

Die Digitale Regionalbank

Volksbank am Württemberg macht sich fit für die Zukunft. Vernetztes Angebot aus Vertrieb und Beratung – am Kunden orientiert.

Die Volksbank am Württemberg richtet sich zukunftsfähig aus, bleibt regional und erweitert die digitalen Angebote. „Die Digitale Regionalbank ist unsere Antwort auf die Veränderung der Bankenwelt und Teil der konsequenten Online-Strategie“, erklärt Armin Hornung, der Vorstandsvorsitzende der Volksbank am Württemberg. Sie möchte damit herausragende Kundenerlebnisse schaffen. Es geht aber auch darum, Effizienzgewinne für die Bank zu erzielen, zum Beispiel durch fallabschließende automatisierte Prozesse, in denen der Kunde einen Vorgang, etwa die Kontoeröffnung, direkt selbst abschließt. „Maßgebliches Ziel“, so Armin Hornung, „ist ein vernetztes Angebot aus Vertrieb und Beratung“.

Noch vor wenigen Jahren fanden die Kundenkontakte hauptsächlich an den Serviceeschaltern der Filialen oder in der persönlichen Beratung statt. Kanäle wie das OnlineBanking oder das KundenDialogTeam wurden zwar genutzt, jedoch hauptsächlich zur Informationsvermittlung und für Transaktionen. Die Informationen, die Kunden über diesen Weg der Bank zur Verfügung stellen, werden häufig nicht in den Vertriebskreislauf integriert. Insbesondere Produktabschlüsse werden bis heute eher im stationären Vertrieb getätigt.

Das maßgebliche Ziel der Digitalen Regionalbank ist daher ein vernetztes Angebot aus Vertrieb und Beratung, welches ohne Medienbrüche und über alle Kanäle und Geräte hinweg funktioniert. Hierbei sollen alle Vertriebskanäle, also Berater, KundenDialogTeam, Tablet, Smartphone und PC miteinander verknüpft werden und erweiterbar sein. Für die Volksbank am Württemberg bedeutet dies, dass Regionalzentrum oder Beraterfiliale, KundenDialogTeam, OnlineBanking und BankingApp nicht mehr isoliert nebeneinanderstehen, sondern alle Organisationseinheiten und Zugangswege technisch integriert und miteinander verbunden werden. Das übergeordnete Ziel hierbei: Die Kundenreise soll in Zukunft

einheitlich funktionieren. Damit haben alle Beteiligten zu jedem Zeitpunkt, überall und in jedem Kanal Zugriff auf die Daten. Die Digitale Regionalbank nimmt dabei die Bedürfnisse der Kunden in den Fokus. Dabei gilt es die genossenschaftlichen Werte wie Nähe, Vertrauen und Sicherheit in die digitale Welt zu transformieren.

Der digitale Fortschritt, das zunehmend veränderte Kundenverhalten und der erhöhte Wettbewerbsdruck durch Start-ups oder auch etablierte Technologiekonzerne wie Apple oder Google zwingt die Finanzbranche zum Handeln. Der Kontakt zur Bank findet heute zunehmend digital statt. Die Kundenansprache muss neu ausgerichtet, Kundenbeziehungen müssen neu gedacht, Geschäftsmodelle und Organisationen müssen angepasst werden. „Denn auch an uns“, so Hornung, „gehen Megatrends nicht vorbei – wir müssen uns zwingend damit auseinandersetzen“. Auswirkungen haben sie vor allem auf unseren Filialservice.

„Der demografische Wandel spiegelt sich nicht nur grundsätzlich in der Gesellschaft, sondern auch in unseren Kunden wider“, so Hornung. So ergeben sich unter anderem Fragestellungen zu aktuellen Trends. Denn beispielsweise die Altersgruppe 60 und älter kennt sich mittlerweile sehr gut mit Smartphones und den digitalen Leistungen der Bank aus und nutzt diese auch gerne. Wäre es nicht grandios, wenn die Kunden ihren Berater auch digital erreichen könnten?

Trotzdem soll der Service vor Ort in den großen vier Regionalzentren erhalten bleiben. „Denn die regionale Verwurzelung unserer Bank“, erläutert Armin Hornung, „empfinde ich grundsätzlich als einen sehr wichtigen Aspekt“. Das Vertrauen der Kunden, Vereine und Kommunen im Geschäftsgebiet, verbunden mit dem genossenschaftlichen Gedanken, der hinter unserer Volksbank am Württemberg steckt, bildet schon immer ein Alleinstellungsmerkmal unserer FinanzGruppe. Deshalb engagieren sich auch viele Mitarbeiter in ihrer Freizeit in ortsansässigen Vereinen und Institutionen.



Armin Hornung, Vorstandsvorsitzender der Volksbank am Württemberg.



Der Sitz der Volksbank am Württemberg in Untertürkheim.

Fotos: Volksbank am Württemberg (2)

In diesem Zusammenhang ist der Vort-Service besonders wichtig. Hierdurch wird es dem Kunden beispielsweise ermöglicht, aufkommende Unklarheiten zeitnah mit den Mitarbeitern seines Vertrauens zu klären. „Deswegen bin ich der Meinung, dass diese kurzen Wege und diese schnellen Bedarfslösungsmethoden auch in der Zukunft noch erhalten bleiben müssen“, sagt Hornung. Dennoch sollte man hinterfragen, ob nicht noch Alternativmöglichkeiten existieren, um den Kontakt zu seinem Berater auch schnell und einfach in der Zukunft sicherzustellen.

Für die Generation Z der circa 20- bis 30-jährigen, spielen Technologien und Digitalisierung generell eine sehr große Rolle im Alltag. Ein Smartphone ist da Pflicht und in der Regel ist man exzellent online vernetzt. Meistens sollen Wünsche schnell und vor allem einfach erfüllbar sein, das Internet ist an dieser Stelle das zentrale Medium. Das wird von den jungen Kunden auch oftmals bei Bankdienstleistungen vorausgesetzt.

Aus Erfahrungswerten ist bekannt, dass das Sammeln von Informationen bezüglich möglicher Wünsche in der Regel digital erfolgt. Jedoch wünscht der Großteil dieser

Generation eine finale Beratung zwecks der Finanzierung beim Berater des Vertrauens. Die Online-Geschäftsstelle unterstützt die Volksbank am Württemberg dabei, beides zu verbinden: Je nach Bedarf kann der Kunde auf der digitalen Plattform Kontakt zu seinem Berater aufnehmen. Der Kontakt kommt hierbei schnell, bequem und vor allem unabhängig vom Standort des Kunden

Der demografische Wandel spiegelt sich auch in den Bankkunden wider.

sowie des Beraters zustande. Individuelle Begebenheiten können dadurch bestmöglich berücksichtigt werden und die Beratung findet statt, wo und in welchem Format sich der Kunde wohlfühlt.

Kleinere Wünsche und Bedürfnisse des Kunden sind über den vorhandenen Service und fallabschließende Prozesse direkt und unkompliziert durchführbar. Dadurch beschäftigen diese den Auftraggeber nicht länger als nötig. Auch sonstige Anliegen, die im genossenschaftlichen Gedanken verankert sind, wie die Mitgliedschaft, können direkt über die Online-Geschäftsstelle abgeschlossen und vereinbart werden.

Morgen kann kommen, so lautet der neue Leitspruch der Volksbank am Württemberg. „Für uns trifft das zu – regional und digital“, so Armin Hornung.

red