

 Rating und
Risikosysteme GmbH

 finanz **informatik**

Kundenreise- Datenbestand im DataLake

Webseminar mit Sparkassen des OSV

29. November 2024

 Finanzgruppe
Deutscher Sparkassen- und Giroverband



Begrüßung und Einführung durch den Ostdeutschen Sparkassenverband

Ihre fachlichen Ansprechpartner



Annette Oberdieck

Thorsten Borgert

Janine Papke

Nicolas Wirth

Achim Selz

DSG

DSG

S Rating und Risikosysteme

Finanz Informatik

Finanz Informatik

Tel. +49 30 20225 5569

Tel. +49 30 20225 4843

Tel. +49 30 20672-521

Tel. +49 711 2190-7106

Tel. +49 69 829749-119

E-Mail
annette.oberdieck@dsgv.de

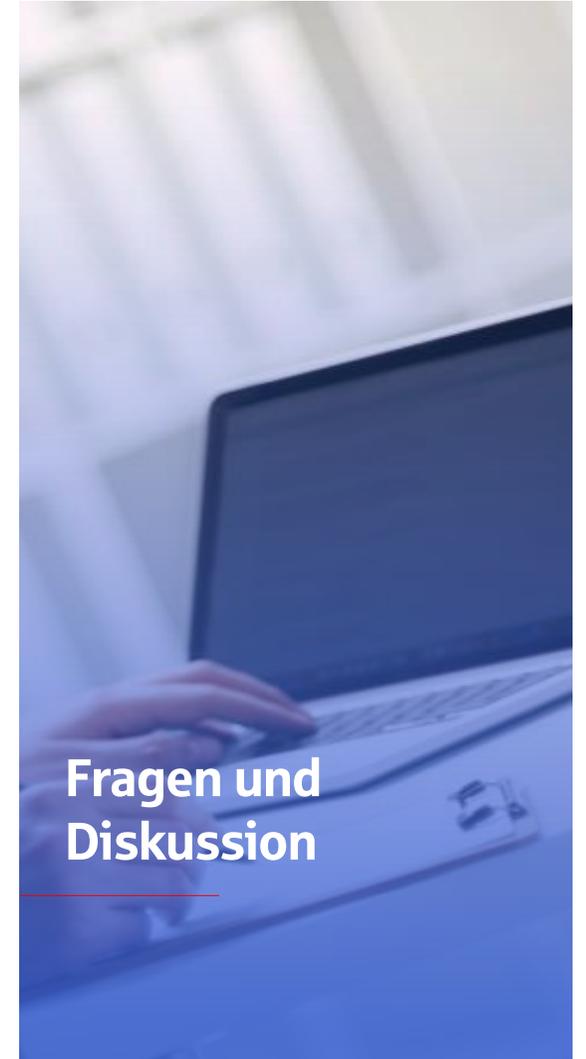
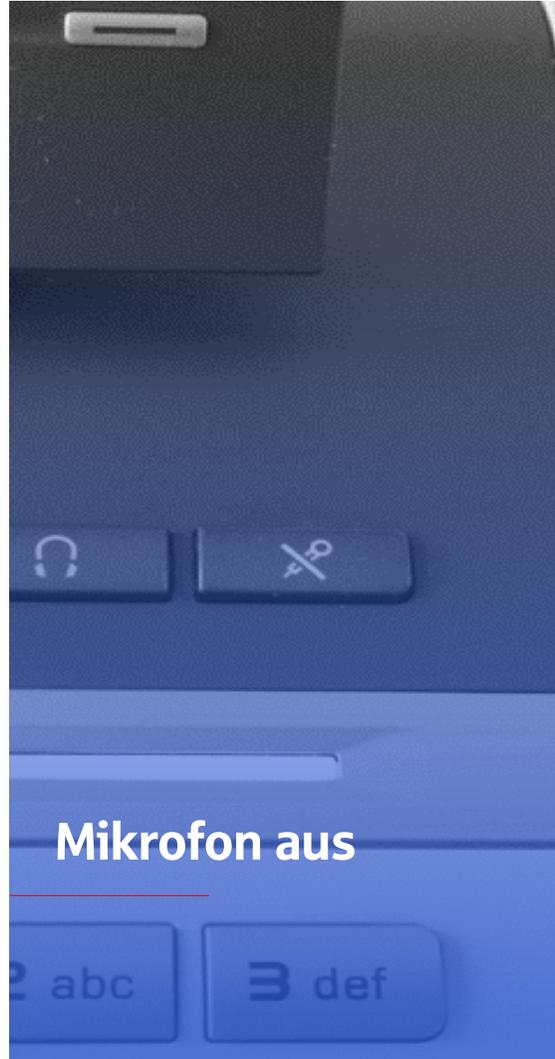
E-Mail
thorsten.borgert@dsgv.de

E-Mail
Janine.Papke@s-rating-risikosysteme.de

E-Mail
Nicolas.Wirth@f-i-sp.de

E-Mail
achim.selz@f-i-sp.de

Vor dem Start



Worum geht es beim Kundenreise-Datenbestand?

Alle Institute, Verbände, Verbunddienstleister und Verbundpartner machen mit. Wer Daten einliefert, kann auch Daten für das Wohl der Sparkassenkunden nutzen.

Was?

Der Kundenreise-Datenbestand ist der erste sparkassenübergreifende Datenbestand, an dem alle Sparkassen teilnehmen, um repräsentative Analyseergebnisse zu erzielen.

Warum?

Mit Datenanalysen sollen Kennzahlen ermittelt und geschäftsstrategische Fragestellungen gelöst werden.

Wer?

Das Vertriebsmanagement der Sparkasse ist verantwortlich für den Kundenreise-Datenbestand.

Wie?

Ein ROLF mit Musterdokumenten steht bald bereit, damit die Sparkasse ihre Teilnahme vorbereiten kann

Wann?

Der Kundenreise-Datenbestand geht 2025 live – die Vorbereitung der Teilnahme sollte Q4 2024 - Q1 2025 durch die Sparkassen erfolgen.

Wie passt das mit Data Analytics zusammen?

Data Analytics mit Data Pooling

Zweck: Optimierung der Kundenansprachen durch verbesserte Analytikmodelle

Data Pooling: Auftragsdatenverarbeitung stößt das Zusammenführen pseudonymisierter Daten für einen Entwicklungszweck an.

Rechtliches Konstrukt. Gepoolte Daten werden wieder gelöscht.

Ansprachen für Bestandskunden



Kundenreise-Datenbestand

Zweck: Beantwortung von geschäftspolitischen Fragestellungen durch Analysen und Kennzahlen

Vernetzung der Daten der Sparkassen zur Kundenreise aus verschiedenen Quellen von verschiedenen Dienstleistern.
Zusammenführung von anonymisierten Daten

Physischer, aber nicht redundanter Datenbestand.

Gesamte Kundenreise (auch von Nichtkunden)

Der Kundenreise-Datenbestand unterstützt Data Analytics durch Infrastruktur und Erkenntnisse zum Kunden und seiner Kundenreise.

Agenda

1. **Kundenreise-Datenbestand: Warum jetzt?**
2. **Dokumentierte und abgestimmte Organisation des Kundenreise-Datenbestands**
3. **Datenschutzfragen geklärt**
4. **Der Weg zum Kundenreise-Datenbestand**

1.

Kundenreise-Datenbestand: Warum jetzt?



Dank des Kundenreise-Datenbestands können geschäftspolitische Entscheidungen daten- und faktenbasiert getroffen werden

Welcher Kanal wird von unseren Kunden am häufigsten genutzt? Und wofür?

Welchen Ergebnisbeitrag liefert der mediale Vertrieb insgesamt und für einzelne Produkte?

Wie können zentralen Kampagnen anhand des Netto-Abschlusserfolgs bei den Sparkassen gesteuert werden?



Wie hoch ist das Potenzial für eID-fähige Legitimationen bei unseren Kunden?

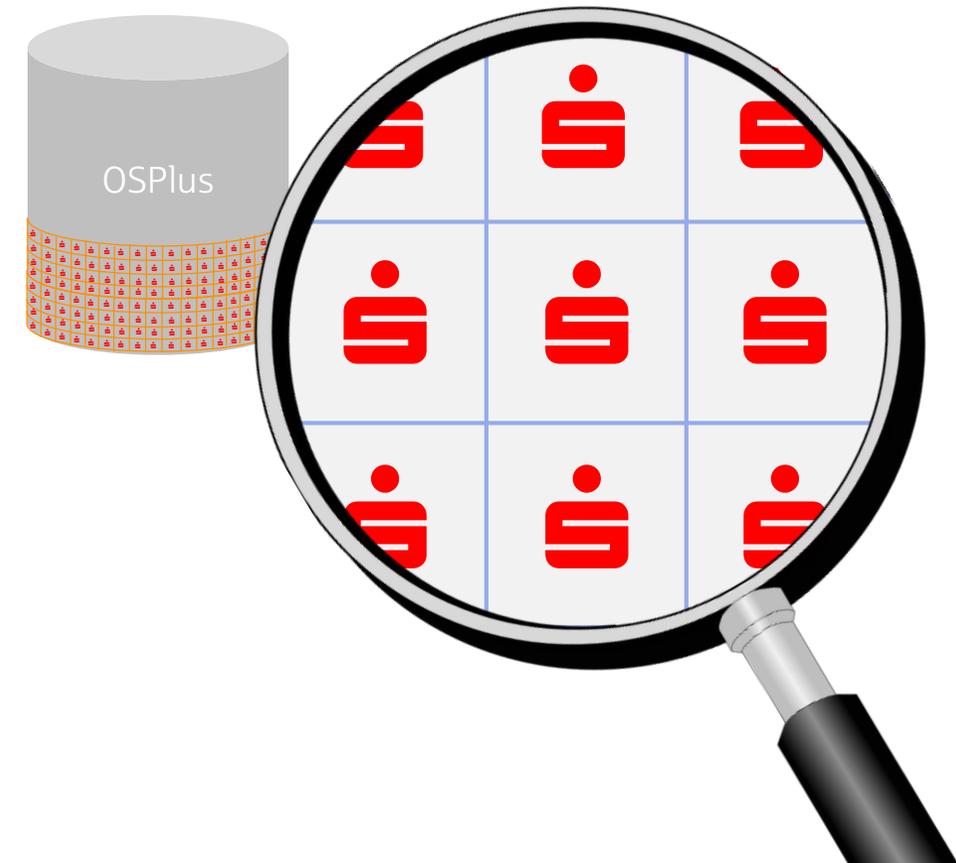
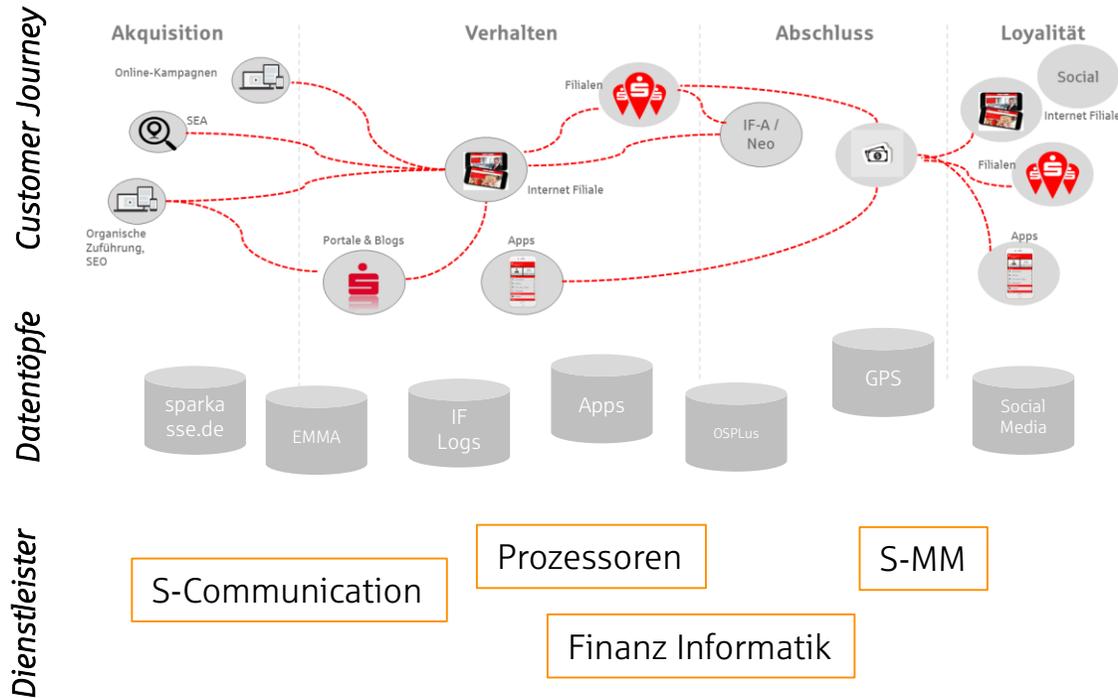
Warum ist die Conversionrate bei den Prozessen so unterschiedlich?

