

«Innovation ist oft mehr Evolution als Revolution»

Text: Fabio Baranzini – Fotografie: Rachel Bühlmann

Wie geht die Aargauische Kantonalbank mit dem Thema Innovation um? Welche Innovationsprojekte stehen als Nächstes an? Und wie können die Kundinnen und Kunden davon profitieren? Ein Gespräch rund um das Thema Innovation mit Isabelle Henze, Leiterin Digitalisierung & Projekte Anlagen, Handel und Vorsorge.



Isabelle Henze, Leiterin Digitalisierung & Projekte Anlagen,
Handel und Vorsorge, Aargauische Kantonalbank

Isabelle Henze, Innovation ist ein grosses Wort, hinter dem sich viel verbergen kann. Was bedeutet Innovation für Sie persönlich?

Zukunftsfähigkeit, Offenheit und die Bereitschaft zur Veränderung, das bedeutet für mich Innovation. Es geht darum, Neues auszuprobieren, im Austausch mit anderen zu lernen und sich Schritt für Schritt weiterzuentwickeln. Häufig ist Innovation eher Evolution als Revolution. Wobei eine Innovation durchaus auch auf der grünen Wiese entstehen kann, wenn neue Ideen bewusst Raum erhalten.

Reizt Sie diese Möglichkeit, in Ihrem Job auch einmal ein Projekt auf der «grünen Wiese», wie Sie es nennen, zu beginnen?

Das ist sicher ein spannender Aspekt meiner Arbeit. Besonders reizvoll ist für mich jedoch die Abwechslung. Kein Tag gleicht dem anderen, und oft entwickeln sich die Dinge ganz anders als ursprünglich geplant. Genau das macht mir Freude, denn gemeinsam mit meinem Team kann ich vieles bewegen und aktiv mitgestalten.

Sie sind Leiterin Digitalisierung & Projekte Anlagen, Handel und Vorsorge. Welche Aufgaben übernehmen Sie mit Ihrem Team?

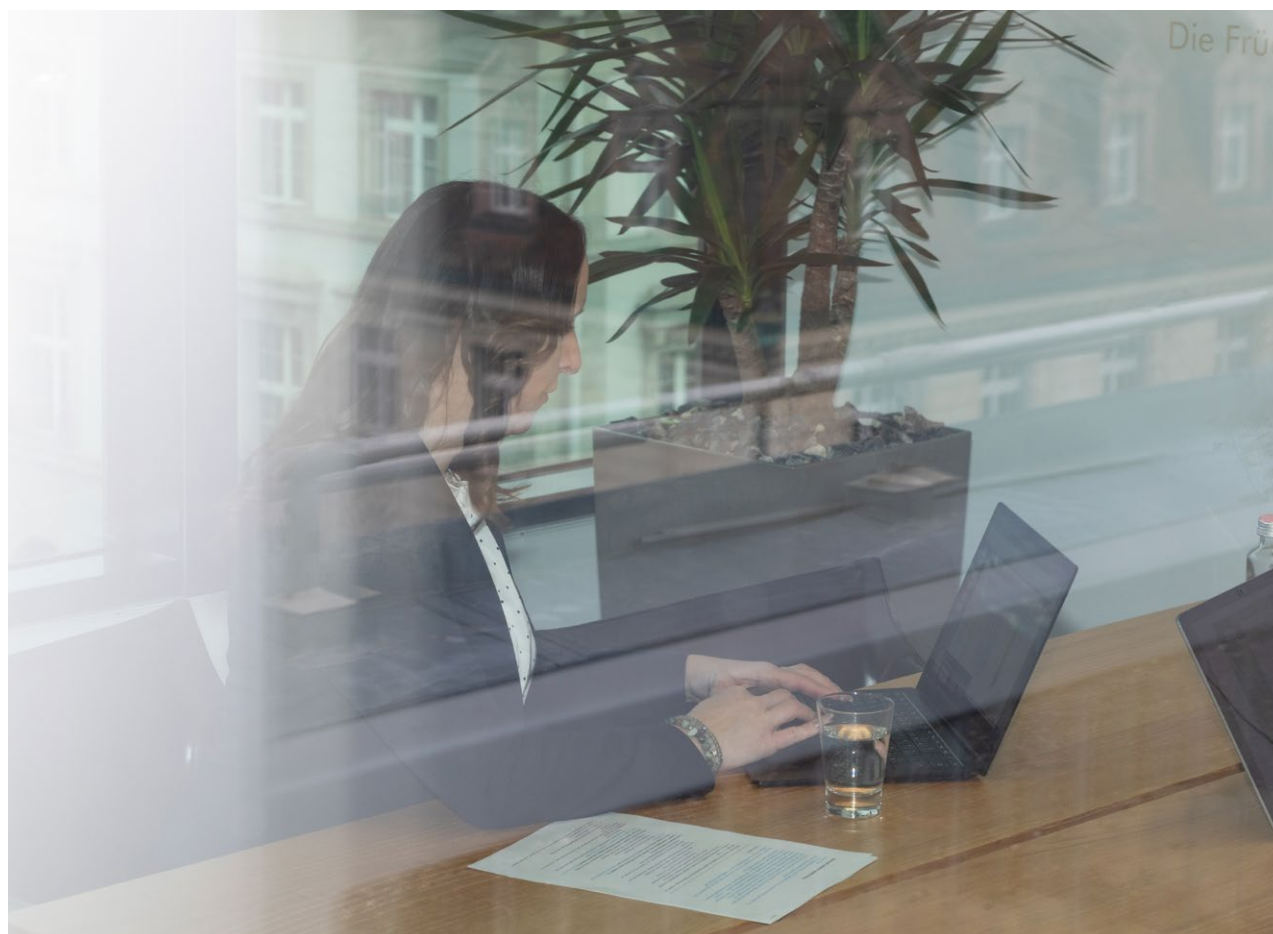
Mit meinem Team bin ich verantwortlich für die Weiterentwicklung von Prozessen, Produkten und Projekten in den Bereichen Anlagen, Handel und Vorsorge. Wir treiben Entwicklungen aktiv voran, beobachten Markt- und Technologietrends und

