

# Sepa-Einführung in einer Großsparkasse – ein Praxisbericht

Von Karin-Brigitte Göbel



Quelle: bundesbank\_Gabriele Guhra

**Bereits zum Jahresende 2013 waren nach Erhebungen der Stadtsparkasse Düsseldorf 80 Prozent ihrer Firmenkunden Sepa-ready. Diese hohe Quote führt Karin-Brigitte Göbel auf die frühzeitige Vorbereitung zurück. Allein mit Kundenveranstaltungen habe man 80 Prozent der Unternehmen und Vereine erreicht. Und während des gesamten Jahres 2013 stand Sepa im Mittelpunkt der Kommunikation. Die Verlängerungsfrist hätten die Düsseldorfer also nicht gebraucht. Red.**

Sepa – diese vier Buchstaben zählen wahrscheinlich zu den meist verwandten des Alphabetes in Kreditinstituten der vergangenen Jahre. Die englische Abkürzung für Single Euro Payments Area steht für ein Projekt, um den bargeldlosen Zahlungsverkehr in 34 Teilnehmerländern in Europa zu vereinheitlichen. In diesem übernationalen Zahlungsraum sollen Kunden keine Unterschiede mehr zwischen nationalen und grenzüberschreitenden Zahlungen wahrnehmen.

Voraussetzung hierfür ist ein übernationales Gebiet mit einem Bankwesen, das Zahlungen nach einem schnellen, sehr effektiven, standardisierten und länderübergreifenden Verfahren erlaubt. Das Sepa-Verfahren legt einen solchen Standard fest. Ursprünglich war die Zielsetzung, Sepa am

1. Februar 2014 mit Unternehmen, Vereinen und Institutionen beginnen zu lassen. Gut drei Wochen vor Startbeginn, am 9. Januar 2014, wurden die Kreditinstitute durch die Nachricht der EU-Kommission überrascht, die Umsetzungsfrist auf das Sepa-Zahlverfahren um sechs Monate zu verlängern. Noch am selben Tag veröffentlichte die Dachorganisation der deutschen Kreditinstitute eine Mitteilung, in der die Verschiebung um sechs Monate auf den 1. August 2014 als nicht notwendig bezeichnet wurde.

## Ende 2013 80 Prozent der Firmenkunden Sepa-ready

Eine im März 2014 veröffentlichte Befragung im Genossenschaftsbanksektor belegt: Fast 80 Prozent der von diesem Bankenverbund repräsentierten Befragten gehen davon aus, dass ihre betreuten Firmenkunden eine termingerechte Umstellung geschafft hätten. Nur eine Minderheit von 6,5 Prozent vertrat die Ansicht, die Verschiebung sei sinnvoll gewesen, weil zahlreiche Kunden nicht Sepa-ready gewesen wären.

### Zur Autorin

**Karin-Brigitte Göbel**, Mitglied des Vorstands, Stadtsparkasse Düsseldorf, Düsseldorf.

Die Zahlen sind deshalb interessant und der Erwähnung hier wert, weil nach den Erhebungen der Stadtsparkasse Düsseldorf Ende Dezember 2013 79,7 Prozent der betreuten Kunden Sepa-fähig waren. Diese Zahl ist aufschlussreich. Sie belegt, dass die Stadtsparkasse Düsseldorf dank einer stringenten Projektarbeit Ende 2013 vier von fünf Kunden auf das neue Zahlverfahren erfolgreich vorbereitet hatte.

Offensichtlich war dieses zum damaligen Zeitpunkt ein Spitzenwert unter den deutschen Kreditinstituten und ist für viele Häuser nicht erreichbar gewesen.

Zumindestens beurteilte die Deutsche Bundesbank in einer Pressemitteilung vom 19. Dezember 2013 den Stand der Sepa-Umstellung als „weiter kritisch“. Das Vorstandsmitglied der Deutschen Bundesbank, Carl-Ludwig Thiele, äußerte: „Wir sehen Bewegung, können aber noch keine Entwarnung geben.“

Nach Thieles Ausführungen waren im November 2013 erst 32 Prozent aller Überweisungen auf Sepa übertragen. Von arbeitstäglich knapp 25 Millionen Überweisungen im Wert von rund 227 Milliarden Euro waren also noch in den verbleibenden zwei Monaten bis zum Umstellungstermin 17 Millionen nicht Sepa-fähig.

