

vwd group: Online-Meetings sparen Zeit und Kosten

Die vwd group mit Hauptsitz in Frankfurt, größter deutscher Anbieter von Finanzinformations-Dienstleistungen, setzt die modular aufgebaute Webconferencing- und Rapid-E-Learning-Lösung Breeze von Adobe ein. Damit kann die tägliche Kommunikation zwischen den verschiedenen Unternehmen der Gruppe, die an unterschiedlichen Standorten in Deutschland ihren Sitz haben, wesentlich effizienter und kostengünstiger gestaltet werden. Statt der bisher üblichen Dienstreisen finden nun immer öfter zeitsparende Online-Meetings im Web statt.

Als Achim Beisswenger plötzlich einen Sehnenriss hatte, schien der für den nächsten Tag vereinbarte Termin mit einem wichtigen Kunden bei einer Frankfurter Großbank geplatzt zu sein. Denn sich ins Auto zu setzen, um wie geplant an dem Meeting teilzunehmen, war nun unmöglich. Stattdessen saß er in seinem Stuttgarter Office fest. Doch der für das Produkt und Business Development bei der vwd group verantwortliche Manager wollte unbedingt bei dem Gespräch in der Mainmetropole dabei sein, für das die IT-Experten des Geldinstituts auch die Präsentation einiger interner Entwicklungen angekündigt hatten. „Deshalb wagten wir den Versuch und schalteten ihn per Webkonferenz direkt zu dem Treffen mit dem Kunden dazu“, berichtet John Weber, Vice Executive Director Technology Solutions in der vwd group und Geschäftsführer der Tochterfirma GeVaSyS mit Sitz in Herzogenrath bei Aachen.

Das Ergebnis überzeugte alle Beteiligten. Denn Beisswenger konnte dem Kunden nicht nur die neuesten vwd-Produkte live zeigen und die Details erläutern, sondern sich auch sofort ein unmittelbares Bild von den im Gespräch vorgestellten internen Entwicklungen der Bank machen. „Und das trotz der sehr strengen Sicherheitsvorkehrungen mit Firewalls und Proxy-Servern bei dem Geldinstitut, an denen Videokonferenzen sonst üblicherweise scheitern“, betont John Weber. Doch die modular aufgebaute Webconferencing- und Rapid-E-Learning-Lösung Adobe Breeze, die in der vwd group seit dem Frühjahr 2005 genutzt wird, hat damit keine Probleme. Auch besondere Hard- und Softwareinstallationen sind bei ihrem Einsatz nicht erforderlich: Der auf den meisten Arbeitsplatzcomputern bereits installierte Flash Player von Adobe reicht zur Teilnahme an einer Webkonferenz völlig aus.

Verzicht auf Dienstreisen bringt erhebliche Zeitvorteile

„Unsere Gesprächspartner bei der Bank waren verblüfft, wie einfach und unkompliziert das Ganze ist und welche Ergebnisse sich damit erzielen lassen“, sagt Achim Beisswenger. Im konkreten Fall wäre er morgens knapp drei Stunden von Stuttgart nach Frankfurt gefahren, hätte vier Stunden an dem Meeting teilgenommen und wäre dann wieder drei Stunden auf der Autobahn für die Rückreise unterwegs gewesen. „Durch die Webkonferenz habe ich effektiv sechs Stunden Zeit gewonnen, die ich für andere wichtige Arbeiten verwenden konnte, und außerdem sind keinerlei Reisekosten angefallen“, macht er die Rechnung auf.

Qualitätseinbußen in der Kommunikation gebe es beim Einsatz von Adobe Breeze nicht. „Natürlich“, so John Weber, „können Webkonferenzen nicht sämtliche persönlichen Treffen ersetzen, aber für die tagtäglichen Arbeitsmeetings sind sie eine echte Alternative“. Vor allem wenn es sich um kürzere Besprechungen handelt, für die nicht gleich ein ganzer Tag eingeplant ist. In einem dezentral organisierten Unternehmen wie der vwd group, deren über 270 Mitarbeiter auf die Standorte Berlin, Düsseldorf, Herzogenrath, Frankfurt, Schweinfurt, Stuttgart, München, Hamburg, Rimpfing und Kaiserslautern bundesweit verteilt sind, zahlt sich die Nutzung dieser Technologie schnell aus.

