

Den Vorteil Regionalität ausspielen

Carsten Michael

Wie Sparkassen relevanter Teil im digitalen und realen Leben ihrer Kunden werden, diskutieren Sparkassenvorstände in Frankfurt.

Die erste Schockstarre angesichts vermeintlich disruptiver Geschäftsmodelle von Big- und Fintechs weicht bei Sparkassen einem neuen Selbstbewusstsein: „Wenn wir uns auf unsere Stärken besinnen, dann kommt auch in Zukunft keiner an uns vorbei“, sagte Karin-Brigitte Göbel, Vorstandsvorsitzende der Stadtparkasse Düsseldorf, beim 13. Symposium der Frankfurter Beratung Investors Marketing. Dafür sei es nötig, sich der Realität zu stellen, denn „unseren jungen Kunden ist das Handy an die Hand gewachsen“. Sparkassen sollten sich zudem die digitale Kompetenz von Fintechs aktiv zunutze machen.

Thomas Fürst, Vorstandsmitglied der Sparkasse Bremen, stellte ein neues Vergleichsportale für Baufinanzierung im Internetauftritt des Instituts vor.

(© Investors Marketing)

Es gehe darum, gemeinsam um den Kunden zu ringen: „Wir haben die Kunden, die Marktkennntnis und das regionale Netzwerk“, sagte Göbel. Die jüngere Entwicklung bestätige diese Einschätzung: Schon seit einiger Zeit bemühen sich Fintechs verstärkt um Kooperationen mit Banken. In der Vergangenheit hätten die Sparkassen zu wenig eigene Gestaltungskraft entfaltet. „Jetzt gilt es, sich gegenseitig die Bälle zuzuspielen – wir erfinden uns neu“, sagte Göbel.

Stefan Kleiber, Vorstandschef der Sparkasse Rhein Neckar Nord, präsentierte die Heimat-App „Kurpfalz erleben“.

(© Investors Marketing)

Regionalität erzeugt Mehrwert

Anhand der neuen Heimat-App „Kurpfalz erleben“ der Sparkasse Rhein Neckar Nord demonstrierte Stefan Kleiber, Vorstandschef des Instituts, wie Gestaltungskraft in ein innovatives Konzept mündet. Es sei eine App für insgesamt zwölf Themenbereiche entstanden, darunter Sport, Kind und Familie, Mobilität, Tiere und Wohnen. Ziel sei es, aus einer Hand aktuelle Informationen und Angebote über die Region zu liefern. Zudem biete die App Vorteile wie Zugang zu offiziell ausverkauften Konzerten in

der Region. Kleiber: „In der Region können wir unseren Vorteil gegenüber Big- und Fintechs ausspielen. Regionale Inhalte und emotionale Erlebnisse schaffen Mehrwert und sorgen für Traffic.“

Damit schaffe die Sparkasse zunächst besonderen Nutzen für Privat- und Geschäftskunden und werde so letztlich selbst Plattformbetreiber. Die App trete deshalb unter eigener Marke auf – die Sparkasse positioniere sich im Hintergrund als Initiator. Finanzprodukte werden angeboten, wo sie auf ein Kundenbedürfnis treffen. Laut Kleiber haben weitere Sparkassen bereits ihr Interesse bekundet, weshalb die App in Lizenz zur Verfügung gestellt werde: „So entsteht ein Netzwerk aus sich selbst tragenden Kundenbindungsplattformen mit konkreten regionalen Inhalten und Mehrwerten für die Kunden.“

Karin-Brigitte Göbel, Vorstandschefin der Sparkasse Düsseldorf: „Unseren jungen Kunden ist das Handy an die Hand gewachsen.“

(© Investors Marketing)

Vergleiche fördern den Absatz

Die Aufforderung von Vorstandschefin Göbel, sich den Realitäten zu stellen, hat die Sparkasse Bremen in sehr konsequenter Form umgesetzt, indem sie ein Baufi-Vergleichsportal in ihren Internetauftritt integriert hat. „Wenn der Kunde vergleichen will, dann wenigstens bei uns“, sagte Vorstandsmitglied Thomas Fürst. Das Ergebnis: Im regionalen Baufi-Neugeschäft sei der Marktanteil der Sparkasse von 34 Prozent auf 52 Prozent gestiegen. Auch die Marge profitiere: „Wir erleben, dass unsere Kunden bereit sind, bei uns 24 bis 28 Basispunkte mehr als beim Wettbewerb zu zahlen“, sagte Fürst.

Laut Entscheiderbefragung 2019 von Investors Marketing sind 81 Prozent der Top-Entscheider in Banken und Sparkassen der Meinung, dass Bankleistungen aus Kundensicht austauschbar sind. Mit ihrem transparenten Vergleichsansatz ist es der Sparkasse Bremen offensichtlich gelungen, hier einen Unterschied zu machen. Sie ist in den Augen der Kunden noch relevanter und in Kombination mit ihren neuen Community-Filialen unverwechselbar geworden.

Carsten Michael: Den Vorteil Regionalität ausspielen, in SparkassenZeitung (29. Mai 2019). URL: . Abgerufen am: 04. Juni 2019

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