



# Personalisiertes Headless Content Management für das TEO Ökosystem

## COMΣCO

COMΣCO ist ein deutsches Startup, das Anfang 2020 seine „Lifestyle-Banking“-App mit dem Ziel ins Leben gerufen hat, bis Ende des Jahres mehrere Hunderttausend Nutzer zu gewinnen. Die TEO-App ist eine zentrale Plattform für jedes Bank- und Kreditkartenkonto, eine Quelle interaktiver Finanzberatung und ein auf die Interessen jedes Nutzers zugeschnittenes Einkaufsportale. TEO ermöglicht es den Nutzern, alle ihre Finanztransaktionen und Lifestyle-Käufe von einer Benutzeroberfläche aus, mit einer einzigen App und innerhalb eines einzigen und wachsenden Ökosystems durchzuführen.

Die Webseite, der Inhalt und der Blog laufen dabei sicher über die Ibexa Digital Experience Platform (DXP) in der Cloud und wurden in weniger als acht Monaten entwickelt. In einer Umfrage unter 30 Finanzzapps erhielt der Newcomer TEO die höchstmögliche Anzahl von fünf Sternen für Sicherheit - eine wesentliche Grundlage für den transformativen Erfolg dieses Projekts.

Heute gewinnt die TEO-App in Deutschland schnell an Popularität durch ihre intuitive Bedienung und die Bereitstellung von personalisierten Inhalten via Headless für die Apps (iOS und Android) und das Webportal.

Keine andere deutsche Bank verfügt über ein System, das gleichzeitig Inhalte in der Banking-App und im Web veröffentlichen kann. COMΣCO nutzt hierfür die DXP von Ibexa.



### Herausforderungen

- Sicherheit. Banken erfordern höchste Sicherheit und ein striktes Berechtigungssystem
- Robustheit. Die Systeme müssen mit Tausenden von Finanzinstituten und E-Commerce-Seiten verbunden werden können
- Skalierbarkeit. TEO verfolgt das Ziel mehrere Hunderttausend Nutzer bis Ende 2020 zu gewinnen
- Flexibilität. Implementierung eines Headless-Ansatzes
- Workflow. Verwaltung von Inhalten durch ein komplexes System an Workflows
- Personalisierung. Hundertprozentige Relevanz der Inhalte für die Nutzer