„Wir rechnen schon heute mit einer Reduzierung der Reisekosten um rund 30 Prozent“, unterstreicht Achim Beisswenger, „doch dieser Wert kann noch weiter gesteigert werden“. Denn zum einen nutzen in der ersten Ausbaustufe derzeit nur rund 25 Manager intensiv das neue Tool, zum anderen befindet sich die vwd group gegenwärtig in einer Umstrukturierungsphase. Und dabei sind persönliche Meetings auch deshalb notwendig, damit sich die Mitarbeiter aus den unterschiedlichen Bereichen erst einmal kennen lernen.

Viele Standorte erfordern hohen Koordinierungsaufwand

Die vwd group wurde 2004 im Rahmen eines Management-Buy-Ins neu formiert. Im Fokus der Gruppe stehen an den Bedürfnissen der Kunden ausgerichtete Lösungen in den Business Units Marktdaten (Market Data Solutions), Technologie (Technology Solutions) und Marketing (Specialised Marketing Solutions) für Finanzdienstleister, Medienunternehmen, Industrie und Handel sowie für Privatanleger.

Das Spektrum der angebotenen Produkte und Dienstleistungen reicht dabei von aktuellen Kursen und Preisen für Aktien, Fonds, Zertifikaten oder Devisen, die börsentäglich für 40.000 Anwender auf deren Terminals oder PCs geliefert werden, über aktuelle Wirtschaftsnachrichten bis hin zu komplett gestalteten Börsenseiten für derzeit 43 Tageszeitungen und Finanzmagazine. Tochterunternehmen wie business sector AG, gatrixx NetSolutions GmbH, market maker Software AG, Quotrix AG, b.i.s. börsen-informations-systeme AG, DGAP Deutsche Gesellschaft für Ad hoc-Publizität mbH oder GeVaSyS Gesellschaft für verteilte Anwendungssysteme mbH sind dabei jeweils für bestimmte Aufgaben zuständig.

„Jedes der sieben Beteiligungsunternehmen rundet das Angebotsspektrum der Gruppe insgesamt ab und sorgt für Synergien, um unseren Kunden sowohl inhaltlich als auch technisch einen umfassenden Service aus einer Hand anbieten zu können“, beschreibt Beisswenger die Strategie. Deshalb gebe es einen hohen Koordinations- und Kommunikationsbedarf zwischen den Mitarbeitern an den unterschiedlichen Standorten. Gerade im aktuellen Konsolidierungsprozess sei dies ein kritischer Erfolgsfaktor.

Das Telefon alleine – so die Erfahrung – reicht dabei als Kommunikationsmittel nicht aus. Denn häufig müssen Leistungsmerkmale von Softwareentwicklungen besprochen werden, die man am Besten allen Teilnehmern an einer Besprechung direkt vorführt. „Auch statische Bilder sind für diesen Zweck nicht aussagekräftig genug“, betont der Produktverantwortliche.

Steigerung der Effizienz durch gezieltere Kommunikation

In einem virtuellen Meetingraum von Adobe Breeze können sich nicht nur beliebig viele Teilnehmer mit Bild und Ton treffen, sondern auch das gemeinsame Nutzen von Powerpoint-Präsentationen, Flash-Animationen oder Softwareanwendungen ist möglich. „In der Applikationsentwicklung lässt sich so die Effizienz deutlich erhöhen“, hat Beisswenger festgestellt. Denn Missverständnisse werden durch den gemeinsamen Zugriff auf die Anwendungen geringer, Probleme lassen sich schneller eingrenzen und Fehlentwicklungen sind besser vermeidbar. Außerdem – so die praktische Erfahrung – kommen die Teilnehmer in einem virtuellen Meeting schneller auf den Punkt und schweifen nicht wie bei einem persönlichen Treffen häufig vom eigentlichen Thema ab.

