

# Online-Banking zum Ausprobieren – neue Chancen für Berater

Von Monika Dahmen und Andreas Luckhof



Seit seiner Einführung vor über 20 Jahren hat sich das Online-Banking weiterentwickelt. Doch noch bleibt jeder dritte Internetnutzer skeptisch. Hauptgrund dafür sind Sicherheitsbedenken. Ausgeräumt werden können die am besten im persönlichen Gespräch, meint die Sparda-Bank West und hat deshalb ein Beratungsangebot speziell zum Online-Banking eingeführt. Das Ausprobieren unter Anleitung mit dem eigenen Endgerät zahlt sich offenbar aus: Die Zahl der Freischaltungen für das Online-Banking wie auch die App über die Filiale steigt. Zugleich profitieren auch die Berater. Denn in vielen Fällen gibt es Anschlusstermine zu klassischen Beratungsthemen. Red.

Wie lassen sich Kundenbedenken gegenüber den neuen digitalen Banking-Angeboten am effektivsten zerstreuen? Welche Erwartungen haben Kunden einer modernen Omnikanal-Bank an ihren Finanzdienstleister? Und welche Rolle können in einem zunehmend digitalisierten Umfeld die Filialen dabei spielen? Auf diese Fragen hat die Sparda-Bank West jüngst in einem Pilotprojekt wichtige Antworten erhalten. In ihren Essener Filialen machte die Bank interessierte Kunden in einer persönlichen Beratung vor Ort mit den vielen Vorteilen des Online-Bankings und den umfangreichen Services des dortigen

Sparda-Kundenportals vertraut. Für Kunden wie für Filialmitarbeiter haben sich daraus gleichermaßen neue Perspektiven entwickelt. Das Konzept wird jetzt flächendeckend in allen 72 Filialen der Sparda-Bank West angeboten.

## Online-Skeptiker immer noch zahlreich

Ein Blick auf die Ausgangssituation: Finanzdienstleister investieren seit mittlerweile mehr als 20 Jahren erhebliche Summen in den Ausbau ihrer digitalen Banking-Angebote. Mit der rasanten Entwicklung der mobilen Endgeräte sind in jüngster Zeit noch einmal neue Kanäle und Services hinzugekommen. Von der Fotoüberweisung bis zur Transaktionsfreigabe mit nur einem Fingertipp in der Secure-App eröffnen sich Bankkunden heute vielfältige neue Möglichkeiten. Online-Banking – ob stationär oder mobil – ist intuitiver, einfacher und sicherer geworden. Die Zahl der Kunden, die digitale Banking-Angebote nutzen, steigt stetig. Die Gruppe derer, die den neuen Möglichkeiten skeptisch bis ablehnend gegenübersteht, bleibt aber nach wie vor groß. Der Branchenverband der Digitalindustrie (Bit-

kom) hat auf der jüngsten CeBIT entsprechende Zahlen vorgestellt: Von den rund 49 Millionen Deutschen ab 14 Jahren, die das Internet nutzen, wollen 33 Prozent kein Online-Banking umsetzen. Grund dafür sind in der Regel Sicherheitsbedenken.

Ganz ähnliche Erfahrungen hat man auch in der Sparda-Bank West gemacht. Eine repräsentative Kundenbefragung Ende letzten Jahres ergab, dass zwei von drei Kunden ihre Bankgeschäfte inzwischen online erledigen. Eine genauere Untersuchung des letzten Drittels der Kunden, die kein Online-Banking nutzen, förderte die Gründe für deren Online-Abstinenz zutage: Mit 68 Prozent am häufigsten genannt wurden auch hier Bedenken in Sachen Sicherheit.

## Digitale Kompetenz in der Filiale

Gleichzeitig erhielt das Sparda-Net-Banking von jenen, die es aktiv nutzen, erneut hervorragende Bewertungen. Neben der Convenience des klassischen Zahlungsverkehrs schätzen dessen User besonders die Möglichkeit, von hier aus auf gesicherterem Weg direkt mit ihrer Filiale zu kommunizieren, um einen Termin bei ihrem Wunschberater zu vereinbaren oder Nachrichten mit Unterlagen zu verschicken. Sicherheit kann also auch ein starkes Argument für das Online-Banking sein.

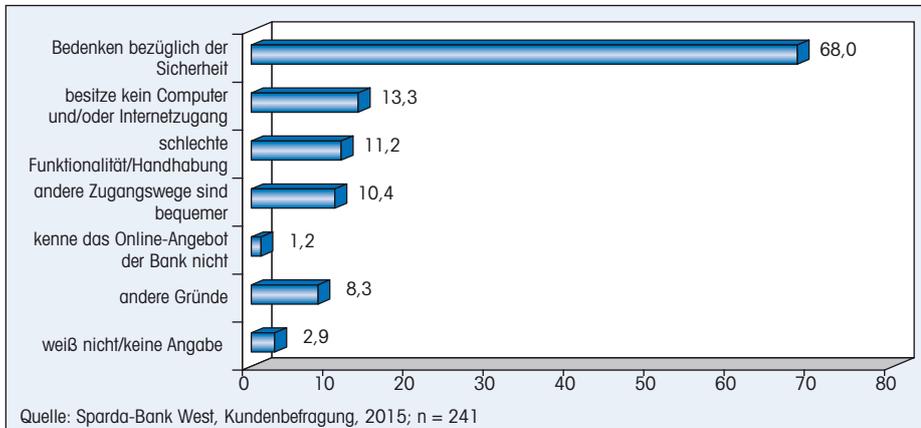
Das Sparda-Kundenportal ist die zentrale Schaltstelle bei der Umsetzung der Omni-

