

## Konsequente Datenverbesserung birgt langfristig hohes Potenzial

Für eine erfolgreiche Vertriebsstruktur ist eine hohe Qualität der Daten unabdingbar. Aber auch bei der Umsetzung regulatorischer Regelwerke können Banken mit nachhaltigem Datenmanagement ihren eingeschränkten Spielraum effektiver nutzen. Für *Olaf Pulwey*, Bereichsvorstand der FOCONIS AG, ist prozessorientierte Datenqualität sogar eine Goldader des Erfolgs.

*Im Durchschnitt verdoppelt sich die Datenmenge großer Institute alle 12 bis 18 Monate. In diesen Datenflüssen liegt ein großes Potenzial, das viele Unternehmen aufgrund mangelnder Datenqualität aber nicht voll ausnutzen. Was sind mögliche Gründe dafür?*

Olaf Pulwey: Zum einen ist da natürlich das „Haben wir schon immer so gemacht“-Phänomen zu beobachten. Einige Institute rücken nur schwer von lang gelebten Prozessen ab und lassen die Potenziale, die eine hohe Datenqualität mit sich bringen würde, mehr oder weniger bewusst liegen. Zum anderen haben viele Institute Sorge vor einer Prozessumstellung, weil sie ihnen möglicherweise noch mehr Arbeit macht – wenn auch nur kurzfristig – und natürlich auch Kosten verursacht. Zum Glück wächst in den Banken und Sparkassen die Erkenntnis, dass sich direkte Investitionen in die Datenqualität sehr schnell lohnen und bei Weitem nicht so hoch ausfallen wie befürchtet. Und sie verstehen, dass ein „Machen wir schon immer so“ als Argument gegen den Fortschritt nicht standhalten kann. Dafür sind die messbaren Ergebnisse, wie beispielsweise eine langfristige Kundenzufriedenheit und steigende Verkaufszahlen durch eine zielgerichtete Beratung, die mit hoher Datenqualität extrem effizienter möglich ist, viel zu verlockend.

*Die Relevanz und Korrektheit von Daten ist für den Vertrieb ausgesprochen wichtig. Ist Datenqualität ein kritischer Erfolgsfaktor?*

Olaf Pulwey: Ich würde sogar so weit gehen, zu sagen, dass Datenqualität für den Vertrieb der wichtigste Erfolgsfaktor für den nachhaltigen Erfolg ist. Zumindest ist sie das erste Kriterium in einer ganzen Reihe von Faktoren, die den Erfolg jeglicher Vertriebsaktivitäten massiv beeinflussen. In der heutigen Zeit zwingen niedrige Zinsmargen und viele weitere herausfordernde Rahmenbedingungen Kreditinstitute auf der einen Seite zu deutlichem Ertragswachstum über alternative Beratungsleistungen, andererseits jedoch zu signifikanten Einsparungen auf der Kostenseite. Die Datenqualität ist ein Parameter, der erfahrungsgemäß beide Seiten – Erträge wie Kosten – gleichermaßen positiv beeinflussen kann.

*Wie kann aus Ihrer Sicht die Datenqualität verbessert und gezielt in Instituten eingesetzt werden?*

Olaf Pulwey: Algorithmen können hervorragend die Vorausschau von Kundenentscheidungen ermitteln, solange die Trainingsdaten der Banken, auf deren Basis die KI-Modelle (Anm.: Künstliche Intelligenz) entwickelt werden, auch valide sind. Genau das ist der Knackpunkt. Intelligente Systeme und die darin enthaltenen smarten Algorithmen decken zunächst nachgelagert im Bestand die Fehler und Implausibilitäten auf, die im Vorfeld menschlich verursacht wurden. Durch die automatisierte Überwachung, die konsequente Ausgabe ausführlicher Bearbeitungshinweise und die strukturierte, nachhaltige Korrektur der fehlerhaften Daten entsteht so nach und nach ein Lerneffekt bei den Verursachern. Im besten Fall dienen entsprechende Systeme also initial als Aufräumkommando und stellen final eine valide Datenqualität beispielsweise für predictive Analytics im Vertrieb sicher, mit der dann geerntet werden kann.

*Herr Pulwey, vielen Dank für das Interview.*

*„Datenqualität ist für den Vertrieb der wichtigste Faktor für nachhaltigen Erfolg.“*



Foto: privat

**Olaf Pulwey,**  
Bereichsvorstand Vertrieb, Beratung,  
Marketing & Öffentlichkeitsarbeit der FOCONIS AG