



CRM READINESS CHECK- BEREIT FÜR MEHR?

CINTELLIC VORGEHEN | NOVEMBER 2025

BUSINESS.
DATA.
TECHNOLOGY.

cintelllic.com



EXECUTIVE SUMMARY

Der CRM Readiness Check bietet Banken eine ganzheitliche und faktenbasierte Bewertung ihrer aktuellen CRM-Landschaft. Angesichts deutlich steigender Investitionen in CRM-Systeme und wachsender regulatorischer sowie wettbewerbsbezogener Anforderungen gewinnt eine klare Standortbestimmung zunehmend an Bedeutung. Gleichzeitig zeigt der Markt, dass viele Institute ihre Potenziale noch nicht ausschöpfen: Fragmentierte Datenlandschaften, operative Komplexität, unzureichende Prozessintegration und begrenzte Nutzerakzeptanz verhindern oft eine durchgängig wirksame Kundenansprache.

Mit der CRM.Watch nutzt der Readiness Check ein strukturiertes Review-Framework, das alle wesentlichen strategischen, technologischen, funktionalen und operativen Aspekte des CRM ganzheitlich erfasst.

Die Einwertung entlang definierter Reifegrade macht sichtbar, wo die Bank heute steht,

welches Zielniveau erreicht werden sollte und welche Gap-Potenziale bestehen. Typische Ergebnisse zeigen erhebliche Differenzen zwischen Ist- und Soll-Reifegrad – und damit deutliche Chancen für Effizienzsteigerungen, bessere Kundeninteraktionen und eine höhere kommerzielle Wirkung.

Auf Basis der Analyse werden priorisierte Handlungsfelder, Quick Wins und ein konsistentes Target Operating Model abgeleitet. Eine indikative Roadmap übersetzt diese Erkenntnisse in konkrete Umsetzungsschritte und schafft Transparenz über Aufwand, Nutzen und zeitliche Prioritäten. Der CRM Readiness Check liefert damit eine fundierte Entscheidungsgrundlage für Management und Fachbereiche, um Investitionen gezielt auszurichten und die CRM-Organisation zukunftsfähig aufzustellen.





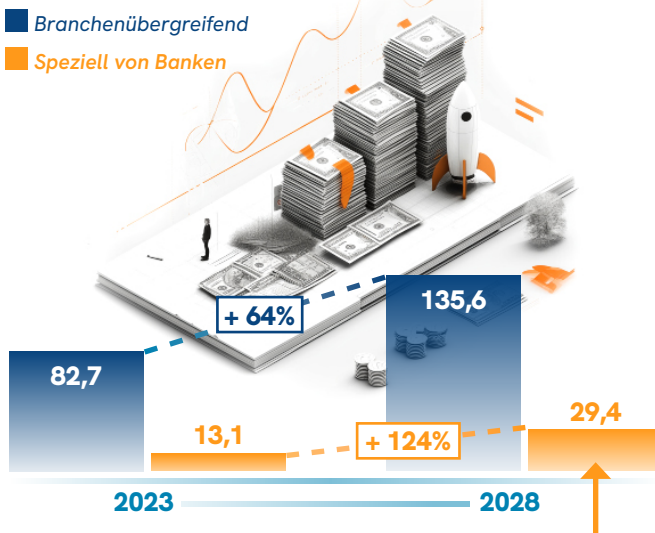
WHERE TO PLAY. Herausforderungen & Potentiale

1 2 3

Customer Relationship Management (CRM) verzeichnen immer höhere Investitionen, jedoch machen Herausforderungen und Komplexitäten es schwer das volle Potential auszuschöpfen

CRM mit wachsenden Investitionen...

Entwicklung globale CRM-Investitionen (in Mrd. USD)



Banken steigern CRM-Investitionen bis 2028 um voraussichtlich **124 %**

CRM-Investitionen getrieben durch Digitalisierung, Wettbewerb, Personalisierung, Datenschutz und Regulierung

Finanzdienstleister stärkste Standard-CRM-Nutzer in Europa

... jedoch bleibt der Nutzen häufig begrenzt – bedingt durch operative Komplexität und strukturelle Herausforderungen.