Bei den in Deutschland eingereichten Lastschriften lag der Anteil mit zehn Prozent noch niedriger. Insbesondere viele kleine

und mittlere Unternehmen sowie Vereine hatten ihre Aufgaben für die neuen Modalitäten des Zahlungsverkehrs noch nicht getätigt.

Wie ist es der Sparkasse Düsseldorf gelungen, bereits Ende 2013 einen Anteil von 80 Prozent der betroffenen Kunden Sepa-ready zu stellen?

### Frühe inhaltliche Vorbereitung

Bereits seit 2007 hat sich eine Gruppe von Mitarbeitern in regelmäßigen Abständen mit der Sepa-Umsetzung beschäftigt. Insbesondere die Themenfelder Vertrieb, Electronic Banking, Zahlungsverkehr und Banksteuerung standen in dieser frühen Zeit der Planung im Fokus der Projektarbeit. Die hier erarbeiteten Grundlagen waren ein wichtiger Baustein für die erfolgreiche Arbeit der Sepa-Projektgruppe, die seit Ende 2012 implementiert war, um erfolgreich die Umsetzung bei Unternehmen, Vereinen und Institutionen zu begleiten.

Um die Dimension des Projektes zu ermessen, ist ein Blick auf die Unternehmenslandschaft in Düsseldorf sinnvoll. Auf Basis von Daten des Amtes für Wirtschaftsförderung waren Ende 2010 in der Landeshauptstadt Nordrhein-Westfalens 32 215 Unternehmen tätig.

Davon entfielen 21 844 Betriebe auf Gewerbekunden mit einem Jahresumsatz bis 250 000 Euro, auf den klassischen Mittelstand von 250 000 Euro bis 50 Millionen Euro kamen 10 154 Unternehmen. Die Zahl der Betriebe mit einem darüber liegenden Umsatz summierte sich Ende 2010 auf 217. Die Sparkasse Düsseldorf kommt auf einen hohen Marktanteil bei den Gewerbekunden und den Mittelstandskunden bis 50 Millionen Euro Umsatz. Mehr als 45 000 Geschäftsgirokonten für Unternehmen der unterschiedlichsten Größe und Branchen werden von der Sparkasse geführt. Außerdem unterhalten hier rund 1 200 Vereine und Institutionen ihre Konten, die Sepa-fähig gestellt werden muss-

ten. Diese Zahlen verdeutlichen, mit welchem Aufwand das Projekt und die Betreuer im Firmenkundengeschäft mehr als ein Jahr lang konfrontiert waren.

Die Zahlen verdeutlichen, dass nur eine gut organisierte Projektarbeit die Sepa-Umstellung möglich machen konnte. Das Projekt war ausschließlich auf die Sepa-Thematik beschränkt. Ein Masterplan mit allen Teilschritten in allen Teilprojekten machte die Arbeitsfortschritte sichtbar, beziehungsweise zeigte Zeitverzögerungen auf. Auf diese Weise waren realistische Arbeitsschritte frühzeitig definiert und mit klaren Zeitvorgaben unterlegt.

Die Steuerung des Projektes lag in der Verantwortung eines Mitarbeiters, der mit komplexer Projektarbeit vertraut gewesen ist. Ihm standen sieben Teilprojektleiter zur Seite, die für folgende Haupttätigkeitsfelder verantwortlich zeichneten:

Fachliche Umsetzung Firmenkunden, fachliche Umsetzung Privatkunden, fachliche Umsetzung Zahlungsverkehr und Marktservice, fachliche Umsetzung Gesamthaus (unter anderem Buchhaltung, Schulungen, Qualitätsmanagement), DV-Umsetzung, Organisation und Prozesse, Kommunikation (intern/extern). Wöchentlich traf sich das Team zu Arbeitssitzungen, einmal im Monat erhielt der Vorstand einen umfassenden Bericht zum Stand des Projektes.

