

Mobiler Geldautomat: Nicht nur für Festivals

Von Kai Fuckner und Uwe Merker



Technisch ist die Kartenzahlung längst auch bei mobilen Händlern und Dienstleistungen möglich. Dennoch besteht bei Großveranstaltungen häufig ein Bedarf nach Bargeldversorgung im Bereich des Veranstaltungsgeländes. Hier hat die Kreissparkasse Anhalt-Bitterfeld mit mobilen Geldautomaten gute Erfahrungen gemacht. Das Konzept wird aber auch als mögliche Antwort auf demografische Veränderungen gesehen: Wo fest installierte Geldautomaten nicht mehr rentabel betrieben werden können, kann mit mobilen Geräten dennoch die Bargeldversorgung in der Fläche sichergestellt werden. Red.

Egal ob Großveranstaltungen, ein kleines Ortsfest oder der Geschäftsstellenumbau: flexibel aufstellbare Geldautomaten fangen den Bargeldbedarf dort auf, wo er entsteht. Im Umfeld von kulinarischen Angeboten und Getränkestationen, die keine Kartenzahlung zulassen, bietet er den Besuchern eine wichtige Anlaufstelle. Bestandskunden zeigen sich in der Regel besonders erfreut, da für sie keinerlei Gebühren anfallen. Potenzielle Neukunden nehmen das Angebot mangels kostenfreier Alternativen ebenfalls gern an – und zeigen sich zudem erfahrungsgemäß beeindruckt, welches Serviceverständnis das entsprechende Geldhaus hat.

Der mobile Cash-Container der Banqtec AG etwa ist für diese Einsatzzwecke konzipiert und erfüllt darüber hinaus auch anspruchsvolle Vorgaben an Sicherheit, Repräsentanz und Verfügbarkeit. Als Anhänger kann er schnell zum Einsatzort transportiert und in Betrieb genommen werden. Bei Bedarf kann er selbst über Wochen am Standort verbleiben. Das Konzept macht sich für die Institute schnell bezahlt. Schon mit dem „Zasterlaster“ zeigten viele Geldhäuser auf Volksfesten, an Fußballstadien oder im Umfeld anderer publikumsreicher Events Präsenz – mit Erfolg: An einem Wochenende werden schnell vierstellige Transaktionsraten erreicht.

Die Kreissparkasse Anhalt-Bitterfeld ist in einer eher ländlich geprägten Region zwischen den Ballungszentren Leipzig, Halle und Magdeburg angesiedelt. Mit einer Bilanzsumme von rund 1,7 Milliarden Euro und 350 Mitarbeitern ist sie der Finanzdienstleister mit dem stärksten regionalen Bezug und Engagement. 24 Filialen, elf SB-Center und eine fahrbare Geschäftsstelle sowie über 50 Geldautomaten stehen

Zu den Autoren

Kai Fuckner ist Bereichsleiter Organisation bei der Kreissparkasse Anhalt-Bitterfeld, Bitterfeld-Wolfen. **Uwe Merker** ist Leiter Business Development/Marketing, banqtec AG, Wedemark.

den Kunden im Landkreis jederzeit zur Verfügung. Um diesen Service aufrechtzuerhalten und effizienter gestalten zu können, suchen die Fachverantwortlichen regelmäßig nach innovativen, kundenorientierten Wegen. Schließlich wünschen sich die Kunden ihre Hausbank dort, wo sie sie brauchen. Insbesondere der regelmäßige oder auch spontane Bedarf an Bargeld soll möglichst ortsnah erfüllt werden.

So war die Sparkasse in diesem Jahr mit dem Cash-Container auf dem Sputnik Spring Break in Pouch bei Bitterfeld vom 25. bis 28. Mai 2012 vertreten. Das Festivalgelände befindet sich auf einer Halbinsel im Goitzschensee und lockt jedes Jahr tausende Musikfans an. In diesem Jahr konnten rund 17 000 Besucher gezählt werden.

Antwort auf demografische Veränderung

Die Entscheidung, solche Veranstaltungen zu begleiten, sehen die Verantwortlichen als Investition in die Zukunft, als Bekenntnis zu ihrer Region und um die Marke Sparkasse im Bereich der Jugend zu platzieren.