Komplexe Datenlandschaft – Integration von CRM mit Bankensystem, z.B. Kernbanksystemen und Kreditplattformen

Bereichsübergreifende Nutzerakzeptanz – Kultureller Wandel und kontinuierliche Weiterbildung aller Bereiche

Strenge regulatorische Anforderungen – Einhaltung von u.a. BaFin-, DSGVO-Regularien beim Umgang mit Kundendaten

Personalisierung im sensiblen Umfeld – Balance zwischen individueller Beratung und dem Schutz sensibler Daten

WHERE TO PLAY.

Herausforderungen & Potentiale

1 2 3

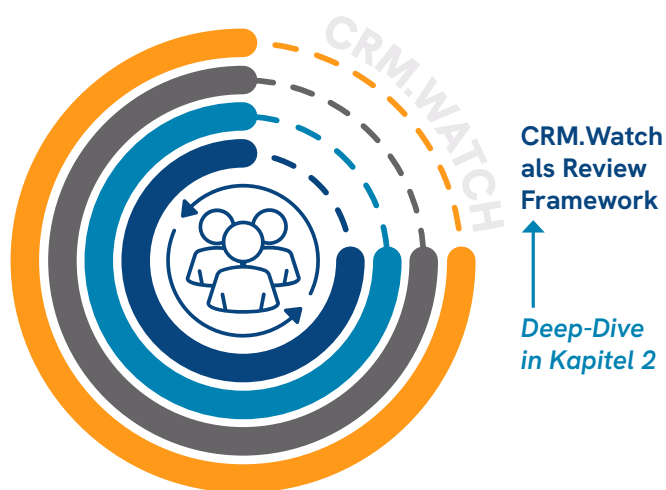
Im DACH-Raum zeigen sich unterschiedliche Reifegrade in der CRM-Entwicklung – die Mehrheit befindet sich noch im Starter-Stadium

CRM-Reifegrad Einwertung

Die CRM-Reifegrad-Einwertung ermöglicht eine strukturierte und objektive Standortbestimmung der aktuellen CRM-Fähigkeiten der Bank. Auf Basis eines vordefinierten Fragenkatalogs werden alle relevanten strategischen, technologischen, funktionalen und operativen Dimensionen bewertet.

Die definierten Reifestufen – vom CRM-Starter bis zum CRM-Star – dienen dabei nicht nur zur Einordnung des heutigen Stands, sondern auch als klares Zielbild für die weitere Entwicklung. Durch die Gegenüberstellung von Ist- und Soll-Reifegrad werden zentrale Gaps transparent, die wesentliche Ansatzpunkte für Prioritäten, Investitionen und die Ausgestaltung einer konsistenten CRM-Strategie liefern.

- Vordefinierter Fragenkatalog hilft bei der CRM-Reifegrad Einwertung
- Reifegrade dienen auch als Zielbild



CRM-Starter

Grundsätzliche **Einführung** eines CRM-Systems zur Bereitstellung und Verwaltung von **Kundendaten und Kontakten**



Komplexität

70%^[1]



CRM-Enabler

Vertriebsorientierte CRM-Entwicklung mit **Potential einschätzungen** und zentral organisierten **Marketingkampagnen**



Komplexität

20%



CRM-Star

Vollintegriertes **360* Cockpit** inklusive **Hyper-personalisierung** und automatisierten **Echtzeit-Marketingkampagnen**



Komplexität

10%

1) Einschätzung: ca. 70% des Marktes werden als „CRM-Starter“ eingeschätzt

WHERE TO PLAY.

Herausforderungen & Potentiale

1 2 3

Erfolgreiche CRM-System-Implementierungen bieten trotz hoher Kosten enormes Potenzial – etwa durch mehr Cross-Selling, höhere Kundenbindung und bessere Lead-Conversions

Kostenperspektive über alle CRM-Reifegrade hinweg – abhängig von Lizenzvolumen, Systemlandschaft und Implementierungskomplexität.

Fixkosten

- Implementierung & Customizing (z.B. Setup)
- Hardware/ Hosting-Kosten (On-Premises vs. Cloud)
- Schulung & Change-Management (z.B. Roll-Out)
- ...

