



R-IT-CEO Michael Linhart begrüßte die Teilnehmer aus dem Raiffeisensektor.



Neben den neuesten Geräten für den Bankbetrieb wurden auch Technologien wie ein Pfannkuchen-Drucker, eine Laserharfe oder eine Terraforming Sandbox präsentiert.



REUTERS/ANDREW RICHARDS/GETTY IMAGES

BANKEN IT-TAG

Relevanz durch Innovation

Die Raiffeisen Informatik feiert 50-jähriges Jubiläum und bereitet die Raiffeisenbanken auf den „New Way of Work“ vor.



1969. Das erste Album von Led Zepelin erscheint; die Boeing 747 absolviert ihren Jungfernflug; Queen Elizabeth II. besucht Österreich; die Welt feiert die Mondlandung; in Wien wird das Raiffeisen Rechenzentrum – die heutige Raiffeisen Informatik (R-IT) – gegründet.

Was damals mit nur zwei Angestellten begann, ist heute ein Unternehmen mit rund 950 Mitarbeitern. Vom Datentransport per Koffer hin zum größten und modernsten Rechenzentrum Österreichs – seit 50 Jahren ermöglicht und begleitet die R-IT den technologischen Wandel im Raiffeisensektor. Am jährlichen Banken IT-Tag (BITT) werden die Kernpartner – Raiffeisenbanken, RBI und Uniq – über aktuelle Trends und anstehende Veränderungen informiert.

Nachdem bereits 2018 der Umstieg von Lotus-Notes auf Microsoft Office365 und ein Betriebssystem-Upgrade auf Windows 10 für alle Banken in Burgenland, Niederösterreich-Wien und Vorarlberg beschlossen wurde, steht nach ausgiebigen Tests mit einigen Pilotbanken nun der allgemeine Rollout an. Mit der Implementierung des sogenannten „New Way of Work“ geht auch eine stärkere Virtualisierung einher, wie Thomas Kratky, R-IT-Bereichsleiter für Service Delivery Raiffeisen, erklärt. Das heißt, die gesamte Rechnerkapazität wird vom Rechenzentrum geleistet, wodurch sich in den Bankstellen die physischen Server reduzieren. Die Zentralisierung erleichtert vor allem das Einspielen von Softwareupdates und bietet den Benutzern in den Banken die Möglichkeit, unabhängig vom Endgerät immer ihre gewohnte, persönliche Desktop-Umgebung vorzufinden.

Für mehr spürbare Veränderung wird aber die Einführung der neuen Arbeitswelt durch Office365 sorgen, sagt Gunther Brandstetter vom IT-Service-Management und IT-Betrieb (ITS) der Raiffeisenlandesbank NÖ-Wien. Nicht nur das E-Mail-Programm und Kalender werden anders zu handhaben sein, geboten werden Werkzeuge, die das Miteinander-Arbeiten neu definieren – es entsteht eben ein

„New Way of Work“. Zum Beispiel können Sitzungen durch den Einsatz neuer Technologien effizienter gestaltet werden, sei es bei der Durchführung, aber auch bei der Vorbereitung dafür. „Die vernetzte Online-Zusammenarbeit, die bis heute eher rudimentär funktioniert, wird deutlich besser und einfacher“, weiß Brandstetter. Eine große Rolle spielt dabei der Messaging-Dienst Skype, der neben Videokonferenzen unter anderem eine Chat-Funktion bietet. Das Chatten im Organisationsumfeld soll die interne Kommunikation vereinfachen. Dadurch erspare man sich eine Vielzahl an E-Mails. Dennoch müsse man vorher definieren, wann welches Kommunikationsmittel einzusetzen ist, so Brandstetter. „Ich glaube, dass wir mit diesen Tools eine Kulturveränderung in unseren Organisationen schaffen“, gibt sich Brandstetter zuversichtlich.