Durch die Möglichkeit, Entscheidungen daten- und faktenbasiert treffen zu können, muss sich die Sparkassen-Finanzgruppe nicht mehr auf das „Bauchgefühl“ verlassen.

Der Kundenreise-Datenbestand führt Daten aus unabhängigen und mandantentrennten Datentöpfen zusammen

Fragmentierte Daten bei unterschiedlichen Dienstleistern

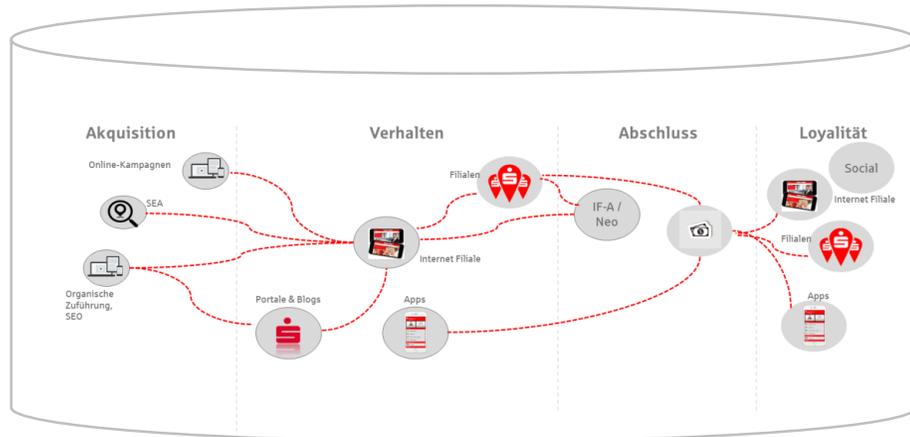
Mandantentrennte Datenbestände – kein sparkassenübergreifender Bestand mit bundesweiter, repräsentativer Aussagekraft



Unterschiedliche Datendefinitionen und Messpunkte erschweren Vergleichbarkeit.

Die Datenanalysen aus zusammengeführten Daten liefern Erkenntnisse, die die Kundenzufriedenheit und die Erträge erhöhen

Datenanalysen mit den zusammengeführten Daten zur Customer Journey



Datentopf- und Mandanten-übergreifende Zusammenführung der Daten aller Sparkassen in einem Datenbestand

Erkenntnisse

Erkenntnisse

- zur Optimierung der
 - Customer Journey
 - Prozesse/ Abschlussstrecken
 - Produkte und Services
 - Ansprachen
- zu Kundenbedürfnissen und Kundenverhalten zur Konzeption neuer Angebote und Leistungen
- durch vorausschauende Modelle

Stärkung der Kundenerfahrung, Kundenzufriedenheit sowie Erhöhung der Erträge

Aufrufhäufigkeit nach Zugangsweg

Wissensstand heute

Aktive Nutzer in der IF*

15.724.300

Zeitvergleich: 13.634.808 (+15,32 %)

Aktive S-App Nutzer*

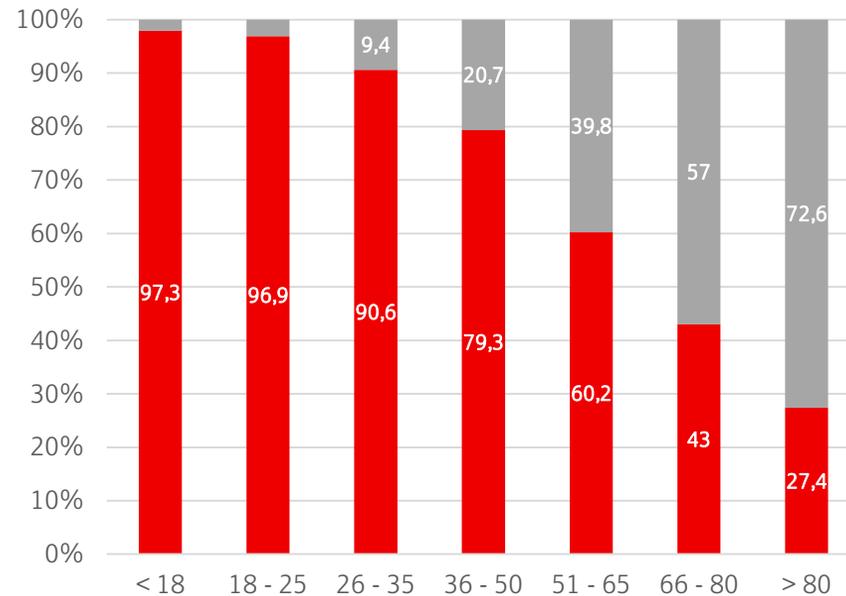
15.021.155

Vergleichszeitraum: 12.984.252
(+15,69 %)

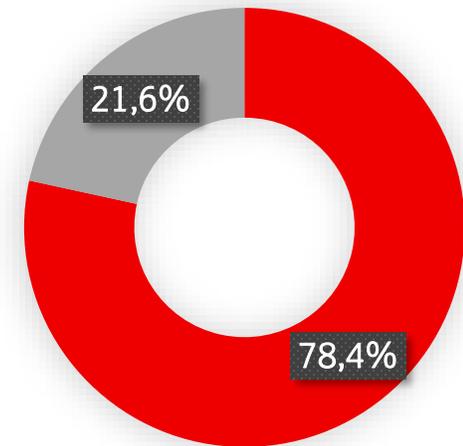
Quelle KW-Radar: Management-Report DSGVO
Werte 12/2023 im Vergleich zu 12/2022

Wissensstand nach Analyse

Kanalnutzung nach Alter (Anzahl Logins)



Aufrufhäufigkeit der Kanäle (Logins)



Analyseergebnis einer Sparkasse; Validierung bei drei weiteren Projektsparkassen zeigen nahezu identische Ergebnisse
Betrachteter Zeitraum: 30 Tage

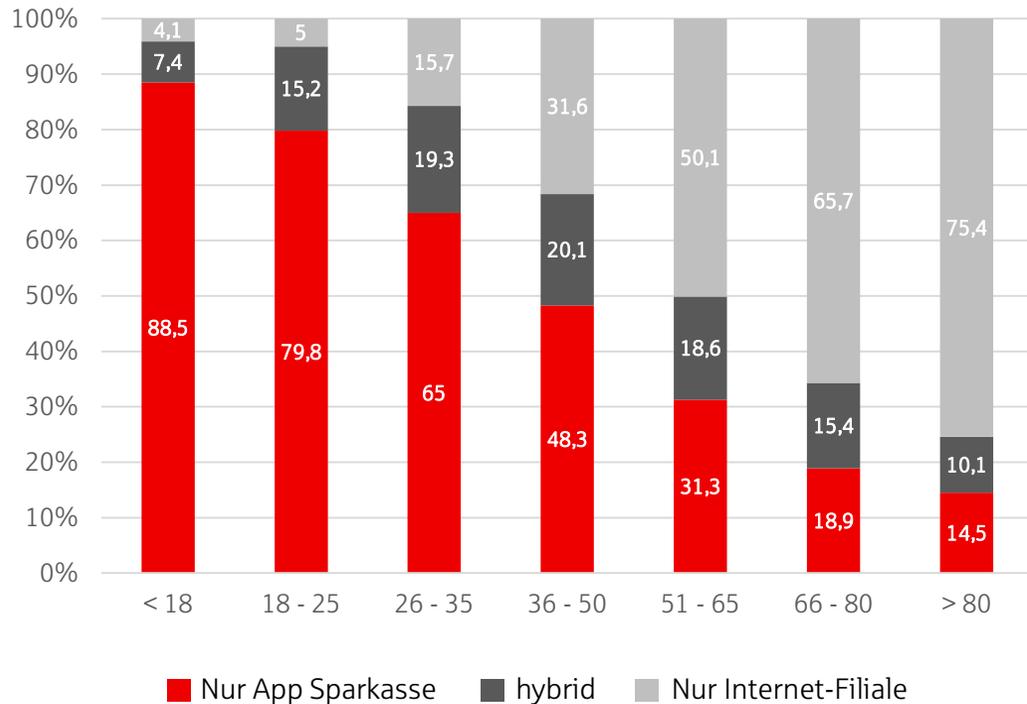
Quelle: Analyse SR und DSGVO im Rahmen des Teilprojekts ENZIAN.