Variable Kosten

- User-Lizenzen (Preis pro aktivem Nutzer/ Monat)
- Speicher- und Datenvolumen (u.a. Cloud-Speicher)
- Add-on-Module & Integrationen (z.B. Analytics, AI)
- ...



Nutzenperspektive für Organisationen mit hohem CRM-Reifegrad.

- ROI von ca. 7,50 Euro pro investierten Euro durch Einsatz von CRM-Tools
- >20% mehr Cross-selling aufgrund von personalisierter Werbung, Rabattaktionen und Kundeninteraktion
- >85% verbessertes Kundenerlebnis und dadurch weniger Abwanderung (erhöhte Customer Retention Rate)
- Lead-Conversion Rate steigt um 27% durch dokumentierten Lead-Qualifizierungsprozess
- Sicherung von Compliance durch zentrale und Datenschutzkonforme Verwaltung von Kundendaten



HOW TO PLAY.

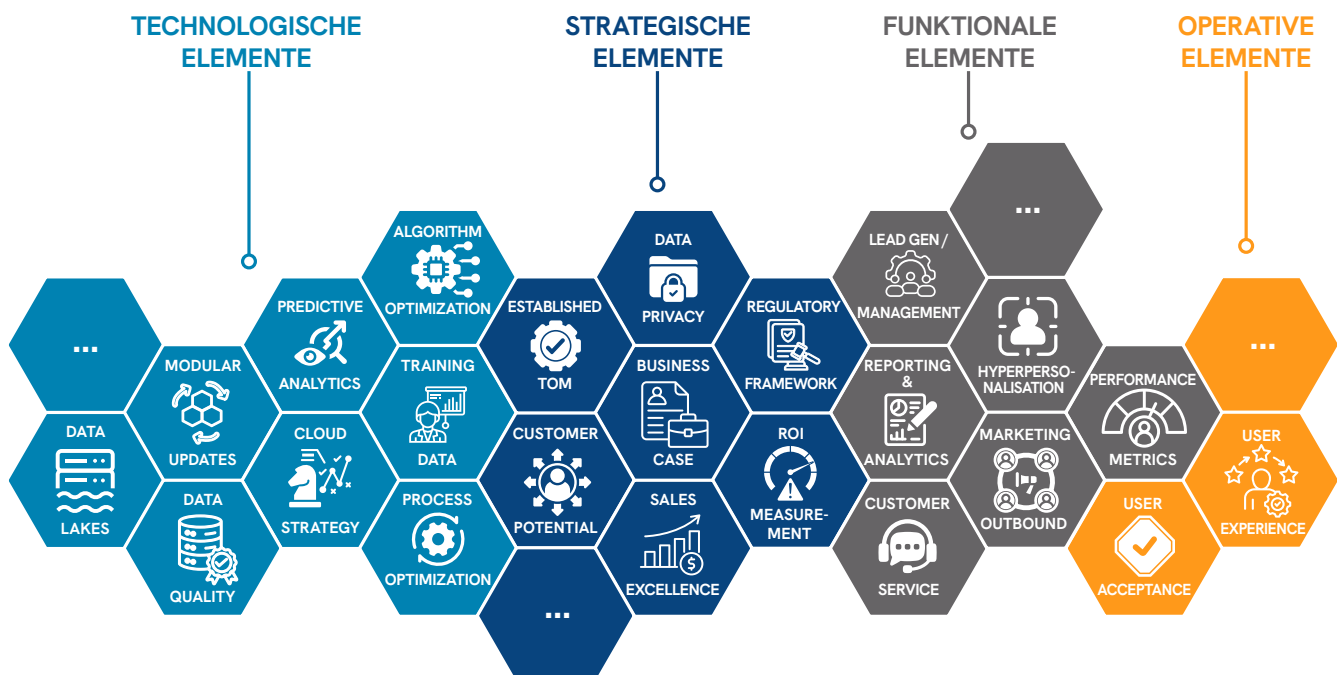
Review-Perspektiven

1 2 3 4 5

Erfolgreiche CRM-System Integrationen sind hoch komplex aufgrund der Verzahnung von technologischen, strategischen, funktionalen und operativen Gestaltungselementen

Verzahnte CRM-Gestaltungselemente

- Technologische Elemente bilden die Grundlage für effizientes Sammeln und Analysieren von Kundendaten
- Strategische Ausrichtung zur Definition von klaren Zielen
- Funktionale und operative Elemente für erfolgreiches Tagesgeschäft
- Höchste Ausbaustufe beinhaltet alle aufgelisteten Elemente



HOW TO PLAY.

