

SparkassenZeitung

14. März 2019 | Blick in die Projektarbeit

Umgang mit digitalen Vermittlungsplattformen

Die Unternehmensberatung Oliver Wyman hat ausgerechnet, dass Fintechs die deutschen Banken rund 1,5 Milliarden Euro jährlich kosten und das allein im Privatkundengeschäft. Nach dieser Studie spielen hier insbesondere die unterschiedlichen digitalen Vermittlerplattformen eine wichtige Rolle, die trotz einiger Kritik von Verbraucherschützern bei Kunden auf Interesse stoßen.

Kundenschnittstelle oder Produktlieferant? Um diese Frage strategisch und damit ganzheitlich zu beantworten, hat der DSGVO im Januar 2019 ein Projekt gestartet, um für die Sparkassen-Finanzgruppe eine Positionierung zu formulieren, die über die nächsten Jahre hinaus Bestand haben soll. Ziel des DSGVO-Projekts ist es, eine Positionierung der Sparkassen-Finanzgruppe zum Umgang mit digitalen Vermittlerplattformen zu entwickeln. Im Ergebnis soll die Frage beantwortet sein, welche Rolle die Sparkassen beim Kunden einnehmen: Finanzoptimierer, Lösungsanbieter oder reiner Produktvertrieb.

Um das zu gewährleisten, werden im Projekt mit Mitgliedern aus Sparkassen, Landesbanken, Regionalverbänden und nahezu allen Verbunddienstleistern unterschiedliche Plattfortmtypen und Geschäftsmodelle untersucht. Besonders genau analysiert werden dabei die Auswirkungen der Plattformen auf die Sparkassen-Finanzgruppe über Vertriebskanäle, Produktgruppen und Kundengruppen.

Dabei geht es ausdrücklich nicht um eine Detailanalyse aller auf dem Markt befindlichen Plattformen und Plattfortmtypen, denn eine solche Einzelbetrachtung brächte nur einen geringen strategischen Mehrwert und wäre zudem sehr aufwändig.

Als operativ nutzbares Projektergebnis ab Juli 2019 werden Checklisten und sonstige Handreichungen für Sparkassen entwickelt, um ein Engagement auf Plattformen wie bspw. Check24 (Vergleichsportal) oder Compeon (Spezialanbieter gewerbliche Finanzierungen) besser zu bewerten und vertrieblich optimal zu nutzen.

Ein besonderes Augenmerk gilt hier dem Erhalt der Kundenschnittstelle im digitalen Umfeld sowie auf die strukturelle Weiterentwicklung des Geschäftsmodells der Sparkassen.

Es soll vermieden werden, dass Sparkassen nur als reiner Produktlieferant agieren und damit die Vermittlungs- und Vergleichsportale aufwerten und sich ggf. in einem aggressiven Preiswettbewerb wiederfinden.

Weitere Information gibt es hier:

Igor Juresic; Abteilung Vertrieb, Telefon: 030 2 02 25 57 28

E-Mail:

igor.juresic@dsgv.de

Umgang mit digitalen Vermittlungsplattformen, in SparkassenZeitung (14. März 2019). URL: . Abgerufen am: 14. März 2019

Scannen Sie diesen Code mit Ihrem Smartphone
und lesen Sie diesen und weitere Beiträge online