Auch individuelle Konsultationen zwischen zwei Mitarbeitern sind heute viel schneller und besser möglich, da Adobe Breeze zusammen mit einer Webcam und einem Headset an den Arbeitsplatzrechnern aller Nutzer installiert ist. Durch die Einrichtung permanenter Meetingräume können räumlich getrennte Teams die Webkonferenz dauerhaft nutzen, ohne dass sich die Teilnehmer jedes Mal neu anmelden müssen. Sämtliche Präsentationen, Links zu Anwendungen, Notizen auf der virtuellen Tafel oder sonstige Informationen stehen dabei jederzeit zur Verfügung.

Zwischen einzelnen Mitarbeitern erfolgt auch die Sprachkommunikation direkt über das Internet per Voice over IP – in einer zufrieden stellenden Qualität, wie John Weber bestätigt. Bei größeren Meetings muss dagegen noch parallel eine Telefonkonferenz geschaltet werden. „Mit der neuen Version Breeze 5.0 ist zwar das größte Manko – die Einbindung von Voice over IP – beseitigt worden, doch bei mehreren Teilnehmern treten schnell Bandbreitenprobleme und Qualitätseinbußen auf“, hat Weber beobachtet.

Auch die Einbindung von mobilen Mitarbeitern, etwa in einem WLAN-Hotspot oder mit einer Datenverbindung über eine UMTS-Karte, ist ohne Probleme möglich. „Wir hatten sogar schon einmal den Fall, dass ein Kollege unterwegs über eine GPRS-Verbindung von seinem Notebook eine Live-

Produktvorführung mit Breeze durchgeführt hat“, berichtet der IT-Experte. Die sei zwar recht langsam gewesen, habe aber funktioniert.

Bei der Entscheidung für das Adobe-Produkt waren für ihn die unterschiedlichen Features der modular aufgebauten Lösung ein wesentliches Argument: die einfache Einbindung von PowerPoint-Präsentationen, ein vom allen Teilnehmern nutzbares Whiteboard oder die Möglichkeit, bestimmte Anwendungen auf dem Rechner gezielt zur gemeinsamen Nutzung freizugeben. Außerdem – so Webers Erfahrung – sei Breeze die einzige Lösung, die keine zusätzlichen Softwareinstallationen erfordert und auch hinter einer Firewall reibungslos funktioniert.

Integriertes Webconferencing erhöht die Kundenbindung

Dies ist für vwd besonders wichtig, da Adobe Breeze in Zukunft auch zur Kommunikation mit Partnern außerhalb des eigenen Unternehmens und mit Kunden genutzt werden soll. Und gerade im Finanzdienstleistungsbereich machen die notwendigen Sicherheitsmaßnahmen der offenen Kommunikation über das Web einige Probleme. Unter anderem wollen die vwd-Experten künftig per Breeze-Meeting neue Features ihrer Softwareprodukte vorstellen. „Da können wir natürlich nicht jedes Mal verlangen, dass die Kunden ein neues Browser-Plug-In herunterladen und auf ihrem Rechner installieren“, weiß Beisswenger.

Auch beim „vwd market manager financials“, der künftig ein integriertes Breeze-Modul enthalten soll, spielt dessen sofortige Einsetzbarkeit eine wichtige Rolle. Denn für die Installation dieses .netbasierten Realtime-Marktdatensystems, das zum Beispiel den Beratern und Händlern bei Banken, Versicherungen oder anderen Finanzdienstleistern einen maßgeschneiderten Zugriff auf den gesamten vwd-Content ermöglicht, sind keine besonderen Administratorenrechte notwendig. Beisswenger: „Dann können wir das auch nicht bei einem zusätzlichen Add-In wie einem Webconferencing-Modul von den Kunden verlangen“.

Breeze verfügt über ein offenes Application Programming Interface (API), über das sich das Werkzeug zur webgestützten Zusammenarbeit in den „vwd market manager financials“ nahtlos einbinden lässt. Es soll vor allem den Beratern im Private-Banking-Bereich einen schnellen und kostensparenden persönlichen Kontakt zu ihren Kunden ermöglichen. Auch Beratungsgespräche zu komplexeren Themen, wie etwa bei einer Baufinanzierung, können nun in hoher Qualität online abgewickelt werden, und ein Besuch des Kunden in der Bankfiliale ist nicht mehr unbedingt notwendig.

Ein anderes konkretes Einsatzgebiet ist der so genannte „Morning Call“, mit dem heute in den meisten Großbanken Analysten die Anlageberater des Instituts täglich auf den aktuellen Stand des Geschehens an der Börse bringen und ihnen Verkaufstipps geben. Kleinere Finanzdienstleister, die bisher diese Möglichkeit noch nicht haben, erhalten nun mit dem neuen Breeze-Modul im „vwd market manager financial“ ebenfalls die Chance zu einer kostengünstigen und effizienten Steigerung ihrer Beratungsqualität. Und Dank der vielfältigen Möglichkeiten der Adobe-Lösung lassen sich dabei auch bestimmte Angebote sehr plastisch visualisieren.

Produktschulung des Vertriebs mit Hilfe von Rapid-E-Learning

Diese eindrucksvolle Darstellung von multimedialen Inhalten, die von Flash-Animationen über vertonte PowerPoint-Folien und Videofilmen bis hin zu kompletten Software-Simulationen reichen können, lässt sich auch sehr gut zu Trainingszwecken einsetzen. „Mit dem Präsentationsmodul von Breeze können beliebige PowerPoint-Folien direkt an jedem PC vertont und zum Beispiel mit interaktiven Links zu weitergehenden Informationen oder Anwendungen im Netz aufgewertet werden“, erläutert Stefan L. Prestele, Senior Manager bei Adobe Central Europe in München. Vorkonfigurierte Feedback-Möglichkeiten in Form von Multiple-Choice-Fragen, Teilnehmer-Abstimmungen oder einem kleinen Quiz gestatten eine direkte Erfolgskontrolle.

Verschiedene Diagnosetools sorgen für eine sofortige Auswertung und Generierung aussagekräftiger Reports. Auch eine Teilnehmer- und Content-Verwaltung ist bereits vorhanden. „Wenn das nicht

ausreicht, können über ein zusätzliches Trainings-Modul zum Beispiel für den Einsatz im traditionellen E-Learning-Umfeld Funktionen für das Kursmanagement, die Nutzerverwaltung und das Reporting bereitgestellt werden“, erklärt Prestele. So lassen sich sämtliche Online-Kurse nach Nutzungshäufigkeit und Erfolg auswerten.

Jeder Teilnehmer erhält außerdem eine individuelle Zertifizierungsnummer, um ihm später den erfolgreichen Abschluss einer Qualifizierungsmaßnahme zu bestätigen. Die Response-Möglichkeiten werden dazu mit Tests ergänzt, bei denen vor Beginn der nächsten Stufe des Trainings eine bestimmte Punktezahl erreicht werden muss. In einer unternehmensweiten Content-Bibliothek, die gezielt nach Stichworten durchsucht werden kann, lassen sich Lerninhalte und komplette Kurse speichern.

„Wir nutzen Adobe Breeze allerdings bisher nur zur Produktschulung von Vertriebsmitarbeitern in Österreich“, berichtet John Weber. Doch in Zukunft soll dieser Rapid-E-Learning-Ansatz weiter ausgebaut werden, da es auch hier erhebliche Kosteneinsparpotenziale gibt. „Für uns ist diese Lösung insgesamt ein wichtiges Element zur Steigerung der Effizienz im Unternehmen, zur Optimierung unserer Prozesse in hoher Qualität und ein sehr gutes Kundenbindungsinstrument“, fasst Achim Beisswenger zusammen. Die finanziellen Hürden zur flächendeckenden Einführung seien im Vergleich zu den bisher üblichen Videokonferenzsystemen sehr niedrig, da außer Webcams, Headsets und Breeze-Lizenzen keine weiteren Investitionen nötig sind.

Demgegenüber stehen die Kosten- und vor allem Zeitvorteile, die sich durch eine deutlich verminderte Reisetätigkeit ergeben. John Weber: „Deshalb gehen wir auch davon aus, dass sich der Einsatz dieser Lösung in der vwd group in spätestens zwei Jahren amortisiert hat, vermutlich aber sogar schon deutlich früher“.

Eingesetzte Produkte: Adobe Breeze