Die CRM.Watch

1 2 3 4 5

Die „CRM.Watch“ ist ein basierend auf den «Star» Performern entwickeltes Review Framework, das die gesamtheitliche Betrachtung Ihres CRM-Systems ermöglicht

Strategische Perspektive

Ist das CRM-System grundsätzlich geeignet, die vertriebsstrategischen Ziele der Bank effektiv und effizient zu unterstützen?

Technologische Perspektive

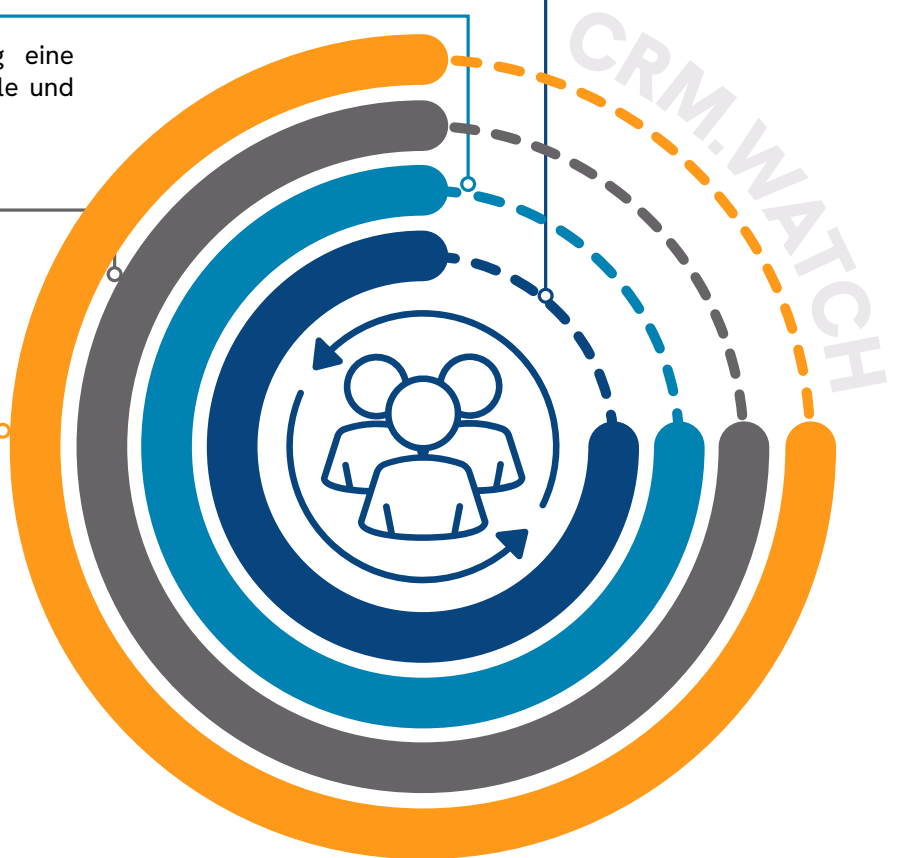
Erlaubt die technische Implementierung eine volle Ausschöpfung der strategischen Ziele und dieses Nutzenpotentials?

Funktionale Perspektive

Was kann das CRM jetzt und welche Funktionalitäten müssen im Kontext des datengetriebenen Vertriebs noch aufgebaut werden?

Operative Perspektive

Wie muss das Betriebsmodell im Run-the-Bank gestaltet sein, um entlang der Customer Journeys eine effektive und kosteneffiziente Lead-Konversion sicherzustellen? Wie werden alle Mitarbeiter zur Nutzung aktiviert?



Das Framework ermöglicht eine ganzheitliche Bewertung der CRM-Systeme und hilft dabei, bestehende Lücken im Hinblick auf die Zielerreichung systematisch zu identifizieren



HOW TO PLAY.

