



Optimale Kundenansprache

Unsere starken Marketinginitiativen
für Ihren Vertriebs Erfolg

SKP 

Energie-Spar-Initiative
2025



Ein kräftiger Schub für Ihren Wohnkomfort.

Auf einen Blick

Interesse an einem bestimmten Thema?
Einfach anklicken! 

Vertriebsunterstützende Maßnahmen	
Einleitung	4
Maßnahmenplanung Dialog 2025	5
ESI-Full-Service-Paket	6
Full-Service-Paket für Sparkassen	
Printmailing	7
Beileger DIN lang	8
PoS Content Spots, KAD- und GAA-Animation, DOOH	9
SKP-Selektionsempfehlung	10





ESI: Das "Daheim"-Markterschließungsprogramm der SKP

Immer mehr Wohneigentümer möchten die eigene Immobilie modernisieren. Dabei haben sie unterschiedliche Bedürfnisse: energetische Optimierung, Verbesserung des Wohnkomforts, Werterhalt der Immobilie, Absicherung der Familie oder Investitionen fürs Alter.

Sparkassen, die ESI nutzen, bieten mehr als punktuelle Beratung – sie öffnen die Tür zu einer vertrauensvollen, langfristigen Kundenbeziehung.

Genau hier wirkt ESI – mit einem Ansatz, der nicht auf ein Produkt zielt, sondern auf die Lebensrealität der Kunden.

Die Initiative unterstützt die Sparkassen-Finanzgruppe dabei, mit Wohneigentümern in den Dialog zu treten.



Die Themen und Botschaften

Jährlich werden innerhalb der ESI verschiedene Wohnkomfortthemen behandelt.

Modernisierung – Energieeffizienz und Komfort gerecht werden.

Wärmepumpe – Integration von innovativen Technologien reduziert den Energieverbrauch.

Förderprogramme – Finanzieller Anreiz, um den Wohnkomfort voranzutreiben.

Finanzielle Möglichkeiten – Bestmögliche Lösung für die individuellen Kundenbedürfnisse finden.



Weitere Details zu ESI finden Sie hier:
<https://www.skplab.de/kompakt/esi/>

Wählen Sie Ihre Maßnahmen – wir unterstützen Sie bei der Umsetzung!



SKP Maßnahmenplanung Dialog 2025

Monat	Januar	Februar	März	April	Mai	Juni*	Juli	August	September*	Oktober	November	Dezember*
S-PK-Themen	"Unvorhergesehenes"		"Lifestyle & Mobilität"			"Persönliche Bedürfnisse"			"Update für Zuhause"			"Weihnachten & Jahresauftakt"
PAL	24.01.25	21.02.25	21.03.25	17.04.25	23.05.25	20.06.25	18.07.25	22.08.25	19.09.25	24.10.25	21.11.25	29.12.25
Bestellzeitraum												
von	05.12.24	16.01.25	11.02.25	12.03.25	11.04.25	06.05.25	11.06.25	16.07.25	13.08.25	17.09.25	16.10.25	11.11.25
bis	19.12.24	30.01.25	25.02.25	26.03.25	29.04.25	20.05.25	26.06.25	30.07.25	27.08.25	01.10.25	30.10.25	25.11.25
Mailings: Geplante Versandmengen (bitte auf Monate verteilen)												
Online AutKA/KaDau												
ESI												
SAK	SAK						SAK					
FlexiGeld	FlexiGeld - Jahresstart					FlexiGeld 2025						
ESI	ESI											
Anlass- & Bestands-kommunikation	SKP Dialog Automat PAL (letzter Arbeitstag des Monats) Datenvorlage beim DSV bis 13. des Monats & Freigabe der Bestellung bis 20. des Monats											
	SKP ExtraGeld-Mailing PAL im letzten Drittel des Monats Verarbeitung direkt über SKP & Beauftragung einmalig durch die Sparkasse											

* SKP-Marktpuls-Mailing (MiM)

** Fokusmonate Kreditgeschäft

*** Es wird individuelle Monatsthemen geben

Wählen Sie Ihre Maßnahmen – wir unterstützen Sie bei der Umsetzung!