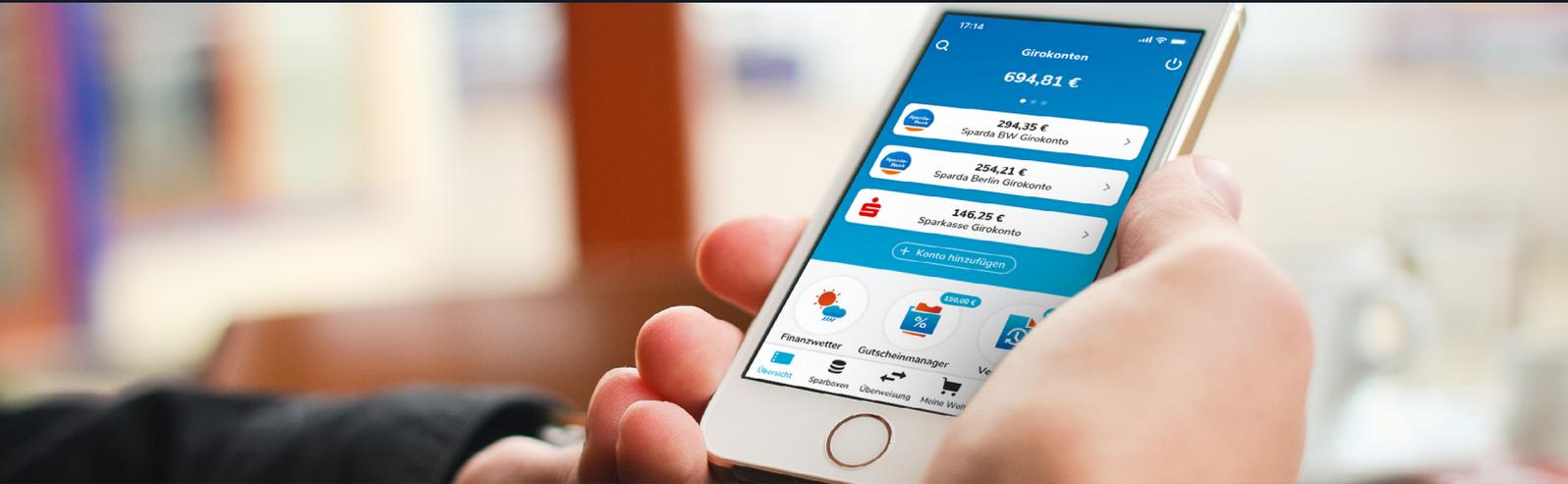
### Projektübersicht

- Von der Konzeptphase bis zur Markteinführung vergingen weniger als acht Monate
- Headless-Ansatz mit Frontends für native iPhone- und Android-Apps, die ihre Inhalte über eine definierte API beziehen
- Erweiterte Funktionen für 60 Autoren innerhalb eines umfassenden Systems
- Personas und Nutzersegmente, die während der Konzeptionsphase entwickelt und in der Plattform implementiert wurden
- Pen-Tests zur Überwachung der Systemrobustheit



### Geschäftsvorteile

- Schnelle Implementierung der DXP von Ibexa
- 130.000 Nutzer nach einigen Monaten
- Redakteure von COMΣCO, teilnehmende Banken und E-Commerce-Partner können Inhalte sicher bereitstellen
- TEO-App erhielt 5 Sterne für Sicherheit, welche ausschlaggebend für Banken ist
- Zielgerichtete Inhalte über die explizite Bereitstellung



## Personalisiertes Headless Content Management für das TEO Ökosystem

Banken und andere Finanzdienstleister kämpfen an zwei Fronten: Sie müssen bei den Fintechs mithalten und ihren digitalen Kundenstamm vor den Ambitionen der Technikgiganten wie Apple, Google und Microsoft verteidigen. Beispielsweise bringt Google demnächst eine Debitkarte auf den Markt. Diese Verschmelzung von Technik und Finanzwirtschaft führt zu neuen Geschäftsmodellen. Eines der innovativsten ist die „Lifestyle-Banking“-App, welche sicheres Multi-Banking mit attraktiven Commerce-Angeboten verbindet.

Die TEO-App ermöglicht es Nutzern, alle ihre Bank- und Kreditkartenkonten an einem sicheren Ort zusammenzuführen - und Transaktionen über das TEO-Frontend zu veranlassen. Anstatt mehrerer verschiedener Banking-Apps, lässt sich alles mit einer Finanzapp verwalten und erledigen. Der Wegbereiter des COMECO-Geschäftsmodells ist die europäische PSD2-Verordnung, die jedes Finanzinstitut verpflichtet, seine Kundenschnittstellen freizugeben - somit kann sich TEO in der stark fragmentierten Bankenlandschaft an bis zu 3.000 weitere Banken anbinden.

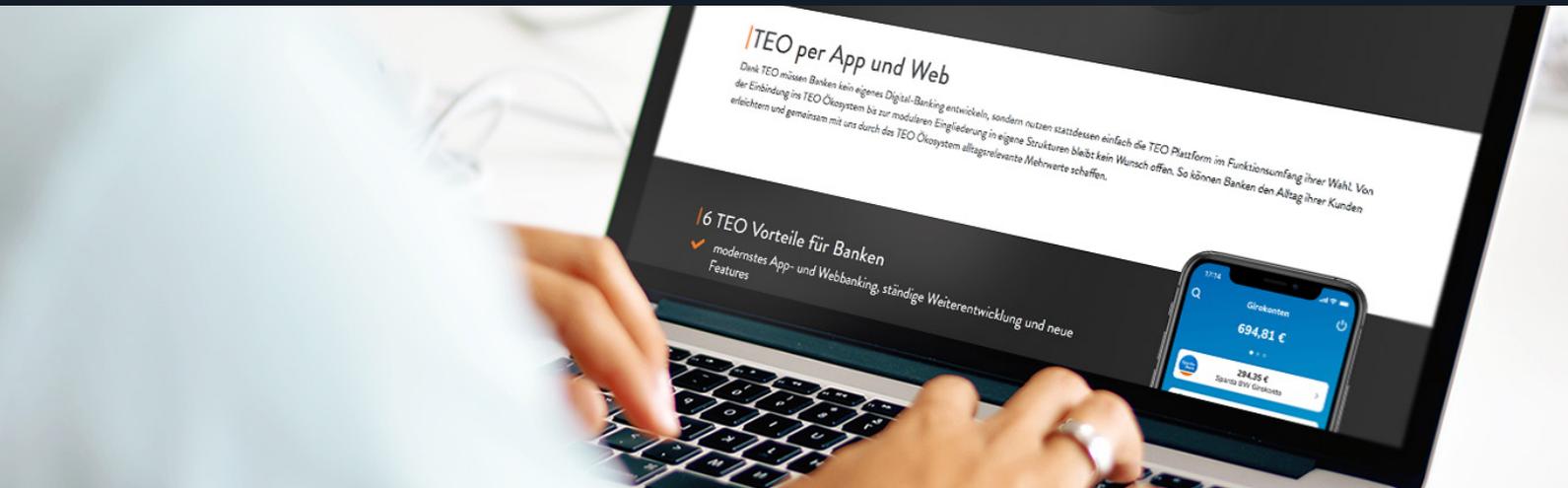
Die sechs Partnerbanken können ihre eigenen Inhalte in die App einstellen. Benutzer mit Konten von nicht teilnehmenden Banken sehen ausschließlich den Content von TEO. Da TEO eine große Kundengruppe anspricht, wird diese personalisierbare, digitale Contentfläche ein wesentlicher Anreiz zur Anmeldung weiterer Banken sein.