Einwertung

1 2 3 4 5

Exemplarische Ergebnisse eines Reifegrad-Assessments durch die CRM.Watch, welche das bestehende Gap Level aufzeigen

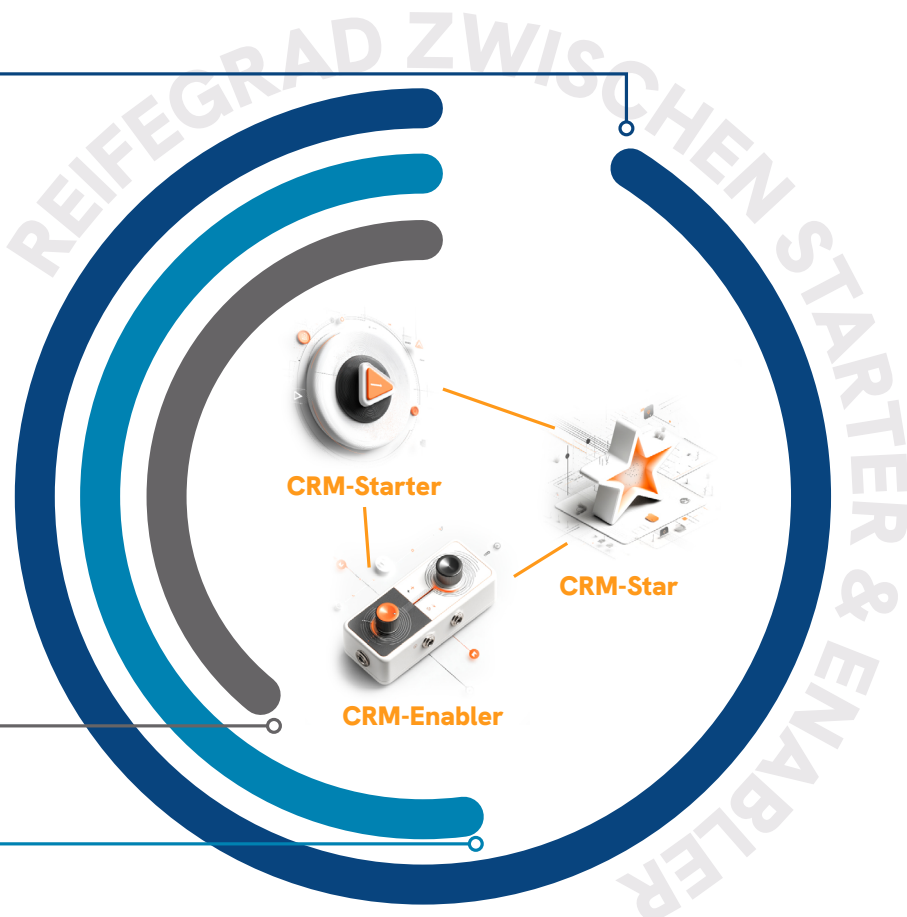
Review-Perspektiven: Einwertung durch CRM-Watch

Reifegrad: durchschnittliches Soll-, Ist- und Gap Level

91% | Soll-Level
52% | Ist-Level
39 Pp | Gap/ Potential

Einwertung

- Aktuelles Level (52 %) nur etwa 57 % des Zielwertes (91 %)
- Potential von 39 Pp entspricht rund 43 % des Soll-Levels



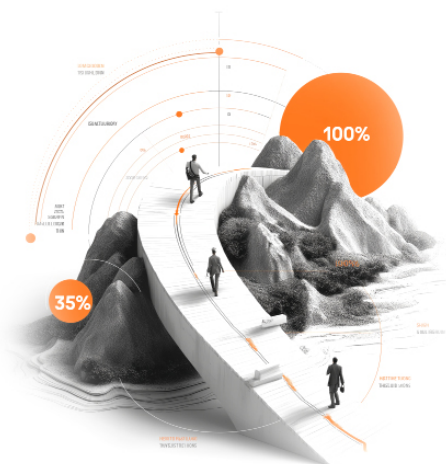
Reifegrad: Ist-, Soll- und Gap Level in den Dimensionen (in %)

Beispielhafte Einwertung

Gap/ Potential (in Pp)

A. Visionsbild Potentialabgleich	50%	94%	44
B. Überführung in Zielorganisation	52%	95%	43
C. Vertriebswirksamkeit	60%	90%	30
D. 360° Kundensicht	55%	90%	35
E. Automation	38%	85%	47
F. User Experience CRM-Tool	53%	90%	37
G. Geschäftsprozesse	55%	95%	40
H. Datenmanagement	48%	90%	42

Ist Soll Pp: Prozentpunkte



HOW TO PLAY.

