

# SIPKIS - Individualisierte Beratungssysteme

Dr. Veronica Winkler, Prof. Dr. Hans Ulrich Buhl

Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre, Wirtschaftsinformatik und Financial Engineering  
Universität Augsburg  
Universitätsstrasse 16  
86159 Augsburg  
{Winkler, Buhl}@Forsip.de

**Abstract:** Im folgenden Beitrag wird ein Überblick über ein Konzept zur Individualisierung von Finanzdienstleistungsberatungen gegeben. Hierfür wird zunächst die Notwendigkeit für die Individualisierung von Beratungssystemen in der Finanzdienstleistungsbranche aufgezeigt. Nach der Einordnung in den Forschungsverbund FORSIP erfolgt schließlich die Darstellung des dort entwickelten Konzeptes zur individualisierten Finanzdienstleistungsberatung. Der Beitrag schließt mit der Darstellung der Übertragung der wissenschaftlichen Erkenntnisse in die Praxis.

## 1 Einleitung

Im Folgenden werden die wichtigsten Ergebnisse des Teilprojektes SIPKIS (Situierung, Individualisierung und Personalisierung von kundenzentrischen Informationssystemen) innerhalb des Forschungsverbundes FORSIP (Bayerischer Forschungsverbund für Situierung, Individualisierung und Personalisierung in der Mensch-Maschine-Interaktion) zusammengefasst, die im Verlauf der zweiten Förderphase erzielt wurden. Dabei werden in Kapitel 2 die durch SIPKIS untersuchte Problemstellung und das betrachtete Anwendungsszenario vorgestellt. Anschließend werden die hierzu gewonnenen wissenschaftlichen Lösungskonzepte und in Kapitel 4 deren Anwendung in der Praxis beschrieben.

## 2 Problemstellung und Use-Cases

Eine häufige Situation in der Bank: Der Kunde nennt dem Berater sein Anliegen, z. B. dass er für seinen Ruhestand vorsorgen möchte, und beschreibt seine derzeitige persönliche Situation, darauf aufbauend empfiehlt der Berater ihm ein Standardprodukt. Die persönliche Lage, Interessen, Bedürfnisse und Wünsche oder das Umfeld des Kunden, aber auch soziale und finanzielle Restriktionen, bleiben bei der Beratung und Produktauswahl oft unberücksichtigt – z. B. die Risikobereitschaft, die -tragfähigkeit oder auch der Liquiditätsbedarf des Kunden. Bspw. werden Kunden bei „Beratungsgesprächen“ zur Altersvorsorge oft standardmäßig Produkte empfohlen, die sie langfristig binden. Individuelle Ziele wie z. B. ein in den nächsten Jahren geplanter Immobilienerwerb, die kurz- bis mittelfristig einen hohen Liquiditätsbedarf anzeigen, werden nicht berücksichtigt, was zum Teil für den Kunden spürbar negative Folgen hat. So fehlt dem Kunden im Beispiel aufgrund der Langfristigkeit der Anlage möglicherweise die nötige Liquidität für den Immobilienkauf oder er muss zumindest deutliche Renditeeinbußen bspw. bei

einer vorzeitigen Kündigung einer Lebensversicherung in Kauf nehmen. Folglich fühlen sich viele Kunden von den Finanzdienstleistern alleingelassen und schlecht beraten. Gleichzeitig wird durch die zunehmende Verbreitung des Internet den informierten Kunden der Wechsel zwischen den Anbietern erleichtert, sodass häufige Folge der schlechten Beratungsqualität die Abwanderung von Kunden und damit wirtschaftliche Einbußen sind [BT02]. Finanzdienstleister sind daher dazu gezwungen, Strategien zu entwickeln, mit denen sie die Kundenzufriedenheit und -bindung wieder erhöhen können und sich gegenüber der durch das Internet erhöhten Konkurrenz zu behaupten.

Hierbei stellt das Angebot individualisierter Dienstleistungen in der Finanzdienstleistungsbranche ein entscheidendes Differenzierungsmerkmal im zunehmenden Wettbewerb dar, da es dadurch einem Finanzdienstleister langfristig möglich ist, sich der Vergleichbarkeit zu entziehen und Kunden dauerhaft zufrieden zu stellen [Wi07]. Allerdings sind individualisierte Finanzdienstleistungsberatungen für eine breitere Kundenklientel nur dann realistisch umsetzbar, wenn für die Unterstützung der Berater geeignete Beratungssysteme entwickelt werden, die zum einen eine einheitliche und qualitativ hochwertige Beratungsqualität gewährleisten und zum anderen durch die Automatisierung zeitintensiver Prozesse Kosten einsparen.

