

TOPTHEMA

So macht der GVB seine Mitgliedsbanken für Omnikanal fit

Der Genossenschaftsverband Bayern steht den Volksbanken und Raiffeisenbanken im Freistaat auf dem Weg zur Omnikanalbank mit Rat und Tat zur Seite. „Profil“ gibt einen Überblick über die wichtigsten Unterstützungsangebote.

Autor: Florian Christner, Redaktion „Profil“

Foto: GVB



Die Privat- und Firmenkunden der Volksbanken und Raiffeisenbanken erwarten zunehmend ein vernetztes Finanzdienstleistungsangebot, das sie jederzeit und überall nutzen können. Das bedeutet, Filiale, KundenDialogCenter, Onlinebanking

und VR-BankingApp stehen nicht mehr isoliert nebeneinander, sondern alle Zugangswege sind technisch integriert und miteinander verbunden. Der Genossenschaftsverband Bayern (GVB) hat einen Werkzeugkasten entwickelt, um seine Mitglieder dabei zu unterstützen.

Die GVB-Leistungen sind auf das KundenFokus-Konzept der Volksbanken und Raiffeisenbanken abgestimmt. Sie werden sukzessive an neue Lösungen