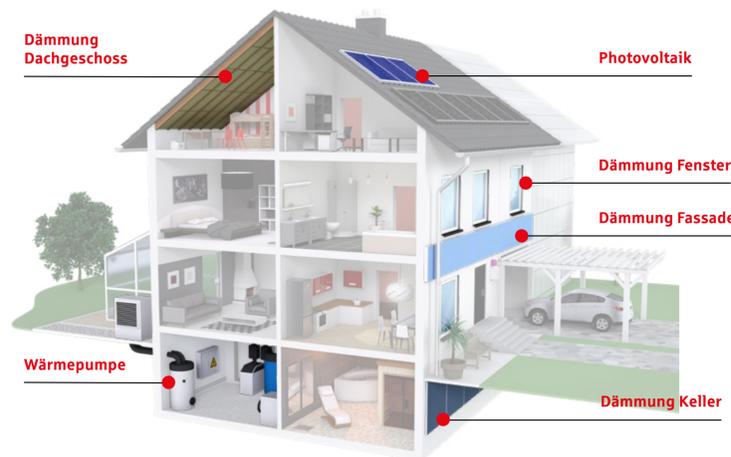
Mit der Sparkasse in eine moderne Zukunft

Um eine breite Zielgruppe zur Optimierung des Wohnkomforts anzusprechen, empfehlen wir den regelmäßigen Versand von Mailings. Das maximiert die Kontaktpunkte. Im zweiten Schritt rufen erfahrene Telefonagents die angesprochenen Kundinnen und Kunden an und verstärken das Mailing, indem sie den konkreten Kundenbedarf ermitteln und Termine mit Sparkassenberatern vereinbaren.

So soll für Kundinnen und Kunden ein Anreiz geschaffen werden, sich in der Filiale rund um die Themen Wohnkomfort und Maßnahmen zur Senkung der Energiekosten beraten zu lassen. Das übergeordnete Ziel besteht darin, interessierte Kundinnen und Kunden ins Gespräch mit fachkundigen Sparkassenberatern zu bringen. Bei ESI steht nicht nur der Hauseigentümer,

sondern auch das Haus im Fokus. Die Kundinnen und Kunden erhalten ganzheitliche Lösungen und individuelle Perspektiven, die sowohl die Energiekosten senken als auch den Wert und die Wohnlichkeit der Immobilie steigern.

Um sicherzustellen, dass unsere Beraterinnen und Berater in Kundengesprächen über das nötige Fachwissen verfügen, sorgen wir für ihre umfassende fachliche, vertriebliche und technische Qualifizierung. Das trägt zu einer hohen Beratungsqualität bei. Dies ermöglicht es unseren Kundinnen und Kunden, aktiv am Optimierungsprozess teilzunehmen und sich an der Planung zu beteiligen.



Begleitende Maßnahmen für Ihre Marketingplanung

➕ Mailing

A4-Anschreiben mit Beileger DIN lang (quer)

➕ Für die Geschäftsstellen

PoS-Content-Spots, KAD- und GAA-Animationen und DOOH

Full-Service-Paket für Sparkassen:

- Zielgerichtete, kombinierte Mailing- und Telefonkampagnen
- Handlungssicherheit für Ihre Beraterinnen und Berater:
 - Wir qualifizieren Ihre Beraterinnen und Berater fachlich und vertrieblich, damit sie die Kundinnen und Kunden umfassend informieren und die passenden Optimierungsmaßnahmen empfehlen können.
 - Als digitale Beratungs- und Serviceplattform für Ihre Beraterinnen und Berater stellen wir Ihnen einen umfangreichen Baukasten zur Verfügung. Er beinhaltet u.a. die digitale Anzeige des eigenen Hauses, die umfangreichste Fördermitteldatenbank im DACH-Raum, einen Antragservice für Förderprogramme, eine Energieberatersuche und (ganz neu) das Wissensportal Wärmepumpe, eine umfassende Wissenssammlung, die alle Fragen rund um die Wärmepumpe beantwortet. Mit dem zusätzlichen Wärmepumpencheck kann man prüfen, ob und unter welchen Bedingungen das eigene Haus für die Beheizung mit einer Wärmepumpe geeignet ist.

Werden Sie mit ESI zum Profi für die Beratung von Hauseigentümern.



Personalisiertes Anschreiben



Beileger DIN lang

Mailing und Landingpage

Die Sparkasse erweitert ihr Beratungsangebot um die Themen Wohnkomfortoptimierung und Maßnahmen zur Senkung der Energiekosten sowie Förderservices, indem sie ihre Kundinnen und Kunden über zeitgemäße, maßgeschneiderte Lösungen informiert.

Gemeinsam streben wir eine nachhaltige und umweltbewusste Zukunft an. Monat für Monat optimieren wir die Kommunikation unserer Kampagnen, entwickeln innovative Ansätze und streben danach, die Resonanz zu erhöhen.

