Kunden für E-Postfach begeistern

von Edgar Clemens

Sparkassen führen Kundendialoge vermehrt digital. Mit dem Elektronischen Postfach (ePostfach) kann der persönliche Kundenkontakt auch online gehalten werden, sofern die Kunden zum Umstieg auf die Technologie motiviert werden können. Die Sparkasse Olpe-Drolshagen-Wenden zeigt, wie das funktionieren kann.

Kunden können via ePostfach in direkten Dialog mit ihrer Sparkasse treten.

(Fotos: Finanz Informatik)

Im Zuge des digitalen Wandels haben sich die Kundenbedürfnisse massiv verändert. Kunden erwarten heute nicht nur eine individuelle Ansprache entsprechend ihrer aktuellen Lebensphase, sondern auch die Möglichkeit, rund um die Uhr mit ihrem Geldhaus in Kontakt treten zu können. Gleichzeitig sind Kunden deutlich besser informiert, da sie online in kürzester Zeit aktuelle Informationen wie Kreditzinsen vergleichen können. Mit steigender Nutzung mobiler Endgeräte hat sich diese Entwicklung weiter beschleunigt. Dabei wird das Internet immer häufiger als Dialogmedium genutzt. Der persönliche Kontakt über Social-Media-Kanäle und Messenger-Apps ist für weite Teile der Bevölkerung zu einem wesentlichen Bestandteil der Kommunikation geworden, wie die Erhebung „Das passiert in einer Minute im Internet" von Statista belegt (s. Abb. 1).

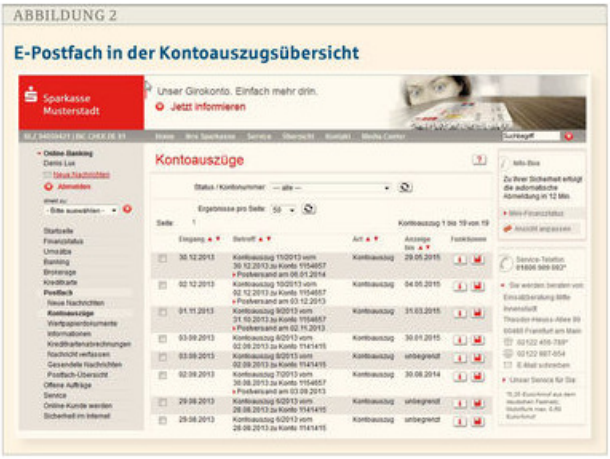
ABBILDUNG 1

(BBL)

Sparkassen stehen vor der Herausforderung, diese Bedürfnisse ihrer Kunden bedienen zu müssen. Dabei steht nicht mehr die reine Bereitstellung von Informationen im Mittelpunkt, sondern der direkte Kontakt zwischen persönlichem Berater und Kunden. Der Wettbewerbsvorteil der persönlichen Nähe muss somit auch virtuell fortgeführt werden. Für eine effiziente und effektive Kundenbetreuung im Onlinekanal benötigen Sparkassen deshalb einen rechtssicheren digitalen Zugang zum Kunden.

Dabei ist der IT-gestützte integrierte Multikanalvertrieb die ideale Basis für Sparkassen, um Kunden über alle gewünschten Kanäle gleichermaßen anzusprechen. Das in der Internetfiliale integrierte ePostfach ermöglicht Kunden und Beratern einen direkten Kommunikationsaustausch in einer vertrauenswürdigen und geschützten Umgebung. Diese Lösung versetzt als zentrale Kommunikationsdrehscheibe die Sparkassen in die Lage, ihre klassische Stärke einer persönlichen Kundenbeziehung auch digital auszuspielen.

Kundennähe im Internet



(BBL)

Mit dem ePostfach hat die Finanz Informatik (FI) eine technologisch zeitgemäße Lösung für den Multikanalvertrieb entwickelt. Das ePostfach ist tief in der Internetfiliale der Gesamtbanklösung OSPlus integriert und bietet sowohl im Filialgeschäft als auch im Onlinebanking wesentliche Mehrwertfunktionen (s. Abb. 2). Kunden können ihre Korrespondenz elektronisch und online abwickeln. Gleichzeitig lassen sich Konto- und Depotauszüge sowie weitere Vertragsunterlagen wie Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB) elektronisch zustellen. Dank einer integrierten Langzeitablage können Institute heute auf den Zwangsversand von Dokumenten verzichten, wodurch sie sowohl Produktions- als auch Portokosten sparen, die im Rahmen des Postversands für Kontoauszüge, Kundenanschreiben oder Vertragsunterlagen ansonsten anfallen würden.