Die Komplexität und das rasante Wachstum des COMECO-Geschäftsmodells stellen erhebliche Anforderungen an die Digital Experience Platform, die diese unterstützt. „In erster Linie muss das System in der Lage sein, ein komplexes Rollen- und Rechtekonzept abzubilden. Die COMECO, die Banken und die Commerce-Partner sollen ihren Content an die relevanten TEO-

## Beste Finanz-App Award

In der April-Ausgabe des Wirtschaftsmagazins „Capital“ wurde ausgewertet, welche Finanzapps in Deutschland am besten abgeschnitten haben. Dabei wurden 30 Apps in drei verschiedenen Kategorien unter die Lupe genommen und TEO erreichte mit 4 von 5 Sternen (70 von 100 Punkten) einen Spitzenplatz unter den unabhängigen Banking-Apps.





Nutzer ausspielen können“, sagt Björn Biedermann, Head of Marketing & Sales, COMECO. „Banken arbeiten mit bestimmten Geschäftsregeln. So dürfen diese niemals den Inhalt eines anderen Instituts einsehen, da sich die Daten in dessen Eigentum befinden. Das System muss dies gewährleisten.“

## Acht Monate vom Konzept bis zur Markteinführung nativer iPhone- und Android-Apps

COMECO und der Technologiepartner rocket-media haben sich drei DXPs im Detail angesehen und sich für die eZ Plattform von Ibexa entschieden. „Ibexa“, so Biedermann, „trägt mit einer integrierten Recommendation Engine und dem optionalen E-Commerce-Modul zu unserer Vision bei.“

Die DXP von Ibexa brachte schnell Vorteile. Es dauerte weniger als acht Monate von der Entwurfsphase bis zur Einführung der nativen Apps für Android und iPhone sowie eines Webportals. Die Ibexa DXP ermöglicht zudem einen Headless-Ansatz, bei dem sowohl das Frontend der Apps als auch das Webportal die Inhalte über definierte APIs beziehen.