■ App Sparkasse ■ Internet Filiale (Desktop + Mobil)

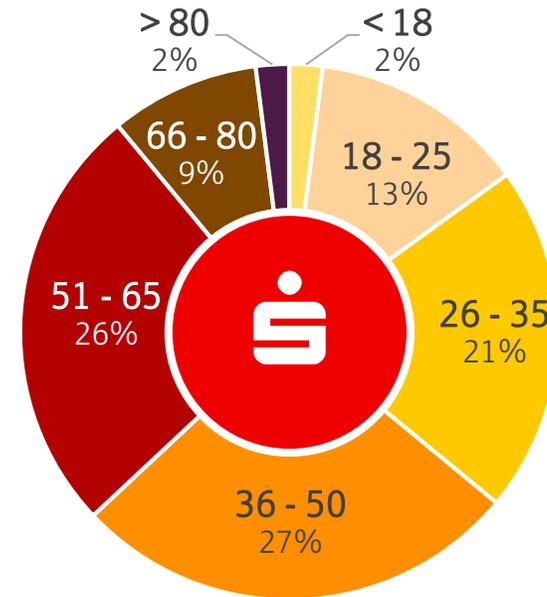
Frage: Wie verteilen sich die Logins auf die Zugangswege und Altersklassen?
 Heutige Datenlage: Aktivitätsbetrachtung zeigt eine gleichmäßige Verteilung auf App Sparkasse und Internet Filiale
 Aufschluss: Junge Kunden melden sich überdurchschnittlich häufig über die App Sparkasse im Online-Banking an

Die Analysen der Nutzung der App Sparkasse und der Internet-Filiale liefern strategisch wichtige Erkenntnisse

Aktive OB-Kunden: Kanalnutzung nach Altersgruppe



Aktive OB-Kunden nach Altersgruppe

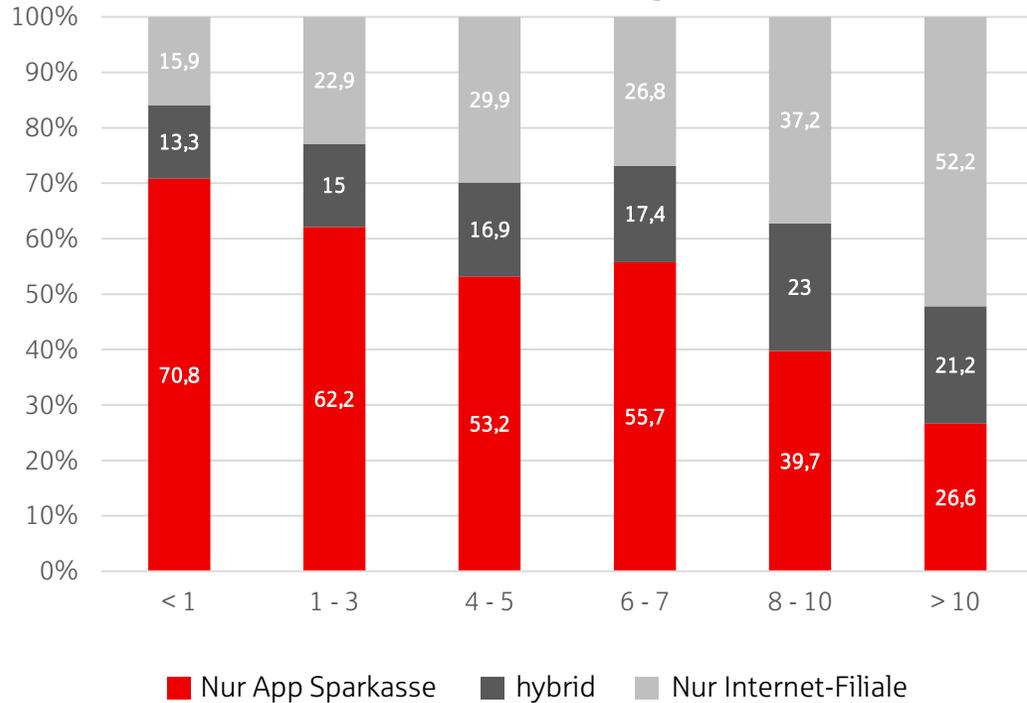


Analyse bei einer Großsparkasse mit knapp 220.000 Online-Banking-Kunden (OBQ=75%), davon 186.000 aktiv (OBAQ=85%) im Betrachtungszeitraum 30 Tage

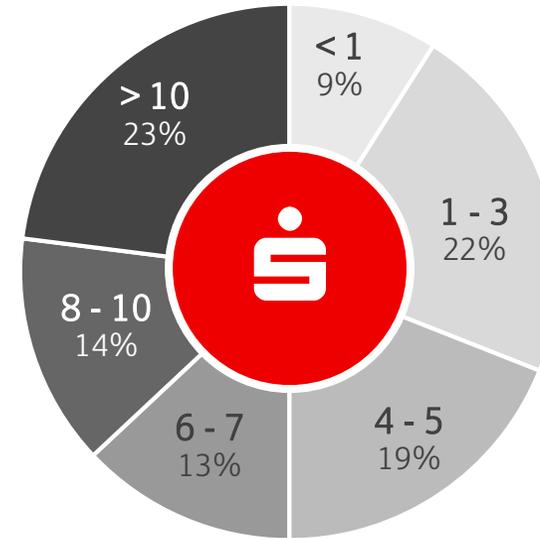
- Informationen zu Logins und Zugangswege
- Erkennbare Nutzungsunterschiede nach Altersgruppen
- Verhalten der Online-Banking-Newbies zu langjährigen Nutzern
- Auswertung von Geschäftsvorfällen
- Anteil der Zielgruppen an einzelnen Prozessen
- Erhebung kanalspezifischer Aufträge je Kundengruppe

Zwei Drittel der neuen Online-Banking-Kunden nutzen nur die App Sparkasse

Aktive OB-Kunden: Kanalnutzung nach Einsatzzeitraum Online-Banking in Jahren



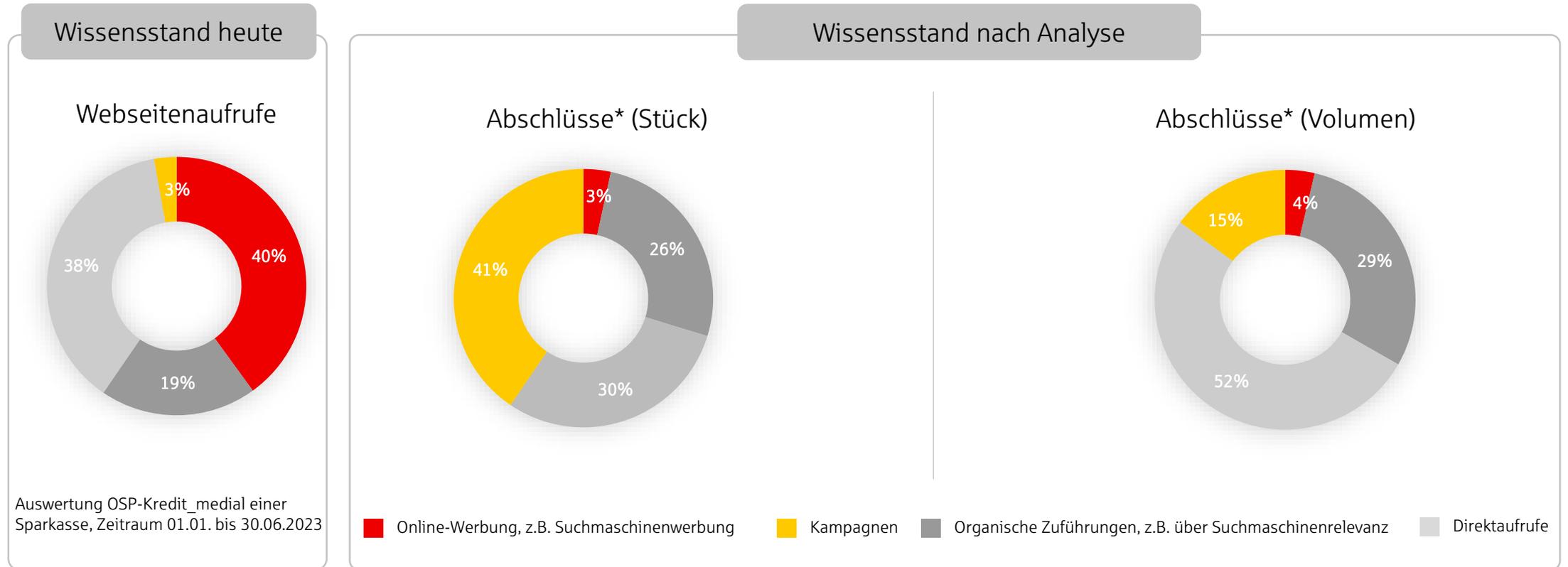
Verteilung Aktive OB-Kunden nach Einsatzzeitraum Online-Banking in Jahren



Analyse bei einer Großsparkasse mit knapp 220.000 Online-Banking-Kunden (OBQ=75%), davon 186.000 aktiv (OBAQ=85%) im Betrachtungszeitraum 30 Tage

Die Auswertung des im Betrachtungszeitraums genutzten Kanals zeigt, dass neue OBV-Kunden für Online-Bankgeschäfte überwiegend nur die App nutzen. Dies hat sowohl Relevanz bei der Bekanntmachung des digitalen Portfolios der Sparkasse, als auch für den OB-Support, wie z.B. Platzierung von Anleitungen

Durch die Analysen der tatsächlichen Online-Marketing-Kampagnenabschlüsse wird die Marketingeffizienz verbessert



Quelle: Analyse SR und DSGVO im Rahmen des Teilprojekts ENZIAN.

* Abschlüsse = genehmigte und ausbezahlte Kredite

Frage: In welcher Kanälen generieren die zentralen medialen Maßnahmen Abschlüsse in welcher Höhe?