setzen Innovationen bei der AKB um. Die Digitalisierung ermöglicht es uns, Abläufe zu vereinfachen, Qualität zu sichern und den Kundinnen und Kunden eine moderne, zeitgemässe Beratung zu bieten. Von der Idee bis zum stabilen Betrieb unterstützen wir unsere Kundenberaterinnen und Kundenberater wie auch andere Kolleginnen und Kollegen bei der AKB.

«Wir setzen unsere Ressourcen bewusst und wirksam ein, wenn wir in Innovationen investieren.»

Sie haben erklärt, was Innovation für Sie bedeutet. Was heisst Innovation für die AKB?

Für die AKB ist es wichtig, Trends und Entwicklungen frühzeitig zu erkennen, gezielt zu bewerten, um dann dort zu investieren, wo wir für unsere Kundinnen und Kunden einen echten Mehrwert schaffen können. Wir verfolgen dabei den sogenannten Early-Majority-Ansatz. Neue Lösungen führen wir dann ein, wenn sie sich im Markt bewährt haben und der Nutzen klar erkennbar ist. So stellen wir sicher, dass unsere Ressourcen verantwortungsvoll und wirksam eingesetzt werden. Das bedeutet für uns Innovation.





Was sind die grössten Innovationen, die in den letzten fünf Jahren lanciert wurden?

In den letzten Jahren haben wir einen grossen Sprung in der End-to-End-Digitalisierung gemacht. Ein Beispiel ist die Kontoeröffnung: War sie früher noch ein mehrstufiger, manueller Prozess, läuft sie heute vollständig digitalisiert und automatisiert ab. Auch in der Kundenberatung haben wir grosse Fortschritte erzielt. Früher mussten Formulare und Beratungsprotokolle von Hand ausgefüllt, Daten manuell im System eingepflegt und Dokumente eingescannt werden. Heute können unsere Kun-

denberaterinnen und Kundenberater das gesamte Gespräch digital abwickeln. Kundendaten werden direkt aktualisiert, Dokumente versendet und Anlage- sowie Finanzierungsvorschläge können erstellt und digital signiert werden. Das erleichtert die Arbeit erheblich und bietet unseren Kundinnen und Kunden einen schnellen, komfortablen Service.