Insbesondere Sparkassen haben die Aufgabe, ihrer regionalen Versorgerrolle nachzukommen. Fest installierte Automaten sind in ländlichen Gebieten jedoch aus wirtschaftlichen Aspekten wenig profitabel. Aus diesem Grund greifen auch hier immer

mehr Institute auf temporär aufstellbare Maschinen zurück.

Mit einem mobilen Geldautomaten lassen sich zudem ganze Touren durch die Geschäftsgebiete abbilden. So wird die Kreditwirtschaft auch demografischen Faktoren, wie etwa der zunehmend älter werdenden Landbevölkerung gerecht. Wird die Aufstellung der Maschine im Vorfeld angekündigt, kann so jedermann sein Bargeld und Kontoauszüge beispielsweise im eigenen Ortszentrum erhalten.

Kein erhöhtes Diebstahlrisiko

Auch hier gilt wieder: Bestandskunden können kostenneutral auf die Bargeldversorgung im eigenen Wohnort zurückgreifen. Und Neukunden werden auf die offensichtlich flexible Kundennähe aufmerksam. Ob und inwieweit Service dieser Art den Wechsel der eigenen Bankverbindung zur Folge hat, mag fraglich sein. Fakt ist jedoch, dass auf dem Weg, neue Kunden

zu gewinnen, ein positives Image sicher nicht schadet.

Selbstredend muss ein mobiler Geldautomat höchsten Sicherheitsansprüchen gerecht werden. Dazu gehört ein kleiner Diskretionsbereich. Zudem kann der Container im Inneren befüllt werden. Beim Cash-Container handelt es sich um eine Box auf Rädern, die mit Hilfe einer Anhängerkupplung einfach transportiert werden kann. Räder und Kupplung werden am Standort eingeklappt, sodass der Container sicher auf der Erde steht. Eine zusätzliche Verankerung ist nicht notwendig, weil der Container über eine intelligente Alarmtechnik verfügt, die eine Überwachung rund um die Uhr ermöglicht.

Sicherheitsbedenken gab es im Haus der Kreissparkasse Anhalt-Bitterfeld ohnehin nicht. Wie bei jedem fest installierten Automaten erfolgte die Aufschaltung zum Sicherheitsdienst. Außerdem wurde die Bargeldmenge begrenzt. Darüber hinaus ist der mobile Automat auch in die Versor-

gungs- und Sicherheitsstruktur des Festivals eingebunden, sodass er trotz seiner Mobilität nicht ohne Weiteres entfernt werden kann.

Mit über 50 000 Geldautomaten hat die Kreditwirtschaft in Deutschland ein stabiles Netz für die Bargeldversorgung geschaffen. Ergänzen Banken und Sparkassen die bestehende Infrastruktur um mobile Geräte, werden sie nicht nur dem Serviceanspruch ihrer Kunden gerecht, sondern sichern sich wichtige Chancen, von potenziellen Neukunden als Alternative zur eigenen Hausbank wahrgenommen zu werden.

Für die Kreissparkasse Anhalt-Bitterfeld war der Einsatz des Cash-Containers allemal erfolgreich. Das Institut plant, weitere Großveranstaltungen in dieser Form in der Region zu begleiten, um den Kundenservice zu erweitern, die regionale Präsenz zu verstärken und das Image der Sparkasse zu pflegen. Auch ist eine Ergänzung der bereits im Einsatz befindlichen fahrbaren Geschäftsstelle denkbar. ■

Bitte beachten Sie

Für ein maßgeschneidertes Kommunikationsangebot bieten wir Ihnen in unseren nächsten Ausgaben folgende Themenschwerpunkte:

Ausgabe 1. Februar 2013

Vom Wert der Beratung ... Service / Strategien / Konsequenzen

AS: 23.1.2013 / DU: 25.1.2013

Ausgabe 1. März 2013

Neue Technologien im Bankgeschäft

AS: 18.2.2013 / DU: 21.2.2013

Ausgabe 1. April 2013

Banken und Versicherungen

AS: 18.3.2013 / DU: 21.3.2013



Bei Rückfragen, Wünschen oder Anregungen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung:

Claudio Weinbuch, Anzeigenverkauf, 069/97 08 33-43 oder per E-Mail an c.weinbuch@kreditwesen.de