### 3 Lösungskonzept

Die Entwicklung eines Konzepts zur individualisierten Finanzdienstleistungsberatung und dessen prototypische Umsetzung war Gegenstand der Forschung des Clusters „Intelligente Finanzplanung“ mehrerer Wirtschaftsinformatik- und Informatik-Lehrstühle innerhalb des Forschungsverbunds FORSIP. Dabei wurde im Cluster ein Prototyp zur individualisierten Altersvorsorgeberatung umgesetzt [Dz04]. Grundlage für den Prototyp bildet das fachliche Konzept zur individualisierten Finanzdienstleistungsberatung, das im Folgenden kurz im Überblick dargestellt wird [Bu04]. Dabei werden insbesondere die im Rahmen von FORSIP II erstellten Arbeiten fokussiert, die zum Teil bereits in renommierten Zeitschriften erschienen sind oder sich dort in Begutachtung befinden.

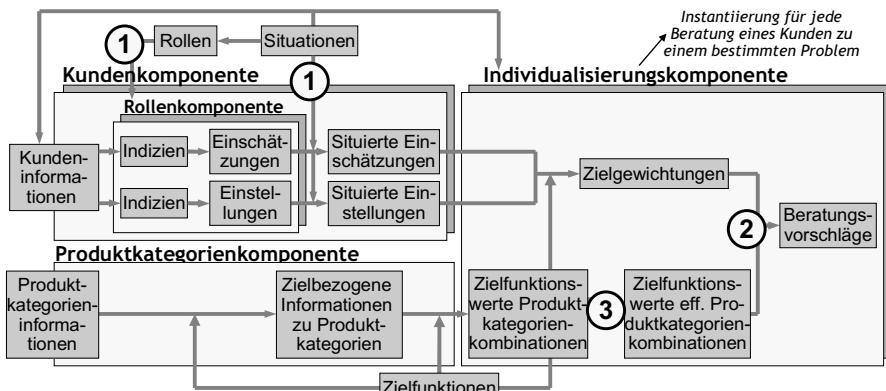


Abbildung 1: Konzept zur individualisierten Finanzdienstleistungsberatung [Bu04]

Wurde ein Beratungsanlass aufgrund der über den Kunden gespeicherten Informationen identifiziert und konnte der Kunde für eine Beratung gewonnen werden, müssen idealerweise die Informationen über den Kunden und die Produktkategorien zur Verfügung stehen, die für die Ermittlung eines individualisierten Beratungsergebnisses notwendig sind. Dabei lassen sich Einstellungen, welche die Bedürfnisse, Wünsche und Interessen des Kunden widerspiegeln, aus dem Verhalten des Kunden ableiten. Eine Einschätzung entspricht demgegenüber dem Urteil des Finanzdienstleisters über die Grenzen und Möglichkeiten des Kunden bei seinen finanziellen Entscheidungen [BFV03]. Bei der Ermittlung der Einstellungen respektive Einschätzungen sind aber nicht nur die Kundeninformationen, sondern auch die Situation, in der sich ein Kunde zum Zeitpunkt der Beratung befindet, und die Rolle, in der er agiert, zu berücksichtigen (Nummer 1 in Abbildung 1). Dabei wird in [MWB07] untersucht, wie sich Situationen und Rollen für die Unterstützung von Kundenentscheidungen in einer individualisierten Beratung nutzen und in das im Rahmen von FORSIP entwickelte Gesamtkonzept integrieren lassen. Aufbauend darauf wird in [BKW07] eine Kategorisierung der im Rahmen einer individualisierten Beratung relevanten Situationen und Rollen vorgenommen. Im nächsten Schritt wird aus den (situierten) Einstellungen respektive Einschätzungen die individuelle Bedeutung der Ziele, die im Rahmen einer Beratung für den Kunden relevant sind, ermittelt und quantifiziert. Auf der Produktseite werden die paretoeffizienten Lösungen unter Verwendung der für das jeweilige Anwendungsszenario relevanten Produktkategorien ausgewählt (Nummer 3 in Abbildung 1). Hierfür wird in [FKW06] auf Basis eines evolutionären Algorithmus eine Heuristik entwickelt, welche die Menge der effizienten Portfolios annähert. Die Qualität der Heuristik wird dabei mittels eines geeigneten Konzeptes gemessen. Im letzten Schritt werden aus den effizienten Produktkategorienkombinationen diejenigen ausgewählt, welche den Zielgewichtungen des Kunden am ehesten entsprechen (Nummer 2 in Abbildung 1). In [KW07] wird dabei axiomatisch begründet, welche Nutzenfunktion für die vorliegende multikriterielle Entscheidungssituation anwendbar ist.

Neben den vorgestellten Beiträgen zu einzelnen Bestandteilen des Gesamtkonzepts zur individualisierten Finanzdienstleistungsberatung wurden weitere erstellt, die wichtige verwandte Themen wie die rechtlichen Rahmenbedingungen einer individualisierten Beratung – Daten- und Verbraucherschutz – [BKW07, Ka07] und die Berücksichtigung von Steuern [EZ07] und Sozialkapital [KZ07] thematisieren.