Heutige Datenlage: Steuerung auf Basis der medialen Kanaldaten, keine Abschlussdaten außerhalb SKP

Aufschluss : Die Auswirkungen von bezahlten Werbemaßnahmen sind bei Aufrufen höher als bei Abschlüssen.
 Bei Kampagnen verhält es sich umgekehrt (Momentaufnahme, abhängig von Produkt/Thema und weiteren Faktoren.)

Zentrale Online-Kreditkampagnen werden durch die Analyse der Abschlüsse effizienter gesteuert werden



Messung Kampagnenerfolg gelungen

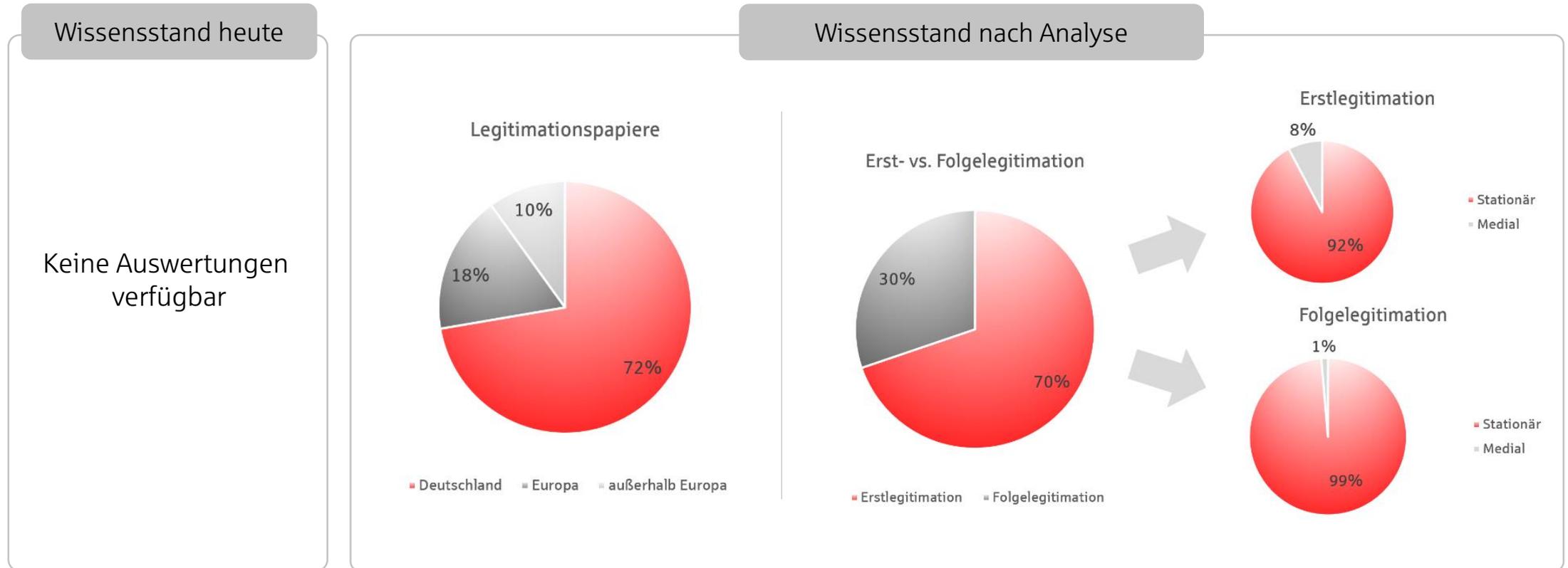
Über die projektfinanzierten Analysen der S-Rating wurde mit Beistellleistungen von S-COM und FI das Funktionsprinzip des Kundenreise-Datenbestands erfolgreich bewiesen:

Die **erfolgte Verknüpfung** von Kampagnen-IDs bis ins Kernbanksystem zu Prozessen und Produkten bietet **wichtige Erkenntnis zur Bewertung zentraler Marketingkampagnen**.

- **Budgeteinsatz**
Der Newsroom erhält aussagekräftige Werte von allen teilnehmenden Sparkassen und kann in Kenntnis der ertragsbringenden Zuführungskanäle die **Budgetverteilung als abgeleiteten Steuerungsimpuls** vornehmen.
- **Maßnahmenpriorisierung**
Mit den Metriken **Return on Ad Spend (ROAS)** als "Anteil Mediabudget an Kredit-abschlüssen und -volumen" kann der **Fokus auf Maßnahmen verlegt werden, die einen höheren Anteil bewilligter Anträge generieren**.
- **Messung crossmedialer Effekte**
Betrachtung hybrider und digital initiiertes Anträge unter Berücksichtigung eines erfolgten Upsellings, z.B. Kreditbündelung, RKV

* ROAS= Return on Ad Spend. Das Tracking der ROAS ist ein wichtiger KPI und gibt Aufschluss über die Effizienz der Marketingkampagne bzw. den erwarteten Effekt.

Einblicke für die Weiterentwicklung von Digitalen Identitäten hat die Analyse der Legitimationspapiere geliefert



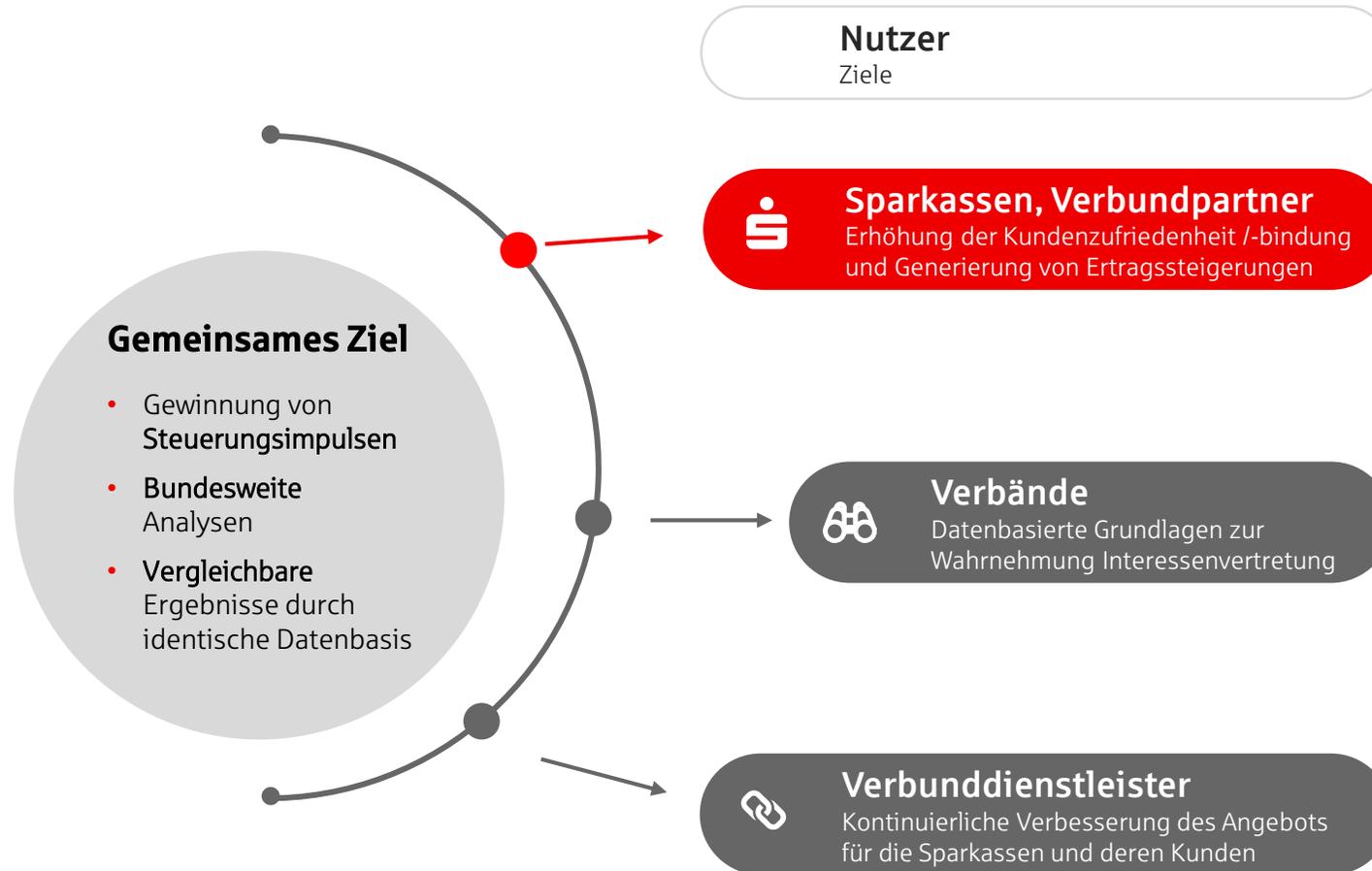
Quelle: Analyse SR und DSGVO im Rahmen des Teilprojekts ENZIAN.

1) eID = Elektronischer Personalausweis

Frage: Wie hoch ist der Anteil eID¹⁾-fähiger Ausweispapiere bei Erstlegitimationen?
 Heutige Datenlage: Keine Auswertungen verfügbar.
 Aufschluss : Die eID kann zukünftig für 90% der Legitimationen genutzt werden.

