

Whitepaper

Digitale Souveränität in der Kundenkommunikation



KUNDIALOG OHNE KOMPROMISSE

sikom.cx

Digitale Souveränität in der Kundenkommunikation

Warum Entscheidungsfreiheit zum Erfolgsfaktor im Kundenservice wird

Geopolitische Unsicherheiten, steigende Kundenerwartungen und wachsende regulatorische Anforderungen verändern die Rahmenbedingungen im Kundenservice spürbar. Für viele Organisationen stellt sich dabei eine zentrale Frage: Wie lässt sich moderne, effiziente Kundenkommunikation gestalten, ohne dabei die Kontrolle über Prozesse, Kosten und Daten zu verlieren?

In diesem Zusammenhang gewinnt der Begriff der digitalen Souveränität stark an Bedeutung. Was zunächst nach einem abstrakten IT-Thema klingt, hat in der Praxis unmittelbare Auswirkungen auf den Arbeitsalltag im Kundenservice – von der Steuerbarkeit der Kanäle über die Anpassungsfähigkeit von Prozessen bis hin zur langfristigen Planbarkeit von Kosten und Ressourcen.

Was bedeutet digitale Souveränität – und warum betrifft sie den Kundenservice?

Digitale Souveränität beschreibt die Fähigkeit einer Organisation, digitale Systeme und Services selbstbestimmt, sicher und unabhängig zu gestalten und zu betreiben – ohne in kritische Abhängigkeiten von einzelnen Anbietern oder externen Rahmenbedingungen zu geraten.

Für den Kundenservice bedeutet das vor allem eines: Entscheidungen über Prozesse, Kanäle, Automatisierung und Betrieb dürfen nicht durch technische oder vertragliche Zwänge eingeschränkt werden.

Digitale Souveränität umfasst dabei mehrere Dimensionen:

- Rechtliche Souveränität (z. B. Datenschutz, Aufsicht, Nachvollziehbarkeit)
- Technologische Souveränität (Wahlfreiheit bei Plattformen und Integrationen)
- Operative Souveränität (Steuerbarkeit im laufenden Betrieb)
- Wechselfähigkeit (Anbieter oder Betriebsmodelle wechseln können)

Gerade für Kundenservice-Organisationen in regulierten Branchen – etwa Versicherungen, Finanzdienstleister, Energieversorger oder den öffentlichen Sektor – wird diese Entscheidungsfreiheit zunehmend zum strategischen Erfolgsfaktor.

These 1: Digitale Souveränität beginnt mit Wahlfreiheit – auch im Kundenservice

Viele Unternehmen setzen heute auf cloudbasierte Kundenservicelösungen, häufig von internationalen Anbietern. Diese Modelle bieten Skalierbarkeit und Geschwindigkeit, bringen jedoch auch neue Abhängigkeiten mit sich: etwa durch langfristige Vertragsbindungen, eingeschränkte Anpassungsmöglichkeiten oder steigende Kosten bei wachsender Nutzung.

Für Serviceverantwortliche zeigt sich ein „Vendor-Lock-in“ häufig weniger in technischen Grenzen als in eingeschränkten Entscheidungs- und Gestaltungsspielräumen im Alltag.

- Anpassungen an Prozesse dauern länger als geplant
- neue Kanäle oder Automatisierungen sind nur eingeschränkt möglich
- Kostenentwicklungen lassen sich schwer prognostizieren

Digitale Souveränität bedeutet hier, Wahlfreiheit zu behalten: Kundenservice-Lösungen sollten unabhängig davon funktionieren, ob sie in der Cloud, hybrid oder im eigenen Rechenzentrum betrieben werden – und diese Entscheidung sollte sich bei Bedarf ändern lassen, ohne dass Prozesse neu aufgebaut werden müssen.

Denn: **„Nur wer die Wahl hat, bleibt langfristig handlungsfähig.“**

These 2: Digitale Souveränität entscheidet darüber, ob Kundenservice auch in geopolitischen Krisen handlungsfähig bleibt

Geopolitische Entwicklungen, Handelskonflikte oder regulatorische Entscheidungen einzelner Staaten können unmittelbare Auswirkungen auf den Betrieb digitaler Kundenservicelösungen haben - insbesondere dann, wenn zentrale Systeme oder Daten von Anbietern außerhalb Europas betrieben werden.

Für Kundenservice-Organisationen entstehen daraus Risiken, die im Alltag oft unterschätzt werden: eingeschränkter Datenzugriff, veränderte Nutzungsbedingungen oder Abhängigkeiten von Entscheidungen, die außerhalb des eigenen Einflussbereichs liegen.

Digitale Souveränität bedeutet in diesem Zusammenhang, den Betrieb der Kundenkommunikation so zu gestalten, dass er auch unter veränderten geopolitischen Rahmenbedingungen kontrollierbar bleibt. Entscheidend ist dabei nicht allein die Technik, sondern die bewusste Betriebsentscheidung: Wer Wahlfreiheit beim Hosting und klare Betreiberhoheit besitzt, reduziert strategische Risiken deutlich.

Ein hoher Grad digitaler Souveränität sorgt dafür, dass Kundenservice-Organisationen auch in politisch oder wirtschaftlich unsicheren Zeiten handlungsfähig bleiben – ohne kurzfristige Abhängigkeiten oder erzwungene Strukturänderungen.