### Zu den Autoren

**Monika Dahmen**, Vertriebsdirektorin,  
**Andreas Luckhof**, Vertriebsdirektor, beide Sparda-Bank West eG, Düsseldorf

### Gründe dafür, dass Kunden ihre Bankgeschäfte nicht online erledigen

(in Prozent, Mehrfachnennungen)



kanal-Strategie der Genossenschaftsbank. Zwei Drittel der Kunden sind mit den Kontaktmöglichkeiten zu ihrem persönlichen Berater und den weiteren Online-Angeboten wie dem digitalen Haushaltsbuch, der Postbox oder dem Service-Center sehr zufrieden. Insbesondere die zahlreichen Erklärvideos, die anschaulich zeigen, wie einzelne Angebote zu nutzen sind, werden von den Kunden geschätzt. Mit der kostenlosen Banking-App sowie der Secure-App als innovativem Ersatz für die bis Ende des Jahres abzuschaffenden TAN-Listen nutzen immer mehr von ihnen die Online-Angebote auch mobil.

Um davon auch die Online-Banking-Skeptiker zu überzeugen, hat die Bank bewusst das digitale Angebot mit der analogen Welt verknüpft. Damit wurde der traditionsreichste Kanal neu belebt: die Filiale.

#### „Omniplikatoren“ verbreiten digitale Kenntnisse

Das von der Bank erfolgreich etablierte Konzept lässt sich in einem Satz zusammenfassen: Online-Banking zum Ausprobieren unter Anleitung erfahrener Kundenberater der Bank. Das eigene Notebook, Tablet oder Smartphone bringen die Kunden dazu gleich mit. So können notwendige Downloads oder das Freischalten von Services vor Ort in der diskreten Atmosphäre einer Bankfiliale sicher und mit

kompetenter Hilfestellung vorgenommen werden.

Die Kundenreaktionen zeigen: Dieses Angebot kommt an. Viele wollen den als besondere Wertschätzung empfundenen Service im Familien- und Freundeskreis empfehlen. Die hohe Zahl von Vor-Ort-Freischaltungen fürs Net-Banking sowie die beiden Sparda-Apps belegt zudem, dass persönliche Gespräche besonders gut geeignet sind, um Bedenken rund ums Thema Online-Sicherheit auszuräumen.

Damit die Bankkunden zufrieden, umfassend informiert und begeistert für das digitale Banking aus einer solchen Beratung gehen, sind eine umfassende Planung und die perfekte Vorbereitung der involvierten Mitarbeiter unverzichtbar. Mit den Filialen vor Ort wurde deshalb ein Konzept für die Mitarbeiter entwickelt und darin festgelegt, zu welchen Themen und technischen Tools beraten werden sollte. Dann wurden die ausgewählten Mitarbeiter intensiv zu allen aktuell im Kundenportal verfügbaren Angeboten geschult. Denn obwohl viele Bankmitarbeiter natürlich selbst Nutzer dieser Services sind, wird für die Beantwortung der häufig sehr speziellen Kundenfragen enorme Detailkenntnis gebraucht.

Um einen strukturierten Kundengesprächsverlauf und eine über alle Filialen einheitliche Beratungsqualität zu gewährleisten, wurde ein verbindlicher Ge-

sprächsleitfaden entwickelt. Insbesondere für das Essener Pilotprojekt war ein umfassendes Monitoring aufgesetzt worden, dessen Erkenntnisse noch vor dem Roll-out des Konzepts über alle Filialen ins Fine-Tuning einfließen konnten. Mittlerweile ist in der Ausbildung von Kundenberatern das Kundenportal fester Bestandteil und wird mit entsprechenden E-Learning-Programmen unterstützt.

Als großer Vorteil bei der Etablierung eines nachhaltigen Wissenstransfers zur Digitalisierung und zu den Entwicklungen der Omnikanalausrichtung über das gesamte Geschäftsgebiet der Bank erwies sich die bereits vor geraumer Zeit getroffene Entscheidung, in jeder Filiale einen sogenannten „Omniplikator“ vorzusehen. Das sind Mitarbeiter, die digitale Prozesse und Neuerungen in ihre Filialen transportieren und somit als vertrauter, kenntnisreicher Ansprechpartner für die Kollegen zur Verfügung stehen.

#### Häufig Folgetermine

Die Filiale als realer Anlaufpunkt für Menschen mit Fragen zu virtuellen Banking-Angeboten – dieses Konzept bietet nicht nur den Kunden, sondern auch den Beratern neue Möglichkeiten. Viele von ihnen empfanden die wachsenden digitalen Angebote bisher vor allem als eines: Konkurrenz. Eine erfolgreiche Omnikanal-Bank lebt jedoch von der nachhaltigen Koexistenz und einer für den Kunden perfekten Verzahnung der Kanäle.

Die ersten Projekterfahrungen zeigen: Aus der Beratung rund um digitale Fragen ergeben sich häufig Folgetermine mit ganz konkreten vertrieblischen Chancen in den klassischen Produktbereichen. Und auch für die Sparda-Bank West insgesamt hat das Konzept große Bedeutung. Mit der Entscheidung für eine persönliche Hilfestellung rund um ihre digitalen Angebote interpretiert sie den traditionellen genossenschaftlichen Förderauftrag zukunftsweisend neu.