Alle Player der SFG profitieren vom Kundenreise-Datenbestand

Gewinnung von Erkenntnissen zur Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit und Marktpositionierung



Anwendungsgebiete

Erhöhung kanalübergreifender Conversionrates

- Bereitstellung kundentoptimierter und durchgängiger Prozesse entlang der Kundenreise
- Eigenes Benchmarking zur Potenzialanalyse

Ableitung strategischer Erkenntnisse

- Ableitung von Handlungsempfehlungen auf Basis der strategischen Erkenntnisse
- Einbringung in die Gremien sowie in die verbandsübergreifende Projektarbeit

Quantitative und Qualitative Prozessleistung

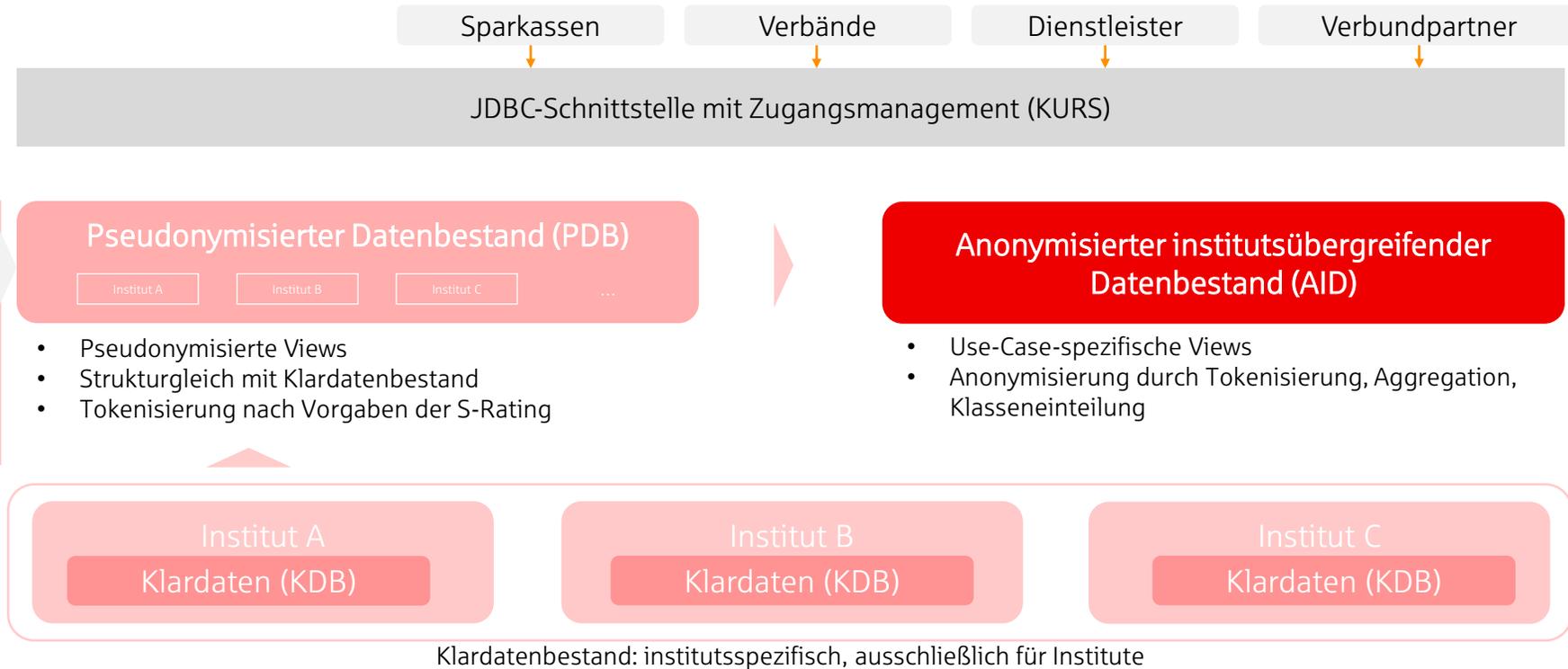
- Beseitigung von prozessualen oder kommunikativen Hürden und stetiges Controlling des gehobenen Potenzials
- Dienstleisterübergreifende Synchronisierung zu Steigerung des gemeinschaftlichen Beitrags entlang der Customer Journey

2.

Dokumentierte und abgestimmte Organisation des Kundenreise- Datenbestands



Die Daten werden für Analysezwecke pseudonymisiert und für SFG-weite Auswertungen anonymisiert

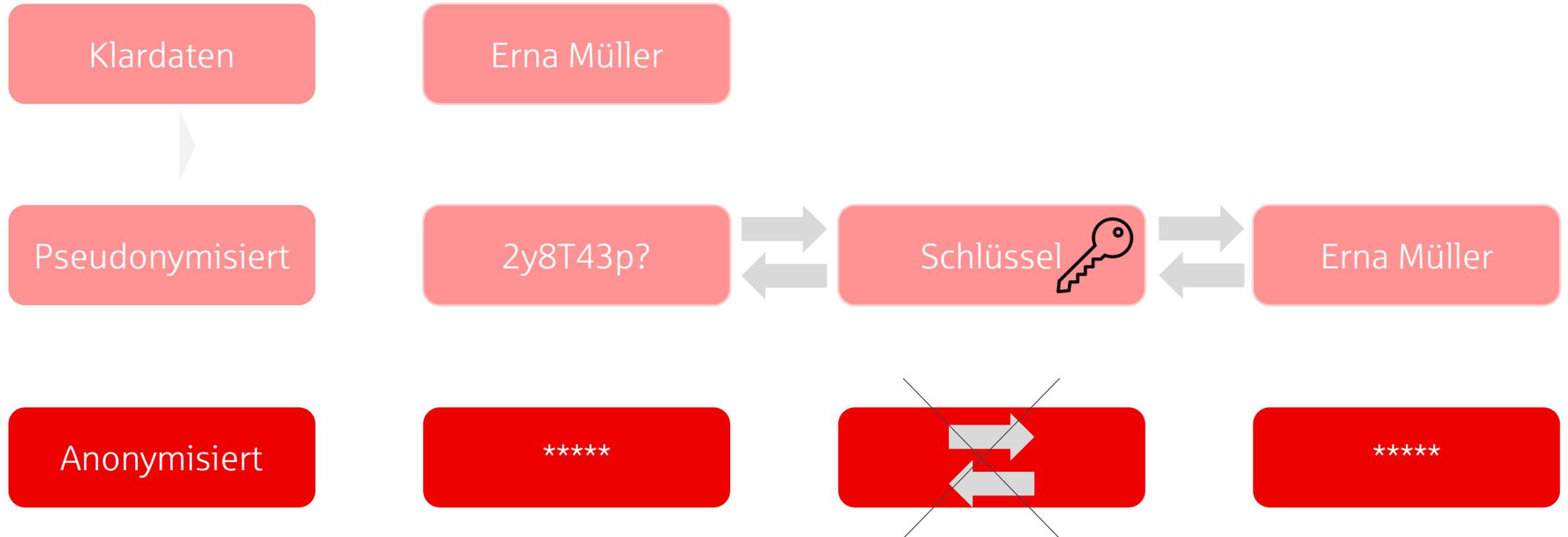


Für die S-Rating für die Entwicklung im Rahmen von Data Analytics und für Analysedienstleister mit entsprechendem Auftragsverarbeitungsvertrag (Institute entscheiden über Zugriff)

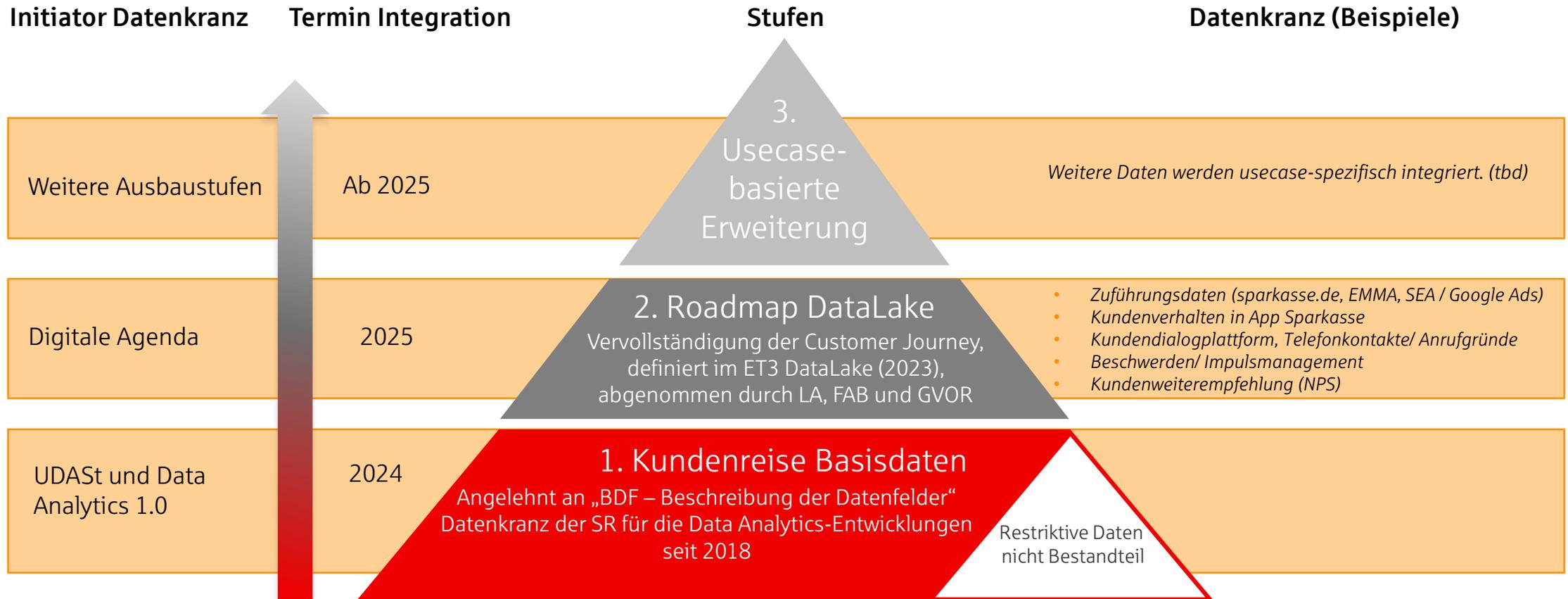


- Der Kundenreise-Datenbestand ist der gemeinsame Datenbestand der SFG als „single point of truth“ der Customer Journey für alle Nutzer der Sparkassen Finanzgruppe und Grundlage für Analysen.
- Der Zugang soll nach dem Prinzip gestaltet geben, wer Daten gibt, erhält auch Daten.

Was heißt Pseudonymisierung und Anonymisierung?



