

ELAXY Success-Story

> KUNDE: Sparkasse Bamberg

> PRODUKT: ELAXY Strategische Finanzplanung

EINE NEUE QUALITÄT DER BERATUNG

Transparente Finanzplanungs-Handouts in der Hand des Kunden – ein viel versprechendes „Marketinginstrument“? Ein Gespräch mit Robert Durmann, Leiter Private Banking der Sparkasse Bamberg.

Mit der Fusion von Stadt- und Kreissparkasse Bamberg wurde im Jahre 2001 auch ein Private-Banking-Bereich ins Leben gerufen. Heute betreuen 14 Mitarbeiter rund 450 Kunden. Als gern genutztes Werkzeug hat sich die ELAXY Finanzplanung auf diesem Wege bewährt und deren neue Möglichkeiten sollen das Wachstum weiter voranbringen.

Herr Durmann, bevor Sie 2001 die Leitung des Private Banking übernahmen, waren Sie lange Jahre im Bereich Personalentwicklung verantwortlich tätig.

Was sprach für diesen Wechsel?

ROBERT DURMANN: Bei unseren strategischen Überlegungen rückte damals ein interessanter Gedanke in den Vordergrund. Aufgabe des Private Banking sollte und muss es ja sein, die Potenziale des Kunden zu erschließen. Im Interesse der Bank, aber selbstverständlich vor allem im Interesse des Kunden selbst. Und damit geht es ja auch hier um die Entwicklung: der finanziellen Situation des Kunden und der Beziehung zwischen ihm und der Bank. Da lag der Wechsel von der Personal- zur Kundenentwicklung nahe.

Und hat die tatsächliche Entwicklung dem dann Recht gegeben? Wo stehen Sie heute?

R. DURMANN: Die wichtigste Voraussetzung war es, dass wir mit der Fusion die kritische Masse hatten, um uns auf diesem Gebiet als kompetenter und kraftvoller Anbieter positionieren zu können. Auf dieser

Grundlage haben wir dann in der Tat Jahr für Jahr zugelegt. Besondere Meilensteine waren etwa die Zusammenarbeit mit der Frankfurter Bankgesellschaft bei der Vermögensverwaltung oder vor allem die vollständige Umsetzung des DSGVO-Beratungskonzepts. Dank dieser umfassenden Beratungsbreite haben wir hier vor Ort das anerkannt beste Angebot. Aber wir sind immer noch eher so eine Art Exot im Gesamtgefüge der Sparkasse, auch wenn wir bereits 6% des Deckungsbeitrages beisteuern.

Sie sprechen davon, mit dem Beratungskonzept das beste Angebot vorzuhalten.

Worin äußert sich das konkret?

R. DURMANN: Kein Kunde ist doch froh, wenn er mit den unterschiedlichen Themen von der Absicherung der Lebensrisiken über die Geldanlage bis zu Finanzierungsfragen zu unterschiedlichen Anbietern laufen und

jeweils noch den besten aussuchen muss. Wir standen sehr früh hinter dem DSGVO-Konzept, haben die Umsetzung gezielt vorangetrieben. Und heute stellt der Kunde bei uns fest, dass wir zu allen Aspekten eine bemerkenswerte Kompetenz aufgebaut haben. Das ist ein klarer Wettbewerbsvorteil, der so auch wahrgenommen wird.

Spielt dabei auch die Softwareunterstützung eine gewisse Rolle?

R. DURMANN: Sie spielt sogar eine große Rolle. Es war bald klar, dass unsere Berater mit Papier und Bleistift diese komplexen Zusammenhänge und Interdependenzen nicht so schnell und sicher würden erfassen und darstellen können wie mit einer geeigneten Finanzplanungssoftware. Dass wir uns für die ELAXY Finanzplanung entschieden haben, hing auch mit dem übergeordneten Entschluss zusammen, dieses System in OSPlus zu integrieren. Ihr großer Leistungsumfang bringt andererseits einen hohen Schulungsaufwand mit sich der sich allerdings dann auch auszahlt.

Woran machen Sie das fest?

R. DURMANN: Sobald die Berater sich in die Finanzplanung eingearbeitet haben, sind sie wirklich beeindruckt von deren Leistungsfähigkeit. Jeder ist damit in der Lage, zu allen großen Themen Aussagen zu treffen, auch wenn wir für die Details selbstverständlich viel Sachverstand hinzu bitten, zum Beispiel wenn es um Versicherungen geht. Die flexibel einstellbaren Szenarienbetrachtung- ➔

EIN STARKES TEAM



Dank der ELAXY Finanzplanung sind die Beraterinnen und Berater auf alle Themen fundiert vorbereitet.

ELAXY Success-Story

gen sind im Kundengespräch äußerst hilfreich und beeindrucken immer wieder.