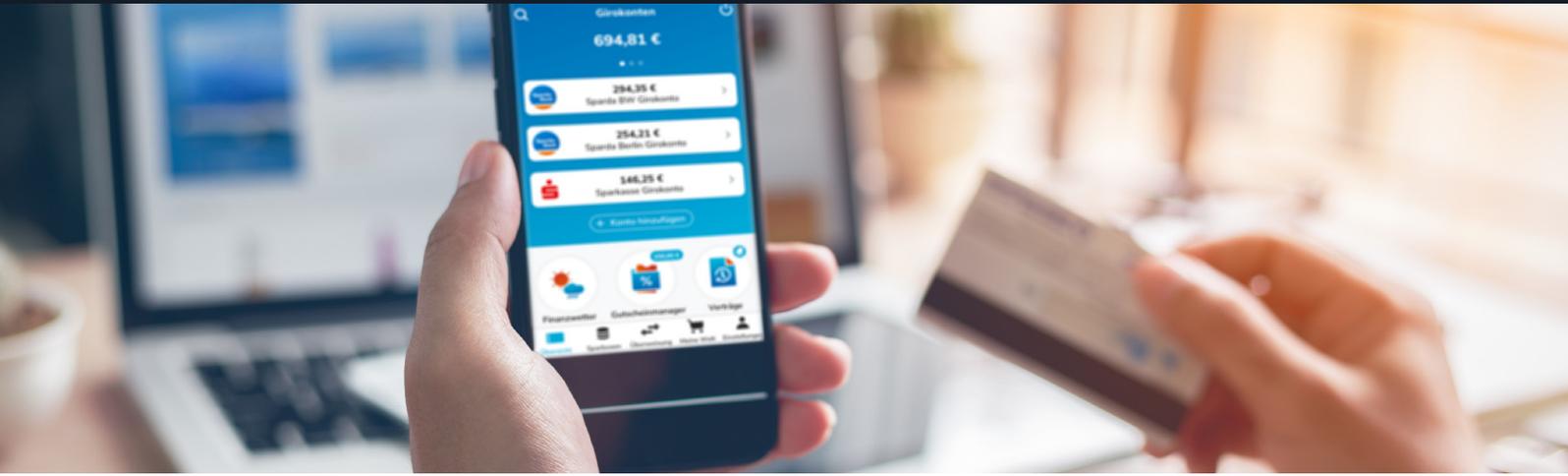
„Technologisch sind wir durch eZ Plattform in einer einzigartigen Position“, sagt Oliver Putz, externer IT-Berater der COMECO. „Keine einzige deutsche Bank betreibt derzeit ein System, das gleichzeitig Inhalte in ihrer Banking-App und der Webanwendung veröffentlichen kann“, so Putz weiter.

Aus seiner Perspektive war die Skalierbarkeit entscheidend. „Wir sind auf dem guten Weg mehrere Hunderttausend Nutzer bis Ende 2020 zu gewinnen“, führt er fort, „und bislang hat Ibexa mit unserem ehrgeizigen Ziel mehr als Schritt gehalten.“ Arbeitsabläufe und Berechtigungen sind wasserdicht, ebenso wie die Sicherheit der Plattform - zwei wesentliche Voraussetzungen für COMECO.

Ein weiterer Vorteil der Plattform ist die Flexibilität, sowie die Einfachheit der Bedienung und der intuitive Umgang mit den Inhalten. Dies spielt sowohl eine entscheidende Rolle für die Redakteure aus dem COMECO-Team, als auch für die der Partnerbanken und externen Agenturen. Für diese mussten die feingranularen Berechtigungen und sichere Workflows zur Kontrolle und Qualitätssicherung implementiert werden.



Wir sind auf dem guten Weg mehrere Hunderttausend Nutzer bis Ende 2020 zu gewinnen.



## Personalisierung: Kunden konsumieren Inhalte, die sich nach ihren Interessen richten

Die Bearbeitung und Personalisierung von Inhalten ist entscheidend für den Erfolg der TEO-App. Beides wird zunehmend komplexer, da sich immer mehr Banken und E-Commerce-Unternehmen zusammenschließen und entsprechende Inhalte benötigen, um die unterschiedlichen Zielmärkte anzusprechen. „Die App hat einen weiten Nutzerkreis und erhebt dennoch den Anspruch, jedem Anwender einen individuellen Nutzen zu bieten“, so Biedermann. „Der Platz ist jedoch begrenzt: Nur sechs Stories können momentan auf dem Startbildschirm der App angeboten werden (jede davon enthält einen weiterführenden Link). Das bedeutet, dass die Relevanz dieser Beiträge für den Nutzer für uns entscheidend ist.“

eZ Plattform unterstützt Personalisierung. Zunächst explizit durch Filterung der Inhalte nach den Interessensgebieten, die während des Onboarding-Prozesses angegeben wurden (es gibt 11 verschiedene Finanz- und Lifestyle-Kategorien). Des Weiteren hat das Unternehmen kürzlich die implizite Personalisierung über die Recommendation Engine von Ibexa eingeführt, die das Besucherverhalten anonym und unabhängig von Interessensbereichen aufzeichnet und die Verbesserung der Relevanzberechnung für jeden einzelnen User ermöglicht.