## **4 Ergebnisse**

Zur Kooperation mit Unternehmen und damit zur Übertragung der Ergebnisse in die Praxis kann erfreulicherweise berichtet werden, dass die erfolgreiche Zusammenarbeit, die während FORSIP I begonnen hat, in FORSIP II fortgesetzt werden konnte. Gemeinsam mit den Praxispartnern MLP Finanzdienstleistungen AG und HypoVereinsbank AG wurde und wird unter anderem weiter an der Verbesserung der Beratungsunterstützungssysteme hinsichtlich einer ganzheitlichen und individualisierten Beratung gearbeitet.

Auch die Öffentlichkeitsarbeit wurde weiter vorangetrieben. Im Rahmen von FORSIP I wurde der Prototyp zur Altersvorsorgeberatung bereits unter anderem im Rahmen der

WI2003 auf dem FAN-Workshop (Forschergruppe Augsburg-Nürnberg) in Dresden, auf der SYSTEMS 2003 in München, sowohl auf dem Stand von Bayern innovativ als auch in der Financial Solutions Area, die vom Lehrstuhl Buhl mitgestaltet und mitorganisiert worden ist, und 2005 auf der European Finance Week in Frankfurt am Main auf einem eigenen Stand präsentiert, wo er auf reges Interesse gestoßen ist. Während der Laufzeit von FORSIP II wurden Ergebnisse sowohl auf der WI2005 und 2007 als auch der European Finance Week 2006 in Frankfurt am Main präsentiert. Des Weiteren wurde ein Vortrag zu FORSIP im Rahmen des 2. Bankensymposiums des Netzwerkes „Financial Studies Saxony“ in Leipzig gehalten.

## Literaturverzeichnis

- [BFV03] Buhl, H.U.; Fridgen, M.; Volkert, S.: Systemunterstützt individualisierte Kundenansprache in der Mehrkanalwelt der Finanzdienstleistungsbranche – Repräsentation der Einstellungen von Kunden in einem Kundenmodell. In (Uhr, W; Esswein, W; Schoop, E. Hrsg.): Wirtschaftsinformatik 2003. Band II, Physica, Heidelberg, 2003; S. 201-229.
- [BKW07] Buhl, H.U.; Kaiser, M.; Winkler, V.: Beratungsindividualisierung in der Finanzdienstleistungsbranche - Umsetzungskonzepte und rechtliche Rahmenbedingungen. In: WIRTSCHAFTSINFORMATIK 49 (2007) 1; S.26-33.
- [BT02] Brune, F.-G.; Tenhagen, H.-J.: Banken – Ist der Kunde König? In: Die Bank 8 (2002).
- [Bu04] Buhl, H.U. et.al.: Konzept zur individualisierten Finanzdienstleistungsberatung für Privatkunden und dessen prototypische Umsetzung. In: WIRTSCHAFTSINFORMATIK 46 (2004) 6; S. 427-438.
- [Dz04] Dziarstek, C. et.al.: A User-Aware Financial Advisory System. In (Chamoni, P. et.al. Hrsg.): Multikonferenz Wirtschaftsinformatik (MKWI) 2004, Essen, 2. Band. Akademische Verlagsgesellschaft, Berlin, 2004; S. 217-229.
- [EZ07] Eberhardt, M.; Zimmermann, S.: IT-gestützte individualisierte Altersvorsorgeberatung. In: WIRTSCHAFTSINFORMATIK 49 (2007) 2.
- [FKW06] Fielk, G.; Kaiser, M; Winkler, V.: Approximating efficient portfolios - An evolutionary algorithm for a multi-objective problem. Universität Augsburg, 2006.
- [Ka07] Kaiser, M.: Datenschutz vs. Dokumentation - Der Verbraucherschutz in der Finanzdienstleistungsbranche. Universität Augsburg 2007.
- [KW07] Kaiser, M.; Winkler, V.: Axiomatic considerations for an individualised multiobjective decision support system in the financial services sector. Universität Augsburg, 2007.
- [KW07] Kaiser, M.; Winkler, V.: Axiomatic considerations for an individualised multiobjective decision support system in the financial services sector. Universität Augsburg 2007.
- [MWB07] Meier, M; Winkler, V.; Buhl, H. U.: Ansätze zur Gestaltung situierter und individualisierter Anwendungssysteme. In: WIRTSCHAFTSINFORMATIK 49 (2007) Sonderheft; S.39-49.
- [Wi07] Winkler, V.: Individualisierte Finanzdienstleistungsberatung - Konzept und prototypische Umsetzung. Dissertation, Universität Augsburg 2007.