Denn: „Wer die Kontrolle über den Betrieb hat, bleibt auch in geopolitisch unsicheren Zeiten entscheidungsfähig.“

These 3: Operative Souveränität entsteht durch Transparenz, Rückholbarkeit und Compliance

Regulatorische Anforderungen wie DSGVO oder DORA verlangen von Unternehmen, ausgelagerte IT-Systeme jederzeit nachvollziehen, bewerten und – wenn nötig – zurückführen zu können. Für Kundenservice-Organisationen sind diese Vorgaben weniger eine juristische Pflicht als vielmehr eine operative Absicherung.

Transparente Prozesse, dokumentierte Abläufe und klar definierte Verantwortlichkeiten sorgen dafür, dass:

- Serviceprozesse kontrollierbar bleiben
- Risiken frühzeitig erkannt werden
- externe Abhängigkeiten nicht zur Blackbox werden

Eine souveräne Kundenservicelösung unterstützt diese Anforderungen, indem sie vollständig dokumentiert, auditierbar und bei Bedarf auch im eigenen Betrieb einsetzbar ist. Das erleichtert nicht nur die Einhaltung von Vorgaben, sondern stärkt auch das Vertrauen von Kunden und Aufsichtsbehörden.

Denn: **„Compliance darf kein Nachteil sein – machen Sie sie zum Wettbewerbsvorteil.“**

These 4: Offene Plattformarchitekturen stärken die Zukunftsfähigkeit

Kundenservice entwickelt sich kontinuierlich weiter: neue Kanäle, neue Automatisierungsansätze, neue Erwartungen. Proprietäre Plattformen mit geschlossenen Ökosystemen können diese Entwicklung bremsen, da sie Integration, Erweiterung und Innovation erschweren.

Eine offene Plattformarchitektur bietet dagegen klare Vorteile:

- einfache Anbindung von CRM-, ERP- oder Archivsystemen
- flexible Integration von KI-, Analyse- oder Automatisierungsmodulen
- Best-of-Breed-Ansätze statt technologischer Abhängigkeit

Für Serviceverantwortliche bedeutet das: Die Kundenkommunikation kann Schritt für Schritt weiterentwickelt werden, ohne bestehende Strukturen zu gefährden oder komplett neu aufzusetzen.

Denn: „**Souverän ist, wer seine Plattform selbst gestalten kann.**“

These 5: Kostenkontrolle ist Teil digitaler Souveränität

Steigende Cloud-Kosten, unvorhersehbare Lizenzmodelle oder kostenintensive Migrationen erschweren die langfristige Planung im Kundenservice. Gleichzeitig tragen Serviceorganisationen zunehmend Mitverantwortung für Wirtschaftlichkeit und Effizienz.

Digitale Souveränität schafft hier Transparenz:

- klare, planbare Kostenstrukturen
- Vergleichbarkeit unterschiedlicher Betriebsmodelle
- Vermeidung teurer Abhängigkeiten

Wer die Kontrolle über Betrieb und Skalierung behält, kann Kosten aktiv steuern – statt nur auf Rechnungen zu reagieren.

Denn: „**Wirtschaftlichkeit beginnt mit Entscheidungsfreiheit**“

Fazit: Digitale Souveränität macht den Kundenservice handlungsfähig

Digitale Souveränität ist kein Selbstzweck und kein reines IT-Thema. Sie ist eine strategische Voraussetzung für stabilen, flexiblen und zukunftsfähigen Kundenservice.

Organisationen, die ihre Kundenkommunikation souverän gestalten, profitieren von:

- größerer Entscheidungsfreiheit
- besserer Krisenfestigkeit
- planbaren Kosten
- höherer Anpassungsfähigkeit an neue Anforderungen

Eine gute Lösung vereint all dies. Damit wird digitale Souveränität zu einem echten Erfolgsfaktor im Kundenservice – nicht als technisches Ideal, sondern als Grundlage für Qualität, Verlässlichkeit und nachhaltige Weiterentwicklung.

ANSPRECHPARTNER



Natascha Hoffmeister
Geschäftsführerin
n.hoffmeister@sikom.de

Sie leitet die Sikom Software GmbH seit 2018 als Geschäftsführerin in zweiter Generation.

In dieser Funktion verantwortet sie die Bereiche Strategie, Finanzen, HR, Projektmanagement und Vertrieb.

Davor war sie viele Jahre in leitenden Funktionen bei einer der führenden deutschen Firmenkundenbanken.



Thomas Köppen
Geschäftsführer
t.koepen@sikom.de

Er verbindet als Geschäftsführer der Sikom die technischen Innovationen mit geschäftlichem Mehrwert.

Seine Rolle umfasst die enge Zusammenarbeit mit Kunden, Partnern und internen Teams, um den Kundenerfolg zu sichern und die strategische Einführung von Technologien wie Containerisierung und Automatisierung voranzutreiben.

SIKOMMUNIKATION



Unsere Standorte

Zentrale
Sikom Software GmbH
Tullastraße 4
69126 Heidelberg

☎ +49 6221 / 13788-0

🌐 sikom.cx

Entwicklungscampus
Sikom Software GmbH
Herschelstraße 27
08060 Zwickau