Biedermann will das volle Potenzial der Recommendation Engine ausschöpfen, „und damit experimentieren.“ Auf Basis dieser Daten können die Inhalte in zielgerichteten Personalisierungsszenarien eingesetzt werden. So können dem Nutzer beispielsweise Stories empfohlen werden, mit denen andere Anwender mit ähnlichem Verhalten besonders häufig interagiert haben. Andernfalls werden Inhalte und Inhaltstypen, mit denen der Benutzer nicht mehrfach interagiert hat, herabgestuft.

In Bezug auf das Geschäftsmodell ist COMECO bereit, sich auf das Marktplatz-Element der App zu konzentrieren. Einer der ersten E-Commerce-Partner von COMECO ist ein großer französischer Sporthändler. „Sie übermitteln ihre Produkte mit einer API an unsere Plattform“, erklärt Biedermann, „damit die Kunden Sonderangebote als Teil ihrer TEO-Erfahrung sehen können. Sie können einen Kauf über unsere App tätigen - werden aber zum Abschluss in den Onlineshop des Händlers weitergeleitet. Fürs Erste. Wir werden untersuchen, welche Vorteile eine integrierte Plattform insbesondere für den Marketing- und Verkaufsprozess bieten kann.“

Die Filterung und Personalisierung von Stories sind wirkungsvoll - die Recommendation Engine war einer der Gründe, warum COMECO die Ibexa DXP zwei anderen Bewerbern vorgezogen hat.





## Erweiterung der Dienstleistungen für Partner der Bank steigert die Attraktivität der App

„Die Plattform von Ibexa wurde implementiert, um im ersten Schritt personalisierte Story-Inhalte zu verwalten und zu liefern“, erklärt Peter Passeck, CEO von rocket-media, dem Technologiepartner von COMECO. „Wir haben das Projekt mit den Basiswerkzeugen von eZ Platform begonnen, wissen aber, dass die Plattform noch viel mehr zu bieten hat. Nach und nach nutzen wir weitere Features und erhöhen so Stück für Stück den Mehrwert für unseren Kunden. So wurde zur Bearbeitung der Marketing-Auftritte [www.goteo.de](http://www.goteo.de) und [www.comeco.com](http://www.comeco.com) jüngst der PageBuilder integriert, mit dem eine Drag-and-Drop-Bearbeitung der Content-Seiten möglich ist.“

Auch die Dienstleistungen für Banken wurden erweitert. Mit dem Form Generator der eZ Platform ist jede Bank in der Lage, ihre individuellen Serviceprozesse innerhalb der TEO-App zu steuern, so dass diese aus der App heraus initiiert werden können. All das steigert die Attraktivität des Services.

Peter Passeck begrüßt die Entscheidung von Ibexa, die neue Version der DXP auf der neuen Version von Symfony zu aktualisieren. „Ich halte dies für eine gute Idee für die gesamte Plattform, da gemeinsame Update-Zyklen die langfristig unterstützten Versionen von beiden synchron halten“, erläutert er.

Abschließend hebt Oliver Putz noch einmal die unverzichtbaren Anforderungen von COMECO hervor. „Banken wollen ihren Inhalt zur richtigen Zeit für die richtige Person zur Verfügung stellen. Wenn dies nicht möglich ist, ist das problematisch.“ Er ergänzt: „Und durch Ibexa hat das System dieses Problem nicht. Fantastisch!“

Die Skalierbarkeit war ein wichtiger Aspekt. Mit dem schnell wachsendem Kundenstamm von TEO kann COMECO es sich nicht leisten, dass ein fragiles System die Dynamik stört. Ibexa ist grundsolide. „Ich habe das Gefühl, dass wir die richtige Wahl getroffen haben“, sagt Björn Biedermann, Head of Marketing & Sales bei COMECO.

# COMECO

COMECO GmbH & Co KG  
Rotebühlplatz 8  
70173 Stuttgart

[www.comeco.com](http://www.comeco.com)

# rocket-media

rocket-media GmbH & Co KG  
Luitpoldstraße 8  
91550 Dinkelsbühl

[www.rocket-media.de](http://www.rocket-media.de)

rocket-media ist IT-Dienstleister für die digitale Transformation in Süddeutschland mit den Schwerpunkten digitale Kommunikation, Internetlösungen (Unternehmenswebseiten, B2B-Portale, E-Commerce) und individuelle Unternehmenssoftware.

Das inhabergeführte Unternehmen wurde im Jahr 2000 gegründet und bietet seinen Kunden umfassende Dienstleistungen in den Bereichen Beratung, Konzeption, Usability Engineering, Implementierung und Online-Marketing.