Innerhalb der Initiative werden verschiedene Themen behandelt, die im Verlauf des Jahres in den Fokus rücken. Die Inhalte werden speziell auf die jeweiligen Themen zugeschnitten und durch die kombinierte Mailing- und Telefonkampagne nachhaltig platziert.

Der Beileger DIN lang informiert grundlegend über Möglichkeiten, den Wohnkomfort zu erhöhen, um das Interesse der Kundinnen und Kunden zu intensivieren. Zudem besteht die Möglichkeit im Anschreiben, über einen QR-Code oder einen Shortlink auf die Wohnkomfort-Landingpage (Teil der Sparkassen-Internet-Filiale) zuzugreifen, um weitere Details einzusehen und selbstständig einen Termin zu vereinbaren.

Wählen Sie Ihre Maßnahmen – wir unterstützen Sie bei der Umsetzung!



Printmailing

Ein kräftiger Schub für Ihren Wohnkomfort.

Ziel

Vereinbarung von Beratungsgesprächen

Bestellfrist und Postauflieferung

Januar 2025 (beispielhaft)

PAL 24.01.2025

Bestellstart 05.12.2024

Bestellende 19.12.2024

Bestandteile

1 Blatt A4, 1-seitig bedruckt, Versandhülle

Besonderheiten

+ Kompakte Ansprache im musterhaften Anschreiben mit hoher Aufmerksamkeit

+ Integrierter QR-Code und Shortlink zur Wohnkomfort-Landingpage mit weiteren Informationen und „Call-to-Action-Button“ zur Terminvereinbarung



Einstieg mit Angebotspromotion

Individueller QR-Code führt zu den persönlichen Inhalten

Beispiel eines Bedarfsfalls

Prominente Darstellung der Produktvorteile durch Bulletpoints

Klare Handlungsaufforderung

Hervorhebung der Responsekanäle durch Faltungen

Prominente Abbildung des Klimasiegels im originalen Design kreiert einen Wiedererkennungswert und steht für nachhaltige Produktion und klimaneutralen Versand



Beileger DIN lang

Ein kräftiger Schub für Ihren Wohnkomfort.

Ziel

Interesse bei Kundinnen und Kunden intensivieren

Bestellfrist und Postauflieferung

Januar 2025 (beispielhaft)

PAL	24.01.2025
Bestellstart	05.12.2024
Bestellende	19.12.2024

Bestandteile

Beileger DIN lang

Besonderheiten

- ⊕ Kompaktes Format transportiert aufmerksamkeitsstark die Imagekampagne
- ⊕ Übersichtliche Promotion der Aktionsinhalte „auf einen Blick“
- ⊕ Abfrage des Informationsbedarfs inkl. Einverständniserklärung



Aktivierende Kundenansprache und direkte Handlungsaufforderung

Prominente Platzierung der Imagekampagne schafft Emotionalität



Thematisierung der Einsparungsmöglichkeiten

Vorteile

Bildliche Übersicht der Optionen zur Wohnkomfortoptimierung

PoS-Content-Spot



KAD- und GAA-Animation



DOOH



PoS Content Spots

Ein kräftiger Schub für Ihren Wohnkomfort.

Digitaler Dialog – mit den PoS Content Finanzthemen umfassend erlebbar machen: Informieren Sie sich im DSV-Portal in der Content-Gallery und setzen Sie die neuen PoS-Content-Spots passend zur „Energie-Spar-Initiative 2025“ ein.

Januar – Dezember

24.01.2025 – 31.12.2025

Kontoauszugsdrucker- & Geldautomaten-Animationen sowie Digital out of Home

Ein kräftiger Schub für Ihren Wohnkomfort.

Digitaler Dialog – mit den SB-Geräten machen Sie Finanzprodukte im Servicebereich erlebbar: Informieren Sie sich im Kommunikationswelt-Content und setzen Sie die neuen ESI-Animationen passend zur „Energie-Spar-Initiative 2025“ ein.

Januar – Dezember

24.01.2025 – 31.12.2025



Damit Sie mit den Sparkassen-Produkten zur Energie-Spar-Initiative eine große Zielgruppe erreichen, empfehlen wir die Multikanalansprache zur Maximierung Ihrer Kontaktpunkte. Für eine möglichst große Reichweite empfiehlt es sich, eine breite Zielgruppendefinition für das Sammelmailing zu bilden und anschließend bei der vertrieblichen Kundenansprache die affinsten Kundinnen und Kunden in Teilzielgruppen zu gliedern.

