



## „Der Kunde muss uns überall finden“

*Wenn es um die Digitalisierung im Finanzbereich geht, ist sie ganz vorne mit dabei: Die Volksbank Mittelhessen eG. Sie hat sich schon 2012 entschieden, den Weg zum Omnikanalbank konsequent umzusetzen. Folglich ist die Sorten- und Edelmetallbestellung dort auch auf mehreren Wegen möglich. Und nicht nur das.*

Wo findet der Kunde in der Zukunft seine Bank? Das klassische Schaltergeschäft gehört in vielerlei Hinsicht der Vergangenheit an. Da ist sich Peter Hanker sicher. Der Vorstandsvorsitzende der Volksbank Mittelhessen eG wird nicht müde zu erläutern, dass die Digitalisierung mit großen Schritten näher kommt – und schneller als viele glauben wollen. Deshalb rät er auch in Fachbeiträgen ganz unverhohlen dazu, beim digitalen Wandel der Bank das höchstmögliche Tempo an den Tag zu legen. Für die Volksbank Mittelhessen wird das bereits konsequent umgesetzt. 2012 habe man sich dazu entschieden, diesen Weg mit allen Mitteln und konsequent umzusetzen. Damit waren die Mittelhessen eine der ersten in der Bankenlandschaft. Eigentlich ist das Finanzinstitut in einer eher ländlichen Gegend zu Hause, aber es gibt durchaus auch urbane Zentren, wie zum Beispiel Marburg und Gießen, in den 70.000 Studierende wohnen und arbeiten. Spätestens diese junge Zielgruppe ist längst mobil unterwegs. Für ein Institut mit 91 Geschäftsstellen und mehr als 336.000 Kunden ist der Wandel hin zur Omnikanalbank nicht nur deshalb ein Muss. „Wir haben die Erfahrung gemacht, dass die Kunden sich selbst den Vertriebsweg aussuchen“, berichtet Hanker. Folglich haben die Mittelhessen die Bank auf allen Kanälen heimisch gemacht. Der Kunde kann in die Filiale vor Ort gehen, er hat SB-Geräte, er bekommt Beratung am Telefon, er findet eine Internet-Präsenz, er hat E-Banking-Angebote, er kann sich eine Smartphone-App installieren, einen Live-Chat nachfragen oder sich in den Social Media-Kanälen informieren. Und seit Februar dieses Jahres gibt es eine weitere Funktion, die Video-Beratung (siehe Bild). Auch diese Kombination von Mensch-zu-Mensch-Beratung und digitaler Präsenz ist eines der Beispiele, mit denen Vorstandssprecher Hanker sein Unternehmen fit machen will für die Zukunft. Dabei gibt es durchaus auch Lernprozesse und die ein oder andere Maßnahme, die man wieder rückbauen wird. So berichtet er, dass zum Beispiel der Chat kein Thema sei, dass sie weiterverfolgen würden: „Im Finanzbereich ist der Chat kein Weg, den der Kunde gerne wählt“. „Die Königsdisziplin“, so Peter Hanker, „ist jetzt die Vernetzung der Kanäle. Wir wollen wissen, welchen Weg der Kunde geht und diese besser unterein-



*Dr. Peter Hanker ist  
Vorstandssprecher  
der Volksbank Mittel-  
hessen eG*

ander verknüpfen“, formuliert er die Aufgabe für die nächste Ausbaustufe der Digitalisierung der Volksbank Mittelhessen eG. Im Bereich Sorten- und Edelmetallbestellung haben sie den Weg schon erfolgreich beschritten. Sie haben sowohl den offenen Webshop der ReiseBank als auch die E-Banking-Einbindung realisiert und verzeichnen auf beiden Vertriebswegen respektable Umsätze. „Die Sortenbestellung muss convenient sein, das Produkt muss dem Kunden sicher, schnell und preiswert zugesandt werden und der Kunde soll selbst entscheiden, ob er dabei den offenen Shop wählt – der auch Nicht-Kunden anspricht – oder, ob er das geschlossene E-Banking-System wählt“, erklärt Hanker. Ganz anders sähe der Bereich der Edelmetalle aus. Hier geht die Volksbank Mittelhessen eG den geteilten Weg. In den großen Hauptstandorten gibt es Vitrinen, in denen Schmuckbarren ausliegen und bei jedem Berater gebe es Tischaufsteller. So hebt die Bank das Thema in die Köpfe der Kunden. „Wir wollen bewusst die Aufmerksamkeit im Mensch-zu-Mensch-Dialog“, erklärt der Vorstandschef. Wenn es dann um den klassischen Erwerb der Goldmünzen und -barren geht, kann der Kunde diese zu einem späteren Zeitpunkt auch ganz bequem auf den Online-Vertriebswegen erledigen. Unauffällig und diskret. Die Entscheidung haben die Berater eingeleitet, den Kauf der Kunde selbst vollzogen.



*Bei der Video-Beratung nutzt der Kunde das Telefon und die Funktion des Desktop-Sharings. So kann sich die Bank nach Einwilligung des Kunden auch mit der Maus auf dessen Benutzeroberfläche bewegen und zum Beispiel dabei unterstützen, bereitgestellte Formulare ausfüllen.*