Der Fokus bei der Sepa-Einführung lag eindeutig bei den Firmenkunden, den Vereinen und institutionellen Kunden. Um die große Zahl der Kunden bedarfsgerecht auf die Thematik einzustimmen, wurde ein mehrstufiges Beratungskonzept erarbeitet. Zu

Beginn des Jahres wurden alle Kunden unabhängig von der Umsatzgröße durch eine Mailing-Aktion über den neuen Zahlungsverkehr informiert. Ab dem Frühjahr 2013 informierten in Einzelgesprächen Firmenkundenberater und Fachbetreuer des Zahlungsverkehrs/Electronic Banking die Gewerbe- und Firmenkunden mit dem Themenschwerpunkt Lastschriftverkehr.

In einem weiteren Schritt arbeiteten Firmenkundenberater und Fachbetreuer aktiv im Sepa-Projekt einzelner Unternehmen mit. Hierbei handelte es sich im Wesentlichen um große mittelständische Unternehmen mit hohem Anpassungsbedarf. Zu nennen sind hier insbesondere Unternehmen wie Stadtwerke, aber auch Kliniken, Tochterunternehmen der Landeshauptstadt Düsseldorf und der Stadt Monheim, kirchliche Institutionen und soziale Einrichtungen sowie Verbände.

Unabhängig von den eigenen Spezialisten und Firmenkundenberatern hatte die Stadt-

Abbildung 1: An Firmenkunden gerichtete Anzeige zum Thema Sepa

+++ Achtung! +++  
Nur noch 23 Arbeitstage bis zur SEPA-Umstellung am 1. Februar 2014!

Unternehmer und Gewerbetreibende, die ihren Zahlungsverkehr nicht bis zum 1. Februar 2014 vollständig auf SEPA umgestellt haben, riskieren nicht nur Ärger mit ihren Geschäftspartnern, sondern gefährden unter Umständen auch die Liquidität ihres Betriebes!

Ist Ihre Firma/Ihr Gewerbe SEPA-ready?

→ Checkliste

- Sie ziehen Lastschriften ein? Haben Sie die dafür benötigte Gläubiger-ID schon beantragt?  Ja  Nein  
Zu beantragen unter: [www.glaebiger-id.bundesbank.de](http://www.glaebiger-id.bundesbank.de)
- Ist Ihre Zahlungsverkehrssoftware SEPA-fähig?  Ja  Nein
- Sind Sie vertraut mit den SEPA-Lastschriften?  Ja  Nein
- Kennen Ihre Kunden schon ihre IBAN und BIC?  Ja  Nein

+++ WICHTIG: erst Checkliste bearbeiten, dann Termin vereinbaren! +++

Haben Sie schon einen Termin mit Ihrem Kundenbetreuer?

Nein → Vereinbaren Sie jetzt einen Termin!

Die verbleibende Zeit ist knapp!  
Nutzen Sie die kommenden Tage und stellen Sie Ihre Systeme um. Wir informieren und beraten Sie gerne über die erforderlichen Umstellungsmaßnahmen in Ihrer Geschäftsstelle oder im Internet unter:  
[www.sskduesseldorf.de/sepa](http://www.sskduesseldorf.de/sepa)

Stadtsparkasse Düsseldorf

**Abbildung 2: Sepa-Checkliste für Firmenkunden**



sparkasse Düsseldorf einen Expertenkreis von externen Sepa-Unternehmensberatern an der Hand, die das Haus bei besonders komplexen Fällen an Unternehmen hätte vermitteln können. Auf diese Weise war sichergestellt, dass die Kunden bei allen mit Sepa verbundenen Umstellungsfragen auf kompetente Beratung durch eigene Mitarbeiter oder externe Spezialisten zurückgreifen konnten. In der Praxis haben die Firmenkundenbetreuer und Fachbetreuer alle Kunden bedarfsgerecht unterstützt. Externe Berater brauchten daher nicht zum Einsatz zu kommen.

