

SparkassenZeitung



VERTRIEB | Finanzmanagement / Mit Erklärvideo

Onlinebanking wie noch nie

Das Persönliche Finanzmanagement eröffnet Sparkassenkunden neue Einblicke – und den Sparkassen die Chance, ihre Kunden stärker an sich zu binden.

Plattformanbieter wie Google, Apple, Facebook und Amazon drängen sich zunehmend zwischen Banken und ihre Kunden. Die Hemmschwelle, den Finanzdienstleister zu wechseln, ist heute niedriger als früher. Speziell das Online-Ange-

bot der Kreditinstitute ist daher ein wesentliches Argument im Kampf um Kunden.

Die Finanz Informatik (FI) unterstützt die Institute bei der Lösung dieser zentralen Herausforderung. Ab sofort steht den Sparkassen mit dem Persönlichen Finanzmanagement (PFM) eine attraktive Funktion in der Internetfiliale zur Verfügung. Sie eröffnet Kunden neue Möglichkeiten und Einblicke in die persönliche finanzielle Lage.

Die Finanzen immer im Blick

Kunden, deren Sparkassen den neuen Service aktiviert haben, bietet sich im Onlinebanking ein schneller und breiter Überblick auf die aktuelle Finanzsituation bei der Sparkasse und bei eventuellen anderen Banken. Im Laufe des Jahres werden zusätzliche Funktionen freigeschaltet, die noch detailliertere Analysen und Prognosen erlauben.



© Shutterstock

„PFM“ – ein breiter Überblick über die gesamte Finanzsituation. Auch Fremdkonten können durch die App einbezogen und verwaltet werden.

Die neue Anwendung ergänzt zuvor eingeführte Funktionen. Die FI hatte bereits 2018 in der Internet-Filiale und schon zuvor in der S-App die Multibankenunterstützung (Multibanking) eingeführt. Seit 2019 können Kunden in der Internet-Filiale für Fremdkonten beispielsweise Überweisungen tätigen sowie Daueraufträge anlegen, ändern und löschen. Multibanking bieten seit Ende 2019 nahezu alle Sparkassen ihren Kunden an. Mit dem PFM geht die FI nun einen Schritt weiter.

Ein digitales Haushaltsbuch

Und so funktioniert der Finanzplaner: Die Umsätze des Kunden werden auf den von ihm für das PFM ausgewählten Konten analysiert und kategorisiert. Kategorien sind etwa: Steuern und Gebühren, Einkommen, Reisen, Wohnen und Garten.

Entspricht die automatisierte Kategorisierung nicht den Vorstellungen der Nutzer, kann diese händisch angepasst werden. „Was gebe ich monatlich für Einkäufe aus?“, „Habe ich in den vergangenen Monaten mehr ausgegeben als eingenommen?“ – Auf diese und andere Fragen erhalten Kunden visuell aufbereitete Antworten.

PFM-Nutzer haben die Möglichkeit, selbst gewählte Schlagworte zu vergeben. Angenommen: Eine Familie möchte wissen, wie viel sie der Unterhalt eines ihrer Autos kostet, dann kann sie Ausgaben wie Tanken, Versicherung, Steuern, Werkstatt und so weiter mit dem Schlagwort „#Zweitwagen“ versehen.

Anhand der aggregierten Ausgaben kann sie nun überlegen, ob sie sich zum Beispiel mit einer Kombination aus Carsharing und öffentlichem Nahverkehr nicht finanziell besserstellen würde.

Auch praktisch: Auf Basis der vorliegenden Umsatz-Analysen des Sparkassenkunden kann das PFM ab diesem Sommer auch eine Prognose abgeben, wie hoch der frei verfügbare Betrag für den Rest des Kalendermonats beziehungsweise bis zum nächsten Einkommen sein wird.

Weitere Funktionen schaltet die FI nach und nach frei. So wird das Einbinden von manuell durch den Sparkassenkunden erfassten Vermögenswerten oder die Budgetierung ein-

zelner Kategorien mit Grenzwerten – in Form von Beträgen oder Prozentzahlen – in Zukunft möglich sein.



© Shutterstock

Zu jeder Zeit die Ausgaben im Blick mit dem digitalen Haushaltsbuch des „PFM“.

Eine IT-Lösung für Kunden und Vertrieb

Das neue PFM gibt Kunden sinnvolle und leicht bedienbare Digitalfunktionen an die Hand. Zugleich hilft es den Sparkassen dabei, sich von Wettbewerbern zu differenzieren. Onlinebanking mit Finanzplaner unterstützt das Ziel, neue Kunden zu gewinnen und Sparkassenkunden dauerhaft zu binden.

Wie IT und Vertrieb Hand in Hand arbeiten, zeigt sich auch im kombinierten Onboarding-Prozess auf das PFM, der das Akzeptieren der Nutzungsbedingungen für den Finanzplaner und die Funktionen Multibanking, Kontowecker und Vertragscheck Medial verbindet. Sparkassenkunden wird es damit leicht gemacht, alle attraktiven medialen Angebote in der Internetfiliale zu nutzen.

Sobald die Nutzungsbedingungen und gegebenenfalls die Vorvertraglichen Informationen (VVI) durch den Kunden bestätigt wurden, werden die Dokumente wie Datenschutzhinweise, AGB, VVI und Nutzungsbedingungen ins elektronische Postfach des angemeldeten Kunden eingestellt.

Sparkassen erhalten so die rechtliche Handhabe, vertriebsrelevante Informationen im Sinne ihrer Kunden zu nutzen und in Zukunft auch weitere PFM-Services anzubieten.

Damit wird die neue Lösung in Zukunft zum Grundstein für tiefer gehende Einblicke in die finanzielle und vertragliche Situation des Kunden. Perspektivisch können Berater diese Informationen dazu verwenden, ihre Vertriebsaktivitäten noch besser auf die individuellen Bedürfnisse der Kunden abzustimmen.

Digitales Profil stärken

Um das Potenzial von PFM voll auszuschöpfen, sollten die vier Produkte Finanzplaner, Vertragscheck Medial, Multi-banking und Kontowecker durch möglichst viele Sparkassen angeboten werden. Denn im Sinne der Kundenbindung ist eine möglichst hohe Nutzungsquote die beste Antwort, um die Sparkassen-Finanzgruppe und ihr digitales Profil auf dem Markt nachhaltig zu stärken.

Hier sehen Sie das Erklärvideo der Finanz Informatik.

Olaf Körber – 20. April 2020