Die Finanzplanung ist also ein Werkzeug, dessen Einsatz man sich erarbeiten muss, das dann aber auch hervorragende Ergebnisse liefert? Wie machen Sie sich das noch zunutze?

R. DURMANN: Auch die Zielvereinbarungen mit den einzelnen Beratern orientieren sich an Auswertungen aus der Finanzplanung und den Ergebnissen der Analysen,

tungsergebnisse auch in Ruhe auf den Prüfstand stellen können. Wir können sagen: Die Beratungsqualität mit der Finanzplanung wird von den Kunden sehr gut aufgenommen. Sie wird als inhaltlich „Klasse“ bewertet, die Kunden sind im besten Sinne begeistert.

Sie erhalten also allseits eine positive Rückmeldung?

R. DURMANN: Durchaus! Und auch aus Ecken, aus denen man das gar nicht erwartet. Nehmen wir das Thema Generationen-

an Informationen, Analysen, Empfehlungen zu einer wirklich übersichtlichen Darstellung zusammenzufassen.

Dieser Teil der Arbeit wird jetzt gleichsam auf Knopfdruck erledigt. Die Bank dokumentiert hohe Fachkompetenz, der Kunde hat alles übersichtlich in der Hand und erhält damit eine Grundlage für eine verantwortliche eigene Entscheidung.

Eine hohe Kundenzufriedenheit ist dann ein Argument für die Neukundengewinnung?

R. DURMANN: Das ist ein Punkt, der mir sehr am Herzen liegt. In unserem Geschäft steht ja meist das Cross- und Upselling im Vordergrund. Von den rund 450 Kunden, die wir im Private Banking betreuen, sind etwa 150 zugleich auch Firmenkunden. Aber schöpfen wir deren Potenziale schon in vollem Umfang aus? Unser Ziel muss es sein, wenn der Kunde schon einmal unsere „Automarke“ gekauft hat, dann auch sein „Erst- und Lieblingswagen“ zu werden. Hier gibt es immer Möglichkeiten, die Kundenbeziehung weiterzuentwickeln, an die wir mit den Präsentationen durchaus heran kommen können.

Werden Sie auch außerhalb der bestehenden Kundschaft wahrgenommen?

R. DURMANN: Ja, das gilt auch nach außen. Wir arbeiten daran, Instrumente zu entwickeln, mit denen wir unseren Marktanteil in der Region und dessen Entwicklung messen können. Ich würde mir wünschen, dass unsere Kunden zu den wichtigsten Botschaftern unseres Angebots werden und mit ihrer Zufriedenheit nicht hinterm Berg halten. Schon heute glauben wir feststellen zu können, das unser Angebot tatsächlich so wirkt. Unsere transparenten Handouts stellen eine neue Qualität der Beratung dar und bringen das Angebot der Sparkasse ins Gespräch. ■



„Die Beratungsqualität mit der ELAXY Finanzplanung wird von den Kunden sehr gut aufgenommen. Sie wird als inhaltlich „Klasse“ bewertet, die Kunden sind im besten Sinne begeistert.“

Robert Durmann, Leiter Private Banking, Sparkasse Bamberg

wo wir in der Kundendurchdringung nach Beratungsthemen stehen. Ich kann also anhand der Daten die Kunden-Potenziale erkennen und die betreffenden Berater mit deren Bearbeitung betrauen. Und für sie ist dann die Finanzplanung wieder ein geeignetes Hilfsmittel, um sich auf diese Punkte fundiert vorzubereiten.

Wird dies denn von den Kunden geschätzt oder fühlt sich der eine oder andere auch schon einmal „überfahren“?

R. DURMANN: Im Gegenteil: Die Kunden reagieren auf Ansprache, Beratungsverlauf und Beratungsergebnis ausgesprochen positiv, weil sie sich nicht nur im Gespräch kompetent beraten fühlen, sondern die Bera-

management! Da bekommen wir wirklich Anrufe von Notaren und Steuerberatern, die sich für die transparente und umfassende Dokumentation bedanken.

Es geht also neben den eigentlichen Beratungsergebnissen auch um deren gute Darstellung?

R. DURMANN: Das ist ganz klar unsere Erfahrung. Daher haben wir haben uns auch den „Präsentationsbaustein“ in der ELAXY Finanzplanung einmal genau angeschaut und freuen uns darauf, ihn bald einsetzen zu können. Damit wird der Output noch einmal deutlich verbessert und eine Lücke geschlossen. Denn es war für die Berater immer wieder eine Herausforderung, die Fülle

ELAXY Business Solution & Services GmbH & Co. KG

Am Hofbräuhaus 1
96450 Coburg
Germany

Tel. +49 9561 5543.0
Fax +49 9561 5543.302
info@elaxy.de, www.elaxy.de

Standorte:
Coburg, Frankfurt (Oder),
Jever, Puchheim

ELAXY.