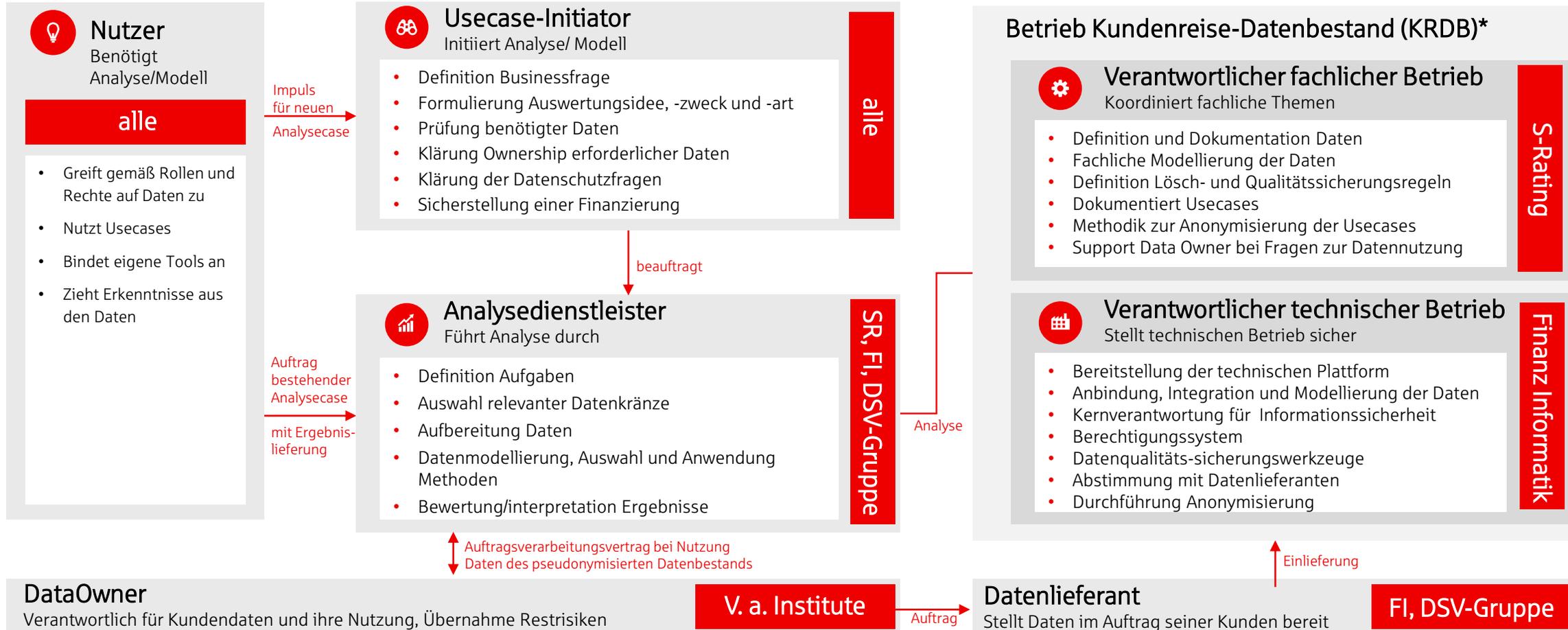
Der Datenkranz besteht bei Livegang aus wesentlichen Daten zur Customer Journey und wird sukzessive erweitert



Der Zugriff auf die BDF wird im Zeitverlauf des Jahres 2024 realisiert.

Usecase-Initiatoren beauftragen Analysedienstleister

Zukünftige Verantwortlichkeiten zwischen Finanz Informatik, S-Rating, DSV-Gruppe und DSGVO auf Fachebene abgestimmt



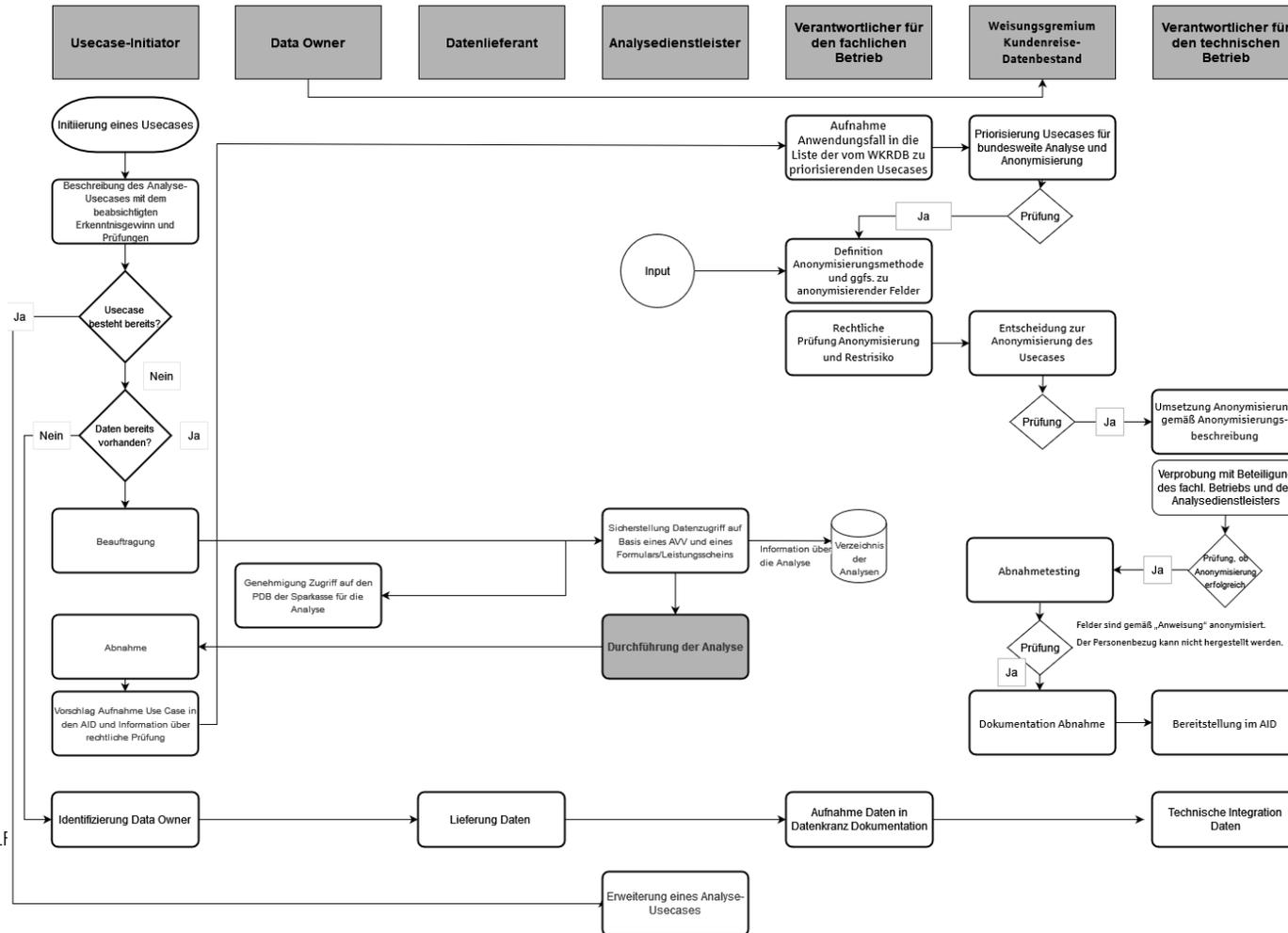
* mandantentrennt: Klardaten- und pseudonymisierter Datenbestand
institutsübergreifend: Anonymisierter Datenbestand

alle = Sparkassen, Verbände, Projekte, Verbundpartner Verbunddienstleister, die auch Daten bereitstellen

Die Prozesse von Beauftragung bis Anonymisierung wurden im Detail mit der SR, der FI und der DSV-Gruppe abgestimmt

Dezentrale Beauftragung und Durchführung von Analysen

Gemeinsam entschiedene Anonymisierung von Analyse Usecases



Quelle: Governance (ROLF)

Wie erhält die Sparkasse Analyseergebnisse?



Wann erhalten die Sparkassen Analyseergebnisse und wie können sie selbst Analysen durchführen?



In Planung

3.

Datenschutzfragen geklärt

Die datenschutzrechtlichen Voraussetzungen wurden vorbereitet, um den Sparkassen die Bereitstellung ihrer Daten zu erleichtern

Vertrag über die gemeinsame Verantwortlichkeit

- Der Vorgang der Anonymisierung ist eine rechtfertigungsbedürftige Datenverarbeitung.
- Die Entscheidung über neue Use Cases und damit über neue Anonymisierungen treffen Sparkassen gemeinsam im neuen Weisungsgremium Kundenreise-Datenbestand.
- Wegen der faktischen Verbindlichkeit besteht eine hohe Wahrscheinlichkeit, dass Datenschutzbehörden im Lichte jüngster EuGH-Rechtsprechung eine gemeinsame Verantwortlichkeit der Beteiligten annehmen.

Datenschutz-Folgeabschätzung (DSFA)

- Eine DS-FA ist vorzugswürdig, denn der Bundesbeauftragte für den Datenschutz und die Informationsfreiheit („BfDI“) nimmt an, dass bei der Anonymisierung insbesondere von großen Datenbeständen, wie sie in der SFG vorliegen würden, in der Regel eine DSFA durchzuführen ist.

Interessenabwägung

- Die Analyse der personenbezogenen Daten (Klarden- und Pseudonymisierter Datenbestand) im Rahmen des Kundenreise-Datenbestands wird auf eine Interessenabwägung gestützt.
- Die Einwilligung des Kunden und die Datenverarbeitung zum Zwecke der Vertragserfüllung gelten darüber hinaus unverändert als Verarbeitungsgrundlage

Artikel 26 DSGVO

Gemeinsam Verantwortliche

- (1) *Legen zwei oder mehr Verantwortliche gemeinsam die Zwecke der und die Mittel zur Verarbeitung fest, so sind sie gemeinsam Verantwortliche. Sie legen in einer Vereinbarung in transparenter Form fest, wer von ihnen welche Verpflichtung gemäß dieser Verordnung erfüllt, [...].*
- (2) *Die Vereinbarung gemäß Absatz 1 muss die jeweiligen tatsächlichen Funktionen und Beziehungen der gemeinsam Verantwortlichen gegenüber betroffenen Personen gebührend widerspiegeln. [...]*

- Werden die Sparkassendaten zu einem gemeinsamen Zweck zusammen geführt, kann nicht eine Sparkasse oder Instanz die alleinige Verantwortung übernehmen.
- Gemeinsame Datenverarbeitung bezieht sich insbesondere auf die Anonymisierung.
- Aufgaben können in einem Vertrag zugewiesen und auf ein gemeinsames Weisungsgremium delegiert werden.
- Vorgehend wird bereits bei der ZV-Meldedatei zur Betrugsbekämpfung und der S-Vorteilswelt erfolgreich praktiziert
- Regelung durch ausreichende Anzahl an Präzedenzfällen stellenweise noch nicht eindeutig genug.

Quelle: Datenschutz-Grundverordnung

Ein Weisungsgremium wird durch den Vertrag über die gemeinsame Verantwortlichkeit geschaffen

Das Weisungsgremium soll sich aus Datenspezialisten der Sparkasse (Fachebene) zusammensetzen.

