



KOMMUNIKATION | Kundenevent

„Umwandeln, umformen, umgestalten“

Wie gelingen Innovationen und was ist das eigentlich? Und welche Rolle spielt die persönliche Beratung bei der Vermittlung von Krediten? Solche Fragen behandelt ein neues Veranstaltungsformat des S-Kreditpartners SKP.

"Transform Sparkasse" heißt das Veranstaltungsformat, das der S-Kreditpartner ins Leben gerufen hat. Transformieren bedeutet „umwandeln, umformen, umgestalten“- derlei Aktivitäten sind die für Sparkassen aktuell sehr wichtig. Entsprechend hatten sich bei der

ersten Veranstaltung dieser Art Ende Januar 680 Teilnehmer virtuell zusammengefunden.

Ab wann ist etwas Neues eine "Innovation"?

Eine neue Idee ist noch lange keine Innovation, erläuterten Frauke Rüther, Leiterin Geschäftsentwicklung bei der SKP, und ihr Kollege Daniel Nowotnik, Leiter Vertriebsorganisation, in einem der Impulsvorträge. Erst wenn die Ideen in neue Produkte, Dienstleistungen oder Verfahren fließen, die sich bewähren, sei die Bezeichnung gerechtfertigt.

Als Beispiel nannte Rüther, den Ratenkredit aus Kontoumsätzen, den die SKP im vergangenen Jahr an den Start brachte. Die SKP sei mit diesem Produkt in der Lage, auf Basis sehr weniger Kundendaten in Sekundenschnelle eine Kreditentscheidung zu treffen.

Prozessualer Meilenstein

Aus SKP-Sicht handele es sich um einen „prozessualen Meilenstein“ für die Optimierung des Kreditgeschäfts der SKP. Ökonomisch gesehen liege das Potenzial des Ratenkredits aus Kontoumsätzen darüber hinaus in der Veredelung, zum Beispiel über die Nachtelefonie.



© S-Kreditpartner

Ab wann werden aus Ideen echte Neuerungen? Darüber informierten Frauke Rüther, Leiterin Geschäftsentwicklung bei der SKP, und ihr Kollege Daniel Nowotnik, Leiter Vertriebsorganisation.

Persönliche Beratung weiter Trumpf

Dass die persönliche Beratung, sowohl in der Filiale als auch am Telefon, mit Abstand die höchste Potenzialausschöpfung bei Einzelkrediten aufweise, erklärten die Leiter des Geschäftsbereichs Verbundgeschäft der SKP, Dietmar Simon und Rainer Terliesner.

Die durchschnittliche Kreditsumme und die Anbindungsquote bei der Restkreditversicherung seien hier bis zu viermal höher als bei Abschlüssen ohne persönliche Beratung, etwa online.

Der persönliche Kontakt sei also weiterhin Trumpf. Simon und Terliesner informierten in diesem Zusammenhang, dass auch der S-Privatkredit Plus, der als Ratenkredit mit fester Kondition für Kunden mit Wohneigentum zur freien Verwendung konzipiert ist, inzwischen fallabschließend am Telefon angeboten werden könne.

Sinkende "Fremdgängerquote"

Welche Rolle das Ratenkreditgeschäft für den Ertrag der Sparkassen spielt und dass die Fremdblösestrategie der SKP funktioniert, erläuterten die SKP-Geschäftsführer Jan Welsch und Heinz-Günter Scheer. Die "Fremdgängerquote" von Kunden bei Partnersparkassen gehe seit einigen Jahren zwar langsam, aber kontinuierlich zurück, von 65 Prozent im Jahr 2015 auf aktuell 62 Prozent im vergangenen Jahr – bei gleichzeitig wachsendem Gesamtmarkt.

In der Corona-Krise habe sich gezeigt, so Scheer, dass das Risikomanagement der SKP funktioniere und die Bewertungsverfahren intakt seien.



© S-Kreditpartner

Das SKP-Risikomanagement habe sich bewährt, erklärte Geschäftsführer Heinz-Günter Scheer.

Vertriebler brauchen Motivationschub

Auch externe Referenten traten mit den Veranstaltungsteilnehmern in den Dialog. Dass die digitalen Beratung im Jahr 2021 um zehn Prozent ansteigen werde, wohingegen die Hälfte der Vertriebsmitarbeiter durch die Digitalisierung des Vertriebs weniger motiviert seien, erläuterte der Berater Nikola Glusac (Bain) in seinem Vortrag. Diesen Konflikt gelte es zu lösen, um weiterhin die Kundenzentriertheit im Fokus zu behalten.

Harter Kampf um Aufmerksamkeit - und Lebenszeit

Und wie hart der Kampf um die Aufmerksamkeit der Kunden ist, beschrieb Constantin Dudzik von der Agentur Scholz & Friends. Die durchschnittliche Aufmerksamkeitsspanne liege bei gerade einmal acht Sekunden. Notwendig sei ein effizientes Marketing, das die Kunden hinsehen lässt.

Auch um die Bereitschaft qualifizierter Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, ihre Lebenszeit für das Unternehmen aufzubringen, müsse heute gekämpft werden, erläutert Beraterin Constanze Buchheim (I-potentials) in ihrem Vortrag. Die Unternehmen müssten die Men-

schen vom Sinn des Arbeitens überzeugen, mit Geld allein sei es nicht mehr getan.



© S-Kreditpartner

Erfolgreich sein im Kampf um Lebenszeit: Beraterin Constanze Buchheim erklärt, worauf es ankommt.

SKP ebnet digitale Wege

Die SKP verdeutlichte mit „Transform Sparkasse“ ihren Anspruch, die digitalen Wege zu stärken, neue Formate auszuprobieren und eine Plattform für Austausch und Dialog zu bieten.

Das spiegelten auch die Eindrücke der Teilnehmer wider, die das kurzweilige Format und die offene Kommunikation in den Fragerunden besonders hervorhoben. Und auch modisch setzte die Veranstaltung Trends: Das extra für die Veranstaltung produzierte T-Shirt mit Aufdruck „Transform Sparkasse“ bestellten im Nachgang mehr als 150 Teilnehmer.

Die Resonanz und das Feedback sind für die SKP Ansporn, um Online-Formate wie „Transform Sparkasse“ weiterzuentwickeln und auch künftig als Alternative zu Präsenzveranstaltungen anzubieten.

Hier ein Zusammenschnitt der Veranstaltung:

Transform Sparkasse. Das Innovationsevent von S...



Laura Schimanski, SKP – 15. März 2021