Einschätzung Maturität

1 2 3 4 5

Unsere CRM-Potenzialbenchmark zeigt: Viele Banken verfügen über eine geringe CRM-Maturität – und damit über erhebliche ungenutzte Wachstumschancen durch die Umsetzung einer konsistenten CRM-Strategie.

CRM-Potentialbenchmark | Vergleichsgruppe: Banken, DACH

CRM-Kategorien

Cloud Strategy

Target Operating Model

Performance Metrics

Marketing Outbound

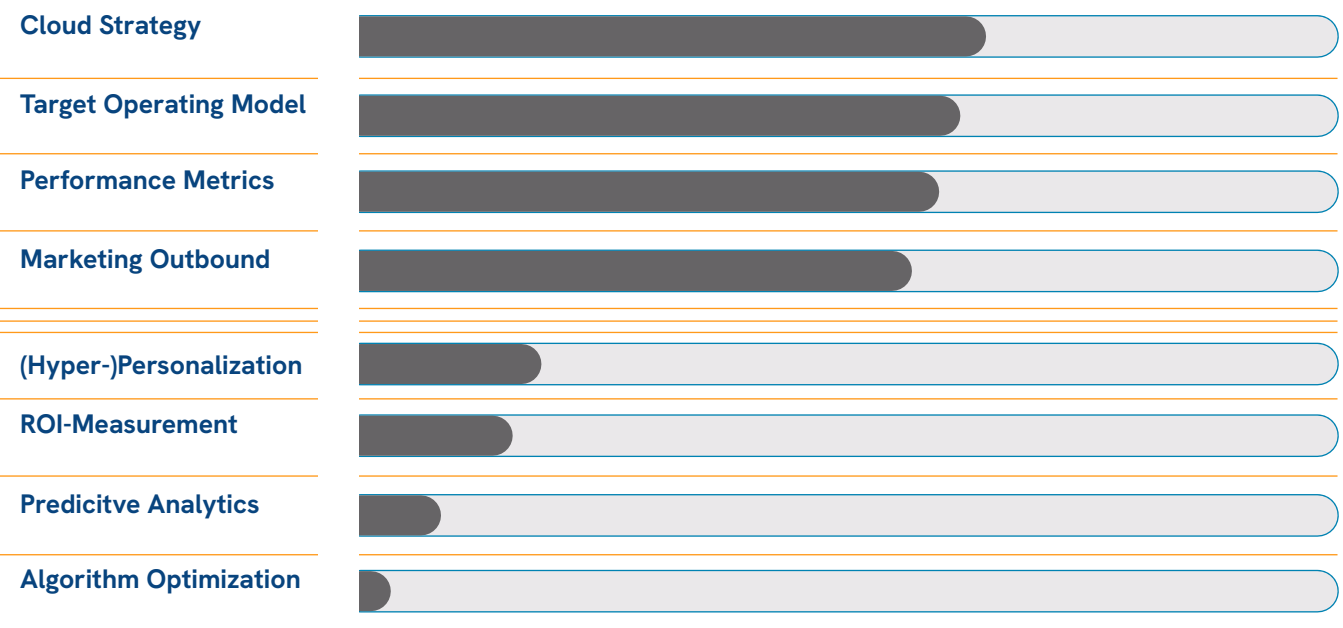
(Hyper-)Personalization

ROI-Measurement

Predictive Analytics

Algorithm Optimization

Einschätzung Maturität/ Nutzung Banken¹⁾



Entwicklungsstatus

Potential



- Grundsätzlich verfügen Banken über ein hohes Potential in der CRM-Nutzung auf Basis unserer Projekterfahrungen
- Die meisten Banken verfolgen strategische Ansätze im Umgang mit Cloud-Systemen, TOMs und (vereinfachtem) Lead Management
- Besonderes Wachstums-Potential sehen wir in:
 - der Umsetzung personalisierter Kundenansprachen
 - der Nutzung von ML, No-/ Low-Code und KI innerhalb der Peergroup

HOW TO PLAY.