Starten Sie den MAZ und erfassen Sie im Reiter „Selektion“ bitte eine Selektion über den Datenbereich „Verbund“. Geben Sie einen Namen für die Selektion ein. Sofern Sie Ausschlüsse bereits über das SDA-Frontend angewendet haben, müssen Sie diese nicht erneut im MAZ abfragen.

Wichtiger Hinweis
Bitte schließen Sie keine Kundinnen und Kunden mit (hohen) Passiv-Volumina und/oder Wertpapier-Depots aus.

Merkmal	Operator	Wert
Alter	größer gleich	18
Alter	kleiner gleich	keine Beschränkung
Verstorben	gleich	Nein
Personenart	in Liste	natürl. wirtschaftl. unselbständ. Person, Gemeinschaftspersonen
	in Liste	wirtschaftlich selbstständige Person
Führende Bonität DSGVO	nicht in Liste	16, 17, 18
KMM-Sperre	gleich	Nein
Personen-Sperre	gleich	Nein
Negative Schufa	gleich	Nein
Wohnsitz	in Liste	Deutschland
Analyse der Daten zur Person	in Liste	Ja, undefiniert
Einverständnis telefonische Kontaktaufnahme**	gleich	Ja, undefiniert

*Hinweis: Verwenden Sie Ihren individuellen Einkommensbegriff: qualifiziertes Haushaltsnettoeinkommen.

**Bitte keinen Ausschluss für das Mailing, sondern nur für die Nachttelefonie generieren.

Zielgruppenselektion zur vertrieblichen Kundenansprache

→ Aktivansprache auf Zielprodukt

(individuelle Abstimmung mit Ihrem SKP-Ansprechpartner)

Bei der Vertriebsselektion nutzen Sie bitte die in der Marketingselektion genannten Merkmale und ergänzen diese um die Möglichkeiten zur Identifikation von Immobilienbesitzern.

Möglichkeiten zur Identifikation von Immobilienbesitzern:

- Selektion Grundsteuer: ZV-Analyse in OSPlus mit Umsatzkategorie 3.1.3 Grundsteuer (Hinweis: In einigen Landkreisen wird die Grundsteuer gemeinsam mit anderen Abbuchungen durchgeführt, hier sind ggf. alternative Selektionen möglich – Absprache mit SKP-Fachspezialisten) Selektion kann mit dem MAZ über UKAT_ZSB3 = 313 ebenfalls erfolgen
- Kundinnen und Kunden mit ehemaliger oder aktiver Wohnbaufinanzierung der Sparkasse, eines Wettbewerbers oder der LBS

Es gibt folgende Selektionsmöglichkeiten über den MAZ:

- UKAT_ZSB3 = 811 (Darlehensauszahlungen fremder Banken)
- UKAT_ZSB3 = 812 (Darlehensauszahlungen von fremden Bausparkassen)
- UKAT_ZSB3 = 813 (Darlehensauszahlungen von fremden Lebensversicherungen)
- UKAT_ZSB3 = 912 (Geldanlagenauszahlungen von fremden Bausparkassen)
- UKAT_ZSB3 = 111 (Darlehen bei fremden Banken)
- UKAT_ZSB3 = 112 (Darlehen bei fremden Bausparkassen)
- UKAT_ZSB3 = 113 (Darlehen bei fremden Lebensversicherungen)
- UKAT_ZSB3 = 212 (Geldanlagen bei fremden Bausparkassen)

- Ergänzend: Prüfung der Sicherheiten-Datenbank (Vermögensobjekte OSPlus)

Voraussetzung nachhaltige Datenpflege:

- Wohnstatus aus Personendaten: vorgefertigtes Schlüsselverzeichnis FI (Feld Wohnstatus)
- Wohnstatus aus S-Finanzkonzept: zieht sich Feld aus Personendaten (hier Auswahl der Eigentümer)
- Datenabgleich mit externen Daten



Unsere regionalen Fachspezialisten unterstützen Sie gerne bei der Planung Ihrer Marketingmaßnahmen.

Fachspezialisten-Vertriebsprozesse@s-kreditpartner.de

Fachspezialisten-FlexiGeld-Online@s-kreditpartner.de

Zusätzlich steht Ihnen unser Kampagnenmanagement-Team in Berlin zur Verfügung.

kampagnenmanagement@s-kreditpartner.de

Wir sind für Sie da!