Sparkassen, die an der aktiven Teilnahme interessiert sind, bitte an den Regionalverband oder das Projektteam wenden

Aus dem Entwurf des Vertrags über die gemeinsame Verantwortlichkeit im „Kundenreise-Datenbestand“ der teilnehmenden Sparkassen

„Die Parteien bestimmen, dass das bei der S Rating- und Risikosysteme GmbH (nachfolgend „SR“) angesiedelte Gremium [...] („**Weisungsgremium Kundenreise-Datenbestand**“) Entscheidungen bezüglich der Anonymisierung zur Überführung in den institutsübergreifenden anonymisierten Datenbestand stellvertretend für alle Verantwortlichen treffen soll, soweit aus den Entscheidungen keine finanziellen Verpflichtungen der einzelnen Parteien folgen.

Zentrale Aufgaben des Weisungsgremiums Kundenreise-Datenbestand

Priorisierung der Anwendungsfälle, für die bundesweite Auswertungen erstellt werden sollen

Anonymisierungsmethode ¹⁾

Prüfung und Abnahme der Anonymisierung

Beschlüsse zur Erweiterung des Datenkranzes ²⁾

1) Pro Anwendungsfall wird auf Basis des Vorschlags der SR entschieden, wie anonymisiert werden soll (Aggregation, Tokenisierung, Klassenbildung) und welche Felder anonymisiert werden. 2) Falls Daten noch nicht in der FI-Umgebung sind, bedarf es dafür zusätzlich auch einer technischen Anforderung.

Artikel 26 DSGVO: Vorgehen bei Data Analytics und Kundenreise-Datenbestand im Vergleich

	Data Pooling für Data-Analytics Projekt Datenstrategie der Zukunft	Kundenreise-Datenbestand (KRDB) im DataLake
Zweck	Verbesserung der Modelle für Data Analytics Kundenansprachen	Schaffung eines sparkassenübergreifenden Datenbestands für Analysen zur Beantwortung geschäftspolitischer Fragestellungen und KI-Training
Datenzusammenführung	<ul style="list-style-type: none"> • Temporär • Rechtliches Konstrukt • Pseudonymisierte Daten 	<ul style="list-style-type: none"> • Dauerhaft • Physischer Datenbestand • Anonymisierte Daten
Voraussetzung	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sparkassen treten gemeinsamer Datenverantwortung bei (Vertrag) 2. Kunde* stimmt ausdrücklich der gemeinsamen Verantwortung über EWE zu 	Sparkassen treten gemeinsamer Datenverantwortung bei (Vertrag)
Weisungsgremium erforderlich für	Erteilung eines Auftrags zur Datenverarbeitung auf dem Data Analytics-Datenpool	Priorisierung der Analysefälle, Auswahl des geeigneten Anonymisierungsverfahrens
Weitere Aufgaben (Auszug)	<ul style="list-style-type: none"> • Abnahme von neu entwickelten Modellen • Aufnahme weiterer Mitglieder • Vorschlag zur Erweiterung des Datenkranzes (BDF: Beschreibung der Datenfelder) 	<ul style="list-style-type: none"> • Fachliche Prüfung Anonymisierung vor Bereitstellung der Analysen • Abnahme von neu beauftragten Analysen • Erweiterung des Datenkranzes KRDB
Rollen	SR ist Auftragsverarbeiter für Sparkassen und organisiert das Gremium	SR ist Auftragsverarbeiter für fachlichen Betrieb und organisiert das Gremium der Sparkassen; FI ist Auftragsverarbeiter und führt die Anonymisierung durch

*) Natürliche und juristische Personen. Quelle Data Pooling: S-Rating/ DSGVO-Projekt Datenstrategie der Zukunft

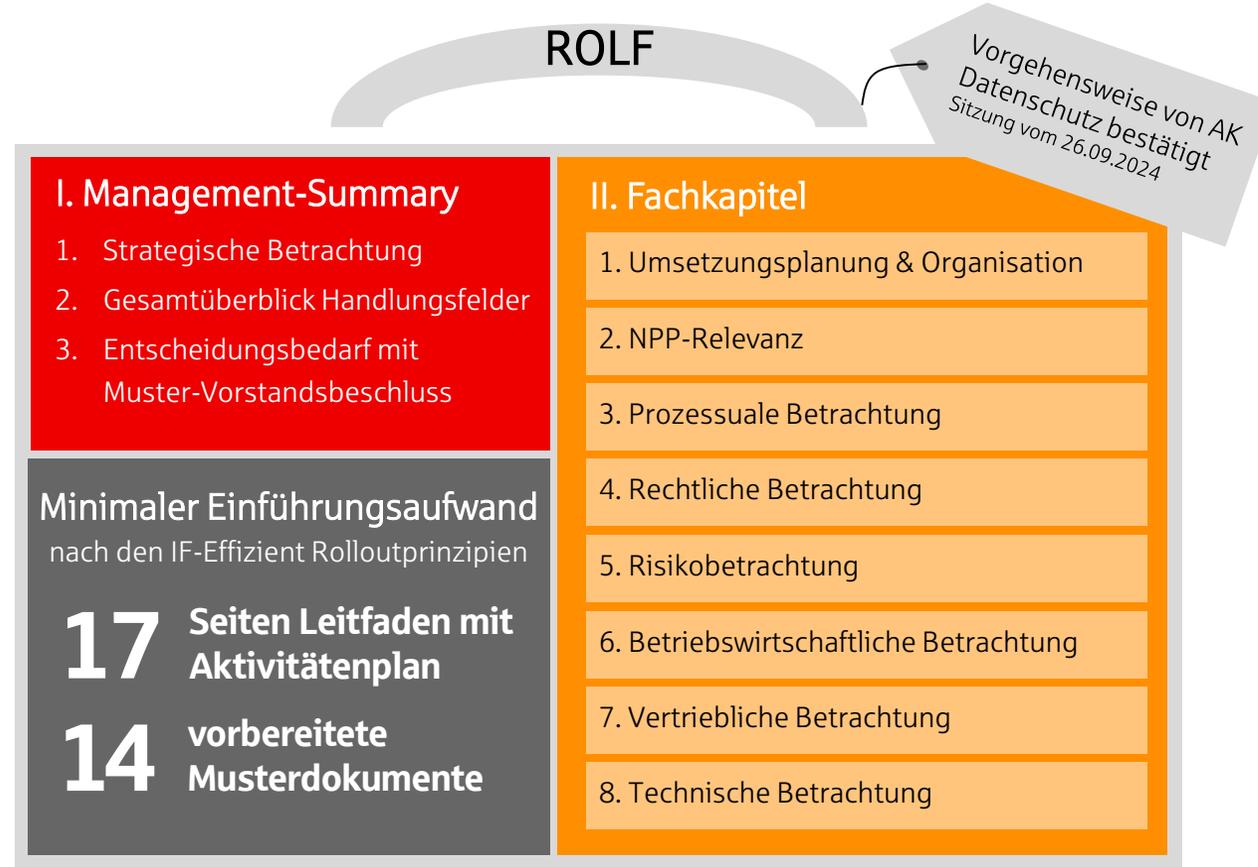
4.

Der Weg zum Kundenreise- Datenbestand

Für repräsentative und aussagekräftige Analysen sowie verlässliche Kennzahlen ist die Teilnahme aller Sparkassen am Kundenreise-Datenbestand erforderlich.

Rollout-Leitfaden (ROLF)

Für eine aufwandsarme Einführung erhalten Sparkassen einen vorbereiteten Musterkoffer



Die Sparkasse entscheidet über ihre Teilnahme, damit ihre Daten in den Kundenreise-Datenbestand einfließen können. Die hierfür benötigten Musterunterlagen sind in einem übersichtlichen ROLF-Paket zusammengestellt.

Abstimmungs- und Entscheidungsaufwand

Sparkasse als Datengeber

- < 10 Tage Aufwand
- Umsetzung in Linie empfohlen

Sparkasse als Datenanalyst

- Abhängig von der Infrastruktur der Sparkasse
- Voraussichtlich Projektarbeit notwendig

Wer hat die Verantwortung für den Kundenreise-Datenbestand in der Sparkasse?

**PPS-Prozess:
2.02.15
Vertriebssteuerung**

Vertriebsmanagement

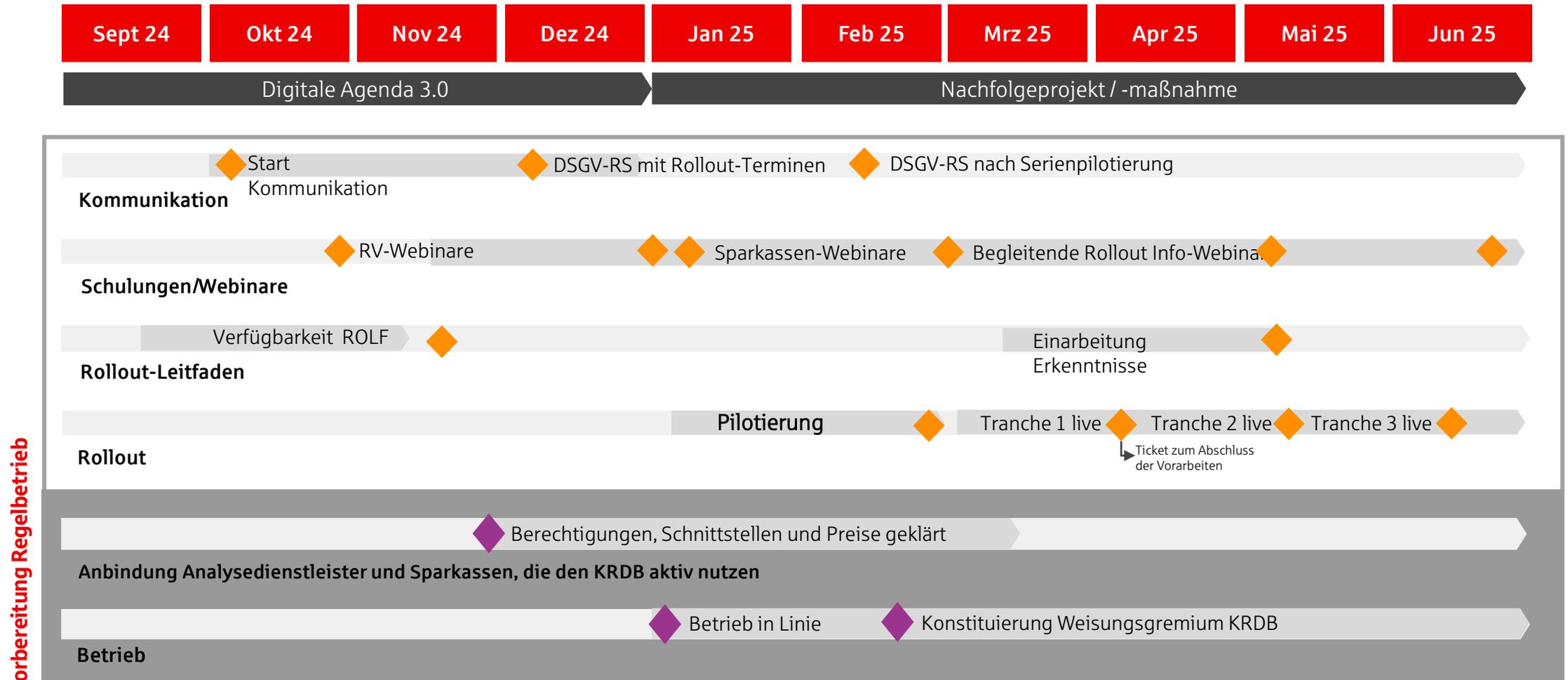
Datenanalyse-/Data Analytics Teams

Medialer Vertrieb

Koordination der Einführung durch IF-Effizient-Verantwortlichen

Zeitplanung Rollout und Start Regelbetrieb

Anbindung der Sparkassen und Aufnahme Regelbetrieb ab 2025



Vorbereitung Regelbetrieb

Kundenreise Datenbestand als optionales Paket von IF-Effizient

Rollout in bekannten Strukturen der SFG zur Erhöhung der Anbindungsbereitschaft der Sparkassen