Sowohl Kunden als auch Berater profitieren von den weitreichenden Kommunikationsmöglichkeiten. Der Kunde kann einfach und gezielt über das ePostfach seinem Berater eine Nachricht zukommen lassen. Mit der Anbindung an das OSPlus-Kampagnenmanagement werden Berater des Weiteren hinsichtlich der Kundenreaktionen auf bereitgestellte Dokumente, Informationen und Nachrichten effizient unterstützt. Die einfache Kommunikation zwischen Kunde und Berater sowie die bessere Nachvollziehbarkeit, ob vom Kunden Dokumente oder Nachrichten aus dem ePostfach abgerufen worden sind, unterstützt eine feste und dauerhafte Kundenbindung. Um die mit dem ePostfach verbundenen Vorteile wie Kosteneinsparungen umzusetzen, müssen Sparkassen ihre Kunden aber von den Vorteilen der digitalen Ablage überzeugen, damit diese die veränderten Nutzungsbedingungen akzeptieren und damit auf das ePostfach umsteigen.

Die Sparkasse Olpe-Drolshagen-Wenden hat sich beispielsweise frühzeitig für den Einsatz der zentralen Kommunikationslösung entschieden und nutzt das ePostfach als eines der ersten Institute bereits seit November 2010. In einem ersten Schritt wurden seinerzeit die Girokonten der Mitarbeiter umgestellt, sodass diese eingehend die Funktionen und Einstellungen testen und kennenlernen konnten. Ziel dieser Einführungsphase war es, die Mitarbeiter im Umgang mit dem Kommunikationsmittel vertraut zu machen und die interne Akzeptanz zu steigern: Berater teilen so ihre eigenen Erfahrungen mit den Kunden. Unter vertrieblichen Aspekten galt es, alle Mitarbeiter umfassend in Kenntnis zu setzen, dass das ePostfach als neues strategisches Kommunikationsmedium bzw. als zentrale Plattform, um Kunden ihre Sparkassendokumente bereitzustellen, positioniert wird. So konnte das Institut frühzeitig sicherstellen, dass Rückfragen der Kunden auch von den Servicemitarbeitern in den Filialen kompetent beantwortet werden konnten.

Im zweiten Schritt wurden grundsätzlich alle Onlinebanking-Nutzer angesprochen und freigeschaltet, da diese die größte Affinität zum ePostfach besitzen. Um Kunden zum Wechsel zu bewegen, hat die Sparkasse Olpe-Drolshagen-Wenden in Beratungsgesprächen und über die Homepage die Vorteile des ePostfachs immer wieder hervorgehoben. Interessierte Kunden konnten sich eigenständig freischalten und selbst entscheiden, für welche Konten das ePostfach genutzt werden soll.

Allerdings hat die Vermarktung über die Homepage und Beratungsgespräche nicht automatisch die Nutzerzahlen erhöht. Das Institut hat deshalb Maßnahmen ergriffen, um die Zahl der ePostfach-Nutzer nachhaltig zu steigern. Dazu ist zunächst eine vom Institut selbst initiierte Freischaltkampagne im Onlinebanking gestartet worden. Bei dieser informierte die Sparkasse Onlinebanking-Kunden via Infopost und Störerkampagne über das ePostfach mit einer direkten Verlinkung zur Freischaltung. Im Vordergrund der Kommunikation standen dabei die zusätzlichen Mehrwerte des neuen Angebots. Diese Ansprache war erfolgreich und hat innerhalb kürzester Zeit zu einer deutlich höheren Nutzerquote geführt.

Kunden ansprechen

Die Sparkasse Olpe-Drolshagen-Wenden konnte viele ihre Kunden von den ePostfach-Vorteilen überzeugen.

