

18.10.2011 - 12:02 Uhr

## **Studie: Business Prozess Management im Schweizer Bankensektor / Durch die regulatorischen Umwälzungen müssen Banken ihre Geschäftsprozesse schnell anpassen können**

Zürich (ots) -

Business Prozess Management (BPM) ist ein Trend, von dem sich Schweizer Banken eine deutliche Steigerung der Effizienz und Flexibilität bei der Umsetzung IT-gestützter Geschäftsprozesse versprechen. 90 Prozent der Banken erwarten dadurch eine Verbesserung ihrer Prozesse und der Qualität ihres operativen Geschäfts. 80 Prozent sind überzeugt, dass bedingt durch Umwälzungen beim Bankgeheimnis oder bei neuen Besteuerungsabkommen schnelle Anpassungen der Prozesse notwendig sein werden. Dieses Bild zeichnet die Studie «BPM und dessen Auswirkungen auf den Schweizer Bankensektor», die von Capgemini in der Schweiz zusammen mit der Universität St. Gallen erhoben wurde. An der Umfrage dazu nahmen im Sommer 2011 Mitarbeitende von 35 Schweizer Banken teil.

### Grosses Potential für BPM bei den Banken

«Die Schweizer Banken sehen sich infolge grosser regulatorischer Umwälzungen, aber auch durch die zunehmende Komplexität und die Globalisierung gezwungen, immer häufiger Änderungen an ihren Geschäftsprozessen vorzunehmen», sagt Capgemini-Studienleiterin Anita Subramanian. Durch technische Veränderungen wie Cloud Computing werden zudem neue Anwendungsumgebungen geschaffen, die es gilt, richtig mit den bestehenden Prozessen zu verknüpfen. «Die Umsetzung von BPM ist gerade in der Bankenbranche wirkungsvoll. Bei komplexen Organisationen mit sich wiederholenden betrieblichen Abläufen lassen sich so Transparenz, Effizienz und Flexibilität deutlich steigern», ist Anita Subramanian überzeugt. Bei der Erarbeitung der Studie kristallisierten sich die drei Bereiche Front Office, Kernbankenprozesse und integriertes Risikomanagement als Schwerpunkte heraus.

### Einzelansicht der Kundenbeziehung steht bei Beratung im Vordergrund

Im Bereich Front Office steht für 80 Prozent der befragten Banken die Einzelansicht der Kundenbeziehung im Vordergrund, um eine optimale Kundenbetreuung zu gewährleisten. Obwohl die Notwendigkeit einer Multikanalstrategie erkannt wurde, zögern viele Banken, vor allem im Privatbankensektor, den persönlichen Service ihrer Kundenberater zu sehr einzuschränken. Sie verlagern ihre BPM-Aktivitäten in das back office. Fast die Hälfte der Banken gab den Onlinevertriebskanal als Hauptfokus ihrer Multikanalstrategie an. Für sie stehen Initiativen wie Social Media eher im Hintergrund.

### Kernprozesse müssen standardisiert und verknüpft werden

Bei den Kernbankenprozessen steht die Umwandlung von einer produktzentrierten zu einer kundenzentrierten Architektur im Fokus. Fast alle Banken verstehen?

Hier die komplette Medienmitteilung lesen:

<http://ots.de/d8kXn>

Die Studie zum Download:

<http://www.ch.capgemini.com/insights/publikationen/bpm-swiss-banking/>

Über Capgemini: <http://www.ch.capgemini.com>

Kontakt:

Achim Schreiber

+41 44 560 2604

[achim.schreiber@capgemini.com](mailto:achim.schreiber@capgemini.com)

<http://www.twitter.com/CapgeminiDE>

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100005449/100706019> abgerufen werden.