Geht es um die Umsetzung der Omnikanal-Strategie der Raiffeisenbankengruppe NÖ-Wien, sei man auf einem guten Weg, berichtet Patricia Kasandziew, Bereichsleiterin für Digitalisierung Produkte & Prozess in der RLB NÖ-Wien. Der neue Raiffeisen-Webauftritt

VON ALEXANDER BLACH

wurde gelauncht und der Webshop umgesetzt. Das Angebot im Shop werde konsequent weiter ausgebaut.

Ein aktuell großes Thema ist die Elba-Pay App, die – nachdem sie PSD2-gerecht gestaltet wurde – wieder in den App-Stores verfügbar ist. Über diese App werde auch das Onboarding der Kunden zu Apple Pay erfolgen. Der Service stehe bereits in den Startlöchern, ein genaues Releasedatum steht derzeit noch nicht fest.

Weitere wichtige Bausteine in der Omnikanal-Strategie sind die Etablierung standardisierter Kontomodelle sowie ein neues Loyalitätsprogramm, wie es bereits in Kärnten und Vorarlberg eingeführt wurde. Je höher die Produktdurchdringung beim Kunden, desto höher ist sein Treuebonus. Zusätzlich gibt

es einen Kreditkartenbonus basierend auf dem durchschnittlichen Monatsumsatz. Bis zu 240 Euro jährlich könne man als Kunde dabei zurückbekommen, sagt Kasandziew.

Gemeinsame Herausforderungen

„Seit 1969 hat sich vieles verändert, aber die Kommunikation und mit ihr der Kontakt zu den Kunden maßgeblich“, sagt Dietmar Schuster vom Produktmanagement der Fiducia & GAD IT AG – dem deutschen Pendant zur R-IT – und zeigt auf, mit welchen Maßnahmen die deutschen Raiffeisen- und Volksbanken bei ihren Kunden relevant bleiben wollen.

Wichtig sei, das richtige Produkt für den Kunden zu suchen und zum richtigen Zeitpunkt anzubieten. Damit das gelingen kann, braucht es das Know-how „smarte Daten“ zu generieren, zu verknüpfen und zu verstehen. Dazu müsse man sich auch von der Maxime lösen, alles selber entwickeln zu wollen und auch Drittanbieter in den Prozess einbinden.

Zudem müssen Produkte agil entwickelt werden, wie es bei Mein Elba der Fall ist. Da der Leistungsumfang stetig wächst, wird das Produkt als relevant und innovativ wahrgenommen. Natürlich gilt es auch, den aktuellen Trends in Sachen Looks und Design Rechnung zu tragen, um zeitgemäß und attraktiv zu bleiben. „An diesen Themen arbeiten aber alle – in zwei, drei Jahren ist das also Stan-

dard“, sagt Schuster und fordert noch mehr Fokus auf Innovationskultur, um neue Geschäftsmodelle überhaupt finden zu können.

In der Raiffeisen Bank International (RBI) habe man deshalb mit dem Elevator Lab, Elevator Ventures und dem Innovation Garden „verschiedene Innovationsvehikel“ geschaffen, erzählt Nicole Stroj, Head of Innovation Management bei der RBI. Geht es beim Elevator Lab um Innovation von außen, also die Zusammenarbeit mit Start-ups, widmet sich der Innovation Garden Ideen aus den eigenen Reihen. Ähnlich handhabt es auch die R-IT, die versucht, Innovationen von innen heraus anzutreiben, wie Philipp Jandrisevits, Leiter des Innovation Managements bei der R-IT, betont, und gleichzeitig auf eine Kooperation mit dem Start-up-Hub weXelerate setzt.

„Die Veränderung ist ein ständiger Begleiter. Wir als R-IT versuchen daher nicht nur technologisch die bestmögliche Lösung für die Banken zu schaffen, sondern arbeiten auch daran, dass wir flexibler und rascher auf die Anforderungen unserer Kunden reagieren können und so näher an unsere Partner heranrücken“, betont auch Michael Linhart, Vorsitzender der R-IT-Geschäftsführung, und bedankt sich abschließend für das Vertrauen und die gute Zusammenarbeit: „Ich hoffe, dass wir auch die nächsten 50 Jahre schaffen werden, denn die kommenden Herausforderungen können wir nur gemeinsam stemmen.“