**Im Mittelpunkt der Kommunikationsstrategie**

Die Kommunikationsstrategie 2013 der Sparkasse war mit einem Schwerpunkt auf die Sepa-Thematik ausgerichtet. Als Kommunikationskanäle wurden dabei genutzt:

- Informationsveranstaltungen,
- Pressegespräche und Presseveröffentlichungen,

- Homepage der Stadtparkasse Düsseldorf mit eigener Seite nur zu Sepa,
- Kundenzeitschriften und Newsletter,
- Mailing-Aktionen,
- Telefonaktionen für Kunden,
- interne Kommunikationskanäle (unter anderem Hauszeitschrift und Intranet),
- eigene Sepa-Task-Force.

**Ansprache von Multiplikatoren und Kunden**

Mit den Informationsveranstaltungen verfolgte die Stadtparkasse Düsseldorf zwei Ziele:

1. Über Verbände oder Landesorganisationen sollten die Multiplikatoren erreicht werden, die alles Wissenswerte zu Sepa an ihre Mitglieder weiterreichen konnten. Aus diesem Grunde waren unsere Spezialisten Gastreferenten bei der Industrie- und Handelskammer, der Handwerkskammer, der Kreishandwerkerschaft, dem Einzelhandelsverband und vielen Berufsorganisationen.
2. Mit zahlreichen Kundenveranstaltungen wurden klar definierte Kundengruppen zielgruppenorientiert angesprochen.

**Kundenveranstaltungen erreichten 80 Prozent der Kunden**

Das seit vielen Jahren etablierte Veranstaltungsformat „Unternehmerfrühstück“ wurde mehrmals genutzt, um einen klar definierten Kundenkreis über Sepa zu informieren. Bei rund 30 Teilnehmern pro Veranstaltung war der Kreis bewusst klein gehalten, um Diskussionen anzustoßen und spezifische Fragen zu beantworten.

Um den Besonderheiten gewerblicher Immobilienkunden Rechnung zu tragen, wur-

de eine Veranstaltungsreihe unter dem Titel „Sepa-Einführung in der Immobilienwirtschaft“ konzipiert.

Informationsveranstaltungen zu Sepa wurden für andere Kundengruppen wie kirchliche Institutionen, Sozialverbände, Stiftungen, Pensionskassen und Versorgungswerke durchgeführt. Allein über Informations- und Kundenveranstaltungen erreichte die Stadtparkasse Düsseldorf rund 80 Prozent aller relevanten Kunden.

Das Thema Sepa hat das Haus immer wieder in den Mittelpunkt der Pressekonferenzen und Pressegespräche während des Jahres 2013 gestellt. In Kooperation mit zwei großen Düsseldorfer Mediengruppen platzierte die Sparkasse zur Jahresmitte und zu Ende des Jahres eine mehrteilige Sepa-Serie. Außerdem wurden Kontakte zu Vereinen und Verbänden genutzt, um in den dortigen Publikationen das Thema zu präsentieren.

Einen speziellen Informationsservice lieferte das Haus über seine Homepage. Unter [www.sskduesseldorf.de/sepa](http://www.sskduesseldorf.de/sepa) waren aktuelle Informationen abrufbar. Außerdem bestand die Möglichkeit, Fragen zu stellen, die von Experten der Sparkasse zeitnah beantwortet wurden.

Das hauseigene Firmenkundenmagazin „Dialog Mittelstand“ hat während des gesamten Erscheinungszeitraums 2013 das Thema Sepa immer wieder aufgenommen und verschiedene Fragestellungen erläutert.

Ende 2013 waren 80 Prozent aller betroffenen Kunden Sepa-ready. Bis zum 1. Februar 2014 wären auch – mit wenigen Ausnahmen – alle anderen Kunden mit dem neuen Zahlungsverkehr vertraut gewesen. Das Projekt Sepa ist in der Stadtparkasse Düsseldorf professionell umgesetzt worden und wird von den Kunden als Beleg für die Kompetenz des Instituts wahrgenommen und wertgeschätzt.