Auf welche Innovation sind Sie besonders stolz?

Auf die Einführung der digitalen, bedürfnisorientierten Beratung. Damit haben wir einen Prozess geschaffen,

der sicherstellt, dass die Beratung für unsere Kundinnen und Kunden immer nach dem gleichen Schema abläuft. Egal, ob sie in Aarau oder in Muri beraten und betreut werden. Unser Tool rückt die Bedürfnisse der Kundinnen und Kunden in den Mittelpunkt und garantiert eine ganzheitliche Beratung.

In welchem Bereich besteht für die AKB noch am meisten Potenzial für Innovationen?

Ich sehe für die Zukunft besonders viel Potenzial in drei Bereichen: Den gezielten Einsatz von künstlicher Intelligenz, um die Prozesse zu vereinfachen und die Qualität zu steigern, den datengestützten Vertrieb, der es uns ermöglicht, Beratungen und Produkte noch individueller auf die Bedürfnisse unserer Kundinnen und Kunden abzustimmen – und auch die Weiterentwicklung kanalübergreifender Prozesse, damit unsere Kundinnen und Kunden nahtlos zwischen persönlicher Beratung vor Ort und unseren digitalen Angeboten wechseln können. Das nennen wir hybride Beratung.

Gab es in den letzten Jahren auch Innovationsprojekte, die gescheitert sind oder noch nicht den gewünschten Erfolg gebracht haben?

Bei jedem neuen Projekt steht für uns die Frage im Zentrum, ob das Angebot künftig von unseren Kundinnen und Kunden genutzt wird. In den letzten Jahren gab es einige Vorhaben, bei denen unsere Einschätzung nicht ganz zutraf. So haben wir festgestellt, dass Online-Hypotheken weniger nachgefragt werden als erwartet. Hypotheken sind ein Thema, das viele Kundinnen und Kunden lieber in einer persönlichen Beratung besprechen. Ähnlich verhält es sich mit der Online-Terminvereinbarung und der digitalen Signatur. Wir haben diese Services eingeführt, doch sie haben sich bislang nicht im erhofften Umfang durchgesetzt. Aus solchen Erfahrungen lernen wir und stimmen unsere Entwicklungen noch klarer auf die Bedürfnisse der Kundinnen und Kunden ab.

Gibt es auch Bereiche, in denen die AKB bewusst auf Innovationsprojekte verzichtet?

Ja, die gibt es definitiv. Bei Kryptowährungen beispielsweise wartet die AKB ab, obwohl einige Mitbewerberinnen bereits Angebote haben. Das Thema wird jedoch regelmässig geprüft. Auch auf Bankfilialen ohne Schalter setzen wir bewusst nicht, sondern halten an allen Standorten inklusive Kundenzonen mit Cash Desk fest, um den persönlichen Kontakt mit unseren Kundinnen und Kunden sicherzustellen.

Was sind die nächsten grösseren Innovationsprojekte, die realisiert werden?

Im Jahr 2026 stehen drei grössere Innovationsprojekte auf der Agenda. Wir werden voraussichtlich eine neue Mobile Banking App lancieren, die moderner, intuitiver und funktionaler ist. Zudem wollen wir den erwähnten hybriden Beratungsprozess weiter ausbauen, um den nahtlosen Übergang von der persönlichen Beratung vor Ort zu unseren digitalen Angeboten zu erleichtern. Ein weiteres Projekt hat das Ziel, unsere Mitarbeitenden durch den Einsatz von künstlicher Intelligenz bei der Informationsbeschaffung zu unterstützen, um die Effizienz zu steigern.

Wenn Sie frei wählen dürften: Welche Innovation würden Sie bei der AKB einführen?

Dann würde ich den Self-Service-Bereich weiter ausbauen. Ich bin überzeugt, dass unsere Kundinnen und Kunden die Dienstleistungen der AKB in Zukunft noch mehr orts- und zeitunabhängig nutzen wollen und wir dafür die passenden, digitalen Lösungen bereitstellen können.

