

SB-KANAL UND DEN GELDAUTOMATEN FÜR DIE BBVA NEU DEFINIERT

RADIKALE NUTZERORIENTIERUNG SCHAFFT WETTBEWERBSVORTEILE

Projektdatum: 2010



In den letzten Jahren haben der SB-Bereich und das Online- und Mobile-Banking immer mehr an Bedeutung gewonnen. Während das Serviceangebot von Banken im Internet ständig verbessert und überarbeitet wurde, hat sich bei der Weiterentwicklung des Bankautomaten seit seiner Erfindung kaum etwas getan. Zusammen mit der Innovationsberatung IDEO hat BBVA, einer der größten weltweiten Finanzdienstleister, deshalb eine neuartige Lösung für den SB-Bereich entwickelt. Ein neuer Bankautomat mit verbesserter Handhabung verschafft BBVA einen Wettbewerbsvorteil und das Potenzial zur Differenzierung. Auf Basis zahlreicher Kundenbefragungen entwickelte das Team ein vollkommen neues Konzept, das auf den Bedürfnissen der Nutzer basiert. Das Ergebnis der Zusammenarbeit: eine neue Generation von Bankautomaten.

BBVA wollte die bisherigen Konzepte für den SB-Bereich hinterfragen und den Service für ihren Kunden mit einer neuen Lösung verbessern. Deshalb hat das Unternehmen sich an das Münchner Büro von IDEO gewandt. Bislang wurden Produktentwicklungen vor allem von Ingenieuren vorangetrieben, die sich an den aktuellen technischen Standards orientierten. Der neue Bankautomat dagegen sollte nach den Bedürfnissen der Kunden entwickelt werden. Das ist einen Paradigmenwechsel in der Entwicklung von Geldautomaten.

Der Mensch am Anfang der Entwicklung

Am Anfang der Zusammenarbeit stand die Aufgabe, die Kundenbedürfnisse kennen zu lernen und zu verstehen. Dafür beobachtete das interdisziplinäre Team von IDEO die Gewohnheiten von Kunden der BBVA und anderer Banken und führte umfassende Interviews. Das Ergebnis: Die Nutzer von Geldautomaten haben das Bedürfnis nach mehr Sicherheit und Individualisierung. Herkömmliche Geldautomaten stehen dicht nebeneinander - andere Kunden warten hinter dem Rücken der Nutzer. Dadurch fühlen sich diese bei ihren privaten Bankangelegenheiten beobachtet und unwohl. Die Befragten wünschten sich außerdem eine einfachere Handhabung. Als besonders unbeliebt erwiesen sich die Tasten neben der Bildschirmanzeige, die für unterschiedliche Funktionen genutzt werden.

Die Erkenntnisse dieser Arbeit und eine Wirtschaftlichkeitsbetrachtung haben BBVA darin bestärkt, einen eigenen BBVA-Bankautomaten zu entwickeln. Dieser sollte durch eine einfache, flexible und intuitive Bedienung ein vollständig neues Nutzererlebnis bieten.

(Fortsetzung)



Radikale Nutzerorientierung schafft Wettbewerbsvorteile

Auf der Basis der Befragungen entwickelte das Team von IDEO das Konzept für einen völlig neuen Geldautomaten. In einem ersten Schritt setzten sie die Ideen in Prototypen um. Diese wurden kontinuierlich verbessert und weiterentwickelt. Das Ergebnis unterscheidet sich stark von herkömmlichen SB-Lösungen: Beim neuen Automaten steht der Nutzer in einem 90-Grad-Winkel zu den Wartenden und ist zusätzlich mit einer undurchsichtigen Plexiglas-Scheibe vor Blicken geschützt. Alle Transaktionen, auch die PIN-Eingabe, werden auf einem 19 Zoll großen Touchscreen getätigt. Häufig getätigte Aktionen speichert der Automat. Jeder Kunde sieht nach der Authentifizierung eine individuelle Benutzeroberfläche, mit den am häufigsten genutzten Funktionen. Grafiken veranschaulichen dem Nutzer, welche Vorgänge der Automat - beispielsweise bei der Geldauszahlung - ausführt: So erscheint die Karte nach dem Einführen auf dem Bildschirm. Wird eine Auszahlung gewünscht, kann der Nutzer mit dem Berühren der Geldscheine auf dem Bildschirm die gewünschte Stückelung des Betrags festlegen. Sind die Scheine gewählt, gleiten diese auf dem Bildschirm Richtung Ausgabeschlitz, wo sie der Kunde entnehmen kann. Auch alle anderen Transaktionen werden über diesen einen Schlitz abgewickelt, so z.B. das Einzahlen und die Ausgabe von Quittungen.

Für die Umsetzung des Projekts haben IDEO und BBVA mit den Herstellern NCR und Fujitsu zusammengearbeitet. 2010 wurden die ersten 20 Automaten in Spanien installiert. Wie bei der Entwicklung standen die Bedürfnisse des Menschen auch während der Pilotphase im Mittelpunkt. Das Team von IDEO hat dazu verschiedene Methoden ausgearbeitet, die das Feedback der Kunden aufnehmen und die Weiterentwicklung des Automaten ermöglichen. 2011 plant BBVA 200 weitere Geräte in Europa sowie Nord- und Südamerika einzuführen.

Über BBVA:

Die BBVA ist ein globaler Finanzdienstleister mit mehr als 47 Millionen Privat- und Firmenkunden. Das Geldinstitut ist mit Filialen in mehr als 30 Ländern vertreten. Darüber hinaus ist die Bank die größte Bank in Mexiko und gehört zu den Marktführern in Spanien.

Über IDEO:

IDEO wurde 1991 in Palo Alto (USA) und London (UK) gegründet und ist eine globale Innovationsberatung. Seit dem Start des Münchener Büros im Jahr 2000 wuchs IDEO weltweit auf über 550 Mitarbeiter. Diese eröffnen in interdisziplinären Teams Organisationen und Unternehmen aus Wirtschaft, Politik, Bildung und dem Sozialbereich neue Spielräume für Wachstum, zukünftige Geschäftsfelder und Vorteile im Wettbewerb.