Target Operating Model

1 2 3 4 5

Der Review entlang der CRM.Watch ermöglicht die ganzheitliche Entwicklung eines Target Operating Model (TOM), das sechs zentrale Aspekte abdeckt

Review-Perspektiven

Strategisch

Technologisch

Funktional

Operativ

TOM-Dimensionen





HOW TO WIN.

Vorgehensmodell & Methodikkoffer

1

Unser Vorgehen in drei Schritten ermöglicht eine ergebnisorientierte und effiziente Prüfung der bestehenden CRM-Landschaft bei der Bank

	Identifikation Gaps	Ableitung Handlungsempfehlungen	Entwicklung Roadmap
Aktivitäten	- Screening der IST-Situation und Abgleich mit dem Visionsbild zur Ermittlung von Gaps - Stakeholder Interviews zur Einschätzung des Status quos; - Benchmarking der IST-Situation mit dem Wettbewerb	- Entwicklung von Quick-Wins für Fast-Track-Umsetzung auf Basis der Gap-Ermittlung - Entwicklung komplexerer Wins mit konzeptionellem Fokus - Erstellung eines optimierten TOMs unter Berücksichtigung von IT- und Business-Gesichtspunkten	Zusammenfassende Review-Dokumentation inkl. Abschlussbericht Entwicklung eines detaillierten und priorisierten Projektplans inkl. Zeithorizont zur Umsetzung der Maßnahmenpakete
Ergebnistypen	Erste Maßnahmen werden als Maßnahmenpakete formuliert, basierend auf den identifizierten Gaps aus der Analyse der IST-Situation und dem Benchmarking	- Identifizierte Maßnahmen werden einer Priorisierung der Maßnahmenpakete unterzogen, orientiert an Wirkung, Aufwand und Umsetzbarkeit - Für ausgewählte Maßnahmen werden Umsetzungs-steckbriefe erstellt, die Details wie TOM-Vorschläge, Cloud-Vorgehen und Change-Maßnahmen enthalten	Priorisierte Maßnahmen bilden die Grundlage für eine indikative Roadmap, die einen zeitlich strukturierten Umsetzungsplan inklusive Budgeteinschätzung darstellt

CINTELLIC Vorgehensmodell



CRM Readiness Check

ANSPRECHPARTNER



Dr. Jörg Reinnarth
Geschäftsführer
CINTELLIC Consulting Group

LinkedIn



Frank Müller
Director
CINTELLIC Consulting Group

LinkedIn

ÜBER CINTELLIC

Die 2010 gegründete CINTELLIC Consulting Group ist eine auf digitales Kundenmanagement spezialisierte Unternehmensberatung, die ihre Klienten vom ersten Konzept bis zur Umsetzung in der Praxis ganzheitlich begleitet. An den Standorten in Bonn, Frankfurt am Main und München arbeiten rund 100 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Zu den Klienten zählen DAX-Konzerne, führende mittelständische Unternehmen und insbesondere zahlreiche sogenannte „Hidden Champions“ mit den Branchenschwerpunkten Banken und Versicherungen, Telekommunikation, IT, Medien, Unterhaltung, Handel, E-Commerce, Versorger und Logistik.

CINTELLIC zählt zu den führenden Consultants in Deutschland.



KONTAKT

Bequem per E-Mail an info@cintelllic.com

Oder besprechen Sie mit uns Ihr Anliegen persönlich via Online-Meeting / Rückruf. [Online-Terminvereinbarung](#).

KARRIERE BEI CINTELLIC

CINTELLIC befindet sich auf Wachstumskurs. Vielleicht mit Ihnen? Jetzt Stellenanzeigen entdecken und bewerben!

cintelllic.com/stellenangebote/