Als nächsten Schritt hat das Institut im März 2012 eine Massenumstellung auf den Weg gebracht. Per Brief waren alle Kunden angeschrieben worden, die das Kontomodell „Giro direkt“ nutzen und ihre Bankgeschäfte überwiegend online abwickeln. Diese wurden informiert, dass ihr Konto zu einem feststehenden Termin automatisch auf das ePostfach zur Bereitstellung des Kontoauszugs in elektronischer Form umgestellt wird. Die Umstellungsmaßnahme hat das Institut gleichzeitig dazu genutzt, den Versandtermin von Kontoauszügen von monatlich auf vierteljährlich umzustellen. Denn aus internen Auswertungen konnten die Projektleiter ersehen, dass Kunden sich zwar regelmäßig über den aktuellen Kontostand via Onlinebanking informieren, aber das Interesse an regelmäßigen und vollständigen Kontoauszügen demgegenüber deutlich geringer ausfiel.

Dieser automatisierten Umstellung konnten Kunden allerdings widersprechen. Dafür hat die Sparkasse ihren Kunden zwei verschiedene Musterwidersprüche angeboten. Die gesamten Postfachbedingungen konnten entweder abgelehnt oder die Bedingungen bei gleichzeitiger Bereitstellung der Kontoauszüge über die Kontoauszugsdrucker angenommen werden. Während sich bei der ersten Widerspruchsvariante die Kunden für eine komplette Abschaltung des ePostfach entschieden haben und somit auf diesem Weg nicht mehr erreichbar waren, konnte die Sparkasse im zweiten Fall Kunden auch weiterhin über das ePostfach kontaktieren und etwa AGB-Änderungen dorthin verschicken. Insgesamt führte die Massenumstellung zu einer signifikanten Steigerung in der Nutzung des ePostfachs.

Bei den Widersprüchen zeigte sich eine klare Tendenz zur Ablehnung des ePostfachs für Kontoauszüge bei gleichzeitiger Anerkennung der Postfachbedingungen. Nur ein sehr geringer Anteil der angesprochenen Kunden hat die Postfachbedingungen vollständig abgelehnt. Auch im Anschluss an die Massenumstellung hat die Sparkasse Olpe-Drolshagen-Wenden stets aktuelle Anlässe genutzt und ist auf Kunden zugegangen, um diese zum Wechsel zum ePostfach zu motivieren. So wurden Kunden etwa bei der Einführung des neuen Designs der Kontoauszüge oder bei neuen Funktionen im ePostfach wie die Langzeitablage aufgefordert, zum ePostfach zu wechseln. Darüber hinaus wurden auch weitere Kontomodelle für eine Massenumstellung identifiziert wie die kostenlose Produktvariante „Giro Start&More“ für Schüler und Studenten, bei der volljährige Kontoinhaber angesprochen worden sind.

Fazit

Durch eine deutlich gestiegene Nutzerquote des ePostfachs hat die Sparkasse Olpe-Drolshagen-Wenden die Kosten für Ausdruck und Zwangsversand von Kontoauszügen deutlich reduziert. Die aufwendigen und kostenintensiven Maßnahmen zum Aufbau des ePostfachs und zur Motivation der Kunden, es auch zu nutzen, haben sich für die Sparkasse letztlich doch bezahlt gemacht. Ein wesentlicher Erfolgsfaktor im Umstellungsprojekt war die enge Zusammenarbeit und offene Kommunikation der beteiligten Fachbereiche Vertriebssteuerung, Medialer Vertrieb und EDV-Organisation.

Aktuell sind rund 75 Prozent aller Onlinebanking-Konten der Sparkasse Olpe-Drolshagen-Wenden auf das ePostfach umgestellt. Ein Wert, der weit über dem Sparkassendurchschnitt liegt. Das Institut hat bereits weitere Maßnahmen geplant, um das immer noch vorhandene weitere Potenzial auszuschöpfen. Dazu zählt etwa die Umstellung von Kreditkartenkonten, kostenfreien Onlinekonten für Schüler, Azubis und Studenten oder kostenfreien Konten gemeinnütziger Einrichtungen und Vereine. Denn das Institut hat sich vorgenommen, eine nahezu vollständige Nutzungsquote bei online geführten Konten zu erreichen.

Autor
Edgar Clemens ist Leiter des Vertriebsmanagements der Sparkasse Olpe-Drolshagen-Wenden.