IF-Effizient

- Nahezu alle Sparkassen nehmen an IF-Effizient teil
- Etablierte Marke mit anerkannten Qualitätsmerkmalen für Rollout und Betrieb
- Vorhandene Gremienstruktur und gewachsenes Netzwerk zu Regionalverbänden und Sparkassen
- Hohe Verbindlichkeit bei ausgesprochener Einsatzempfehlung
- Enges Zusammenspiel mit Verbunddienstleistern, insbesondere FI

Regionalverbände*

- Kommunikation an Sparkassen ihres Verbandsgebiets
- Geben Einsatzempfehlung
- Unterstützen Sparkassen bei ihrer Entscheidungsfindung auf Fach- und Managementebene

DSGV-Projektteam

- Fachliche Koordination des Rollouts
- Übernimmt Kommunikation
- ROLF inkl. Beistelleistungen
- Fachlicher Support der Sparkassen im Rolloutprozess

Rollout-Management der FI

- Unterstützende Begleitung des Rollouts
- Einbringung von Erfahrungswerten
- Nutzung von Rollout-Instrumenten, z.B. Sitetracker

Schritte zur Teilnahme am Kundenreise-Datenbestand

1

Teilnahme am Sparkassenwebseminar (November/Dezember)

2

Nennung des Wunschtermins zur Migration

3

**Durchführung der datenschutzrechtlichen Voraussetzungen
(Interessenabwägung, DSFA)**

Zeichnung des Vertrags zur gemeinsamen Verantwortlichkeit

4

**Beauftragung Finanz Informatik:
Aktivierung optionales Paket KRDB in IF-Effizient per SRPlus-Ticket**

Schritte zur Teilnahme am Kundenreise-Datenbestand

1

Teilnahme am Sparkassenwebseminar (November/Dezember)

Einladung zu Webinaren über Rundschreiben der Regionalverbände

- Wir empfehlen allen Sparkassen die Teilnahme am Kundenreise-Datenbestand als optionalen Baustein von IF-Effizient.
- Zur optimalen Anbindung der Sparkassen werden mit Unterstützung der Regionalverbände Webinare gemeinsam mit dem DSGVO angeboten.
- In diesen Veranstaltungen werden Inhalt und Vorgehensweise detailliert vorgestellt und zum Austausch eingeladen.
- Webinare mit Verbandsvertretern sind am 29.10. und 07.11. erfolgt. Fragen und Feedback wurden aufgenommen und für weitere Kommunikation berücksichtigt.

Rundschreiben Nr. 2024/750	Berlin, 31. Oktober 2024	
Absender Abteilung Digitalisierung Digitalisierung Digitalisierung E-Mail: thorsten.borgert@dsgv.de, ines.raetz@dsgv.de, annette.oberdieck@dsgv.de	Autor(en) Thorsten Borgert Ines Raetz Dr. Annette Oberdieck	Telefon 030 / 20225-4843 030 / 20225-4875 030 / 20225-5569
Empfänger Sparkassen- und Giroverbände und Landesbanken/Girozentralen		
Betroffene Fachbereiche: Vorstand; Strategie; Betriebsorganisation; Grundsatzfragen; Informationstechnologie; Medialer Vertrieb; Organisation; Vertriebsmanagement		
Betreff Informationsveranstaltung für Sparkassenmitarbeitende: Rollout des Kundenreise-Datenbestands zur Anbindung der Sparkassen via IF-Effizient	14.11.	SVB
Schlagerworte Informationstechnologie; Strategie; Strategische Planung; Strategieprogramm; Verkaufsförderungsstrategie; Vertriebspolitik; Unternehmensplanung; Controlling; Unternehmenspolitik	14.11.	SGVSH
UfB-Hauptprozesse (Prozesslandkarte) 2.02.15 Vertriebssteuerung	15.11.	SVWL
Bezug DSGVO-Rundschreiben 6202024 - Gestaltung der gemeinsamen datenschutzrechtlichen Verantwortlichkeit durch die Sparkassen	19.11.	SV-Saar
Anlage(n)	19.11.	RSGV
Zusammenfassung	22.11.	SVBW
DSGVO-RS 750/2024 als Muster für RV-Einladungen	29.11.	OSV
	02.12.	SVRP
	03.12.	SGVHT
	06.12.	SVN

Schritte zur Teilnahme am Kundenreise-Datenbestand



2

Nennung des Wunschtermins zur Migration

Tranchenvorschlag für die Sparkassen

- Gemeinsam mit den am Rollout beteiligten Partnern wird eine Tranchenempfehlung erarbeitet.
Voraussichtlicher Zeitraum: Q2/2025 bis Q1/2026
- Den Tranchenvorschlag erhalten die Sparkassen voraussichtlich zu Jahresbeginn 2025 und können diesen bestätigen oder ändern lassen (früher/später)
- Mit dieser Meldung sollte den Rolloutbeteiligten je Sparkasse ein Ansprechpartner gemeldet werden, der die erforderlichen Maßnahmen im Haus koordiniert.
- Bis zum Anbindungstermin haben Sparkassen ausreichend Zeit für Schritt 3

Schritte zur Teilnahme am Kundenreise-Datenbestand



Drei Voraussetzungen sind zu regeln

Die Sparkassen würdigen die datenschutzrechtlichen Aspekte anhand der vorbereiteten und juristisch abgestimmten Muster. Hierdurch wird ein aufwandsarmer Abstimmungs- und Entscheidungsaufwand sicher gestellt und erfordert i.d.R. keine Projektanmeldung.

- **Interessenabwägung**, die Analyse der personenbezogenen Daten* im Rahmen des Kundenreise-Datenbestands wird auf eine Interessenabwägung gestützt.
- **Datenschutzfolgeabschätzung** erforderlich, wegen der Anonymisierung großer Datenmengen
- **Vertrag zur Gemeinsamen Verantwortung nach Art. 26 DSGVO**

Wenn alle Daten der Sparkassen zusammen geführt werden, können sie nicht einer einzelnen Sparkasse gehören. Der Vertrag trifft hier die Regelungen, um mit 350 Sparkassen handlungsfähig zu bleiben. Die Gemeinsame Verantwortung ist nicht neu. Wir orientieren uns hier an einer etablierten Vorgehensweise.

Kurz vor Anbindungstermin bestätigen die Sparkassen, die Maßnahmen aus erledigt zu haben (Schritt 4)

*Klarden- und Pseudonymisierter Datenbestand

Schritte zur Teilnahme am Kundenreise-Datenbestand



4

**Beauftragung Finanz Informatik:
Aktivierung optionales Paket KRDB in IF-Effizient per SRPlus-Ticket**

Maßnahmenabschluss und Anbindungsauftrag

- Zum Anbindungstermin bestätigt die Sparkasse per FI-Ticket, die erforderlichen Tätigkeiten durchgeführt bzw. beschlossen zu haben
- Daraufhin erfolgt die zentrale Parameteraktivierung in OSP

Die Musterdokumente werden im Umsetzungsbaukasten im November 2024 bereitgestellt



Melden Sie sich bitte an

Benutzername 

Passwort

 Anmelden

 Passwort / Benutzername vergessen

 Login beantragen

Kundenreise-Datenbestand als Fundament für datenbasierte Entscheidungen

Datenverfügbarkeit sicher stellen

Definierte Werte stehen zum Auswertungszeitraum **aktuell und vollständig** in einer **zentralen und einheitlichen Datenquelle** zur Verfügung

Datenkonsistenz gewährleisten

Sparkasseneinheitliche **Definition von Digitalisierungs-Kennzahlen** auf Basis fest definierter Datengrundlagen

Ergebnisse bereitstellen

Die Analyseergebnisse aus dem KRDB werden den Sparkassen bedarfs- und empfängergerecht **über vorhandene Reportinganwendungen** bereit gestellt

Steuerungsimpulse an die Fachebene liefern

Benchmarks liefern Sparkassen ein Lagebild zu eigener Performance und Potenzialen

Ambitionsniveaus & Ziele

- Rolloutteilnahme von 95% der Sparkassen am übergreifenden Kundenreise-Datenbestand (KRDB)
- Hohe Nachfrage nach generierten Analysen aus dem Kundenreise-Datenbestands
- KRDB als single-point-of-truth etabliert
- Nutzung durch alle Sparkassen über etablierte Reportingkanäle
- Aktive Nutzung des Kundenreise-Datenbestands durch alle Akteure der Gruppe

Danke.

Thorsten Borgert

Projektreferent Digitalisierung
Deutscher Sparkassen- und Giroverband e.V.
Abt. BIV – Digitalisierung
Gruppe Digitalisierung Grundsatzthemen und Strategie

Telefon: +49 30 20225 4843
E-Mail: thorsten.borgert@dsgv.de

Dr. Annette Oberdieck

Projektmanagerin
Deutscher Sparkassen- und Giroverband e.V.
Abt. BIV – Digitalisierung
Gruppe Digitalisierung Grundsatzthemen und Strategie

Telefon: +49 30 20225 5569
E-Mail: annette.oberdieck@dsgv.de