Beratungsfluss in der Anwendung gesteckt – von der Eingabe über die Angebotserstellung bis hin zum Ausdruck.

Das Zeitfenster für die anschließende Konzeption und Umsetzung war mit insgesamt neun Monaten eng gesteckt. „Wir haben immer darauf vertraut, dass wir das gemeinsam mit ELAXY schaffen können“, sagt Detlef Klewinghaus. So starteten die IT-Experten in enger Zusammenarbeit mit dem Vertrieb die Entwicklung der neuen Software. „Die starke Einbindung unserer Berater war uns sehr wichtig“, betont Alexa Schulz. „Es sollte wirklich ein Programm vom Vertrieb für den Vertrieb werden.“ Dabei flossen die Umfra-



## „Wir wollten ein Programm vom Vertrieb für den Vertrieb.“

Alexa Schulz, Produktspezialistin bei der apoBank



geergebnisse ebenso in die Arbeit ein wie Resultate gemeinsamer Workshops. „Wir haben uns im wahrsten Sinne des Wortes die Ohren heiß telefoniert, um Ideen auszutauschen, zu entwickeln und umzusetzen“, erzählt Alexa Schulz.

### Die Lösung

Das Besondere der neuen Anwendung mit Namen „apoEvolution“: Es handelt sich um ein Beratungsportal mit unterschiedlichen Modulen: etwa für die schnelle Finanzierungskalkulation, für weniger komplexe Baufinanzierungen oder für Existenzgründungen. Jedes Beratungsmodul besteht aus zwei Hauptfassungsdialogen. Im ersten Finanzierungsdialog legt der Berater die auf das jeweilige Vorhaben abgestimmte Finanzierungslösung fest. Der zweite Angebotsdialog dient zur Gestaltung der kundenindividuellen Ausdrücke. Innerhalb der einzelnen Dialoge stehen dem Berater als übersichtlich angeordnete Aufruf-Icons weitere Eingaberegister zur Verfügung, um bei Bedarf detailliertere Angaben, etwa zur steuerlichen Situation des Kunden zu erfassen. Diese Eingaberegister überdecken nicht die Grunddialoge, die Orientierung bleibt immer erhalten.

„Unsere Berater sollen bewusst in keine starre Maske gepresst werden“, so Alexa Schulz. Schließlich sei jede Gesprächssituation anders. Der Berater muss seine eigene, erfolgreiche Gesprächs-

führung einsetzen und den Umfang der IT-gestützten Beratung selbst bestimmen können. Durch die einfache, übersichtliche Strukturierung mit voreingestellten Produkten und Konditionen in allen Varianten können die Vertriebsmitarbeiter schnell eine Lösung präsentieren. Auch eine Ad-hoc-Beratung am Telefon ist möglich: Mit wenigen Klicks und Eingaben beantworten Berater Finanzierungsfragen in kürzester Zeit. Das ganze funktioniert auch im Offline-Fall problemlos und stellt eine qualitativ hochwertige Beratung im mobilen Vertrieb, unabhängig von UMTS-Netzen, sicher.

### Der Effekt

„Diese Flexibilität führte von Anfang an zu einer hohen Akzeptanz von apoEvolution im Vertrieb“, meint Detlef Klewinghaus. Gleichzeitig sorgte die neue Anwendung nun für einen einheitlichen Auftritt – auch bei den Vertriebspartnern. Pilotierung und Rollout verliefen komplikationslos: Bereits nach vier Monaten war die fachliche Konzeption der Beratungsmodule abgeschlossen. Die hohe Qualität der ersten Testversion ermutigte, am Rollout nach nur neun Monaten Entwicklung, Umsetzung und Testdurchläufen festzuhalten. „Das war schon faszinierend“, erinnert sich Alexa Schulz. „Auch die Pilotversion war praktisch fehlerfrei. apoEvolution ist so einfach zu bedienen, dass wir komplett auf Schulungsmaßnahmen verzichten konnten.“ Dazu habe nicht zuletzt die gute Zusammenarbeit mit ELAXY, die permanente Aufmerksamkeit und Abstimmung auf beiden Seiten beigetragen. So konnten die in die Entwicklung und Tests eingebundenen Berater apoEvolution bereits zwei Wochen nach Start der Pilotphase im November 2008 aktiv im Kundengespräch einsetzen. „Für uns natürlich eine enorme Zeit- und Kostenersparnis“, sagt Alexa Schulz.

Der finale Rollout folgte im Januar 2009. „Die während der Pilotierung und Rolloutphase vom Vertrieb eingereichten Verbesserungsvorschläge zählen schon zum ‚Feintuning‘“, erzählt Alexa Schulz. „Die zu Beginn der Entwicklung gesteckten Ziele sind bereits heute erfüllt.“ Weitere Schnittstellen befinden sich in der Planung. Dass die neue Softwarelösung kaum Wünsche offenlässt, zeigte auch eine nochmalige Befragung des Vertriebs: Von der Funktionalität über die Anwendungsbereitschaft bis hin zum Layout erhielt apoEvolution Bestnoten. ■

### Auf einen Blick: Deutsche Apotheker- und Ärztebank

<b>Gründungsdatum:</b>	1902
<b>Bilanzsumme 2008:</b>	41.221 Mio. Euro
<b>Filialen bundesweit:</b>	46
<b>Mitarbeiter:</b>	2.263



Der Hauptsitz der 1902 gegründeten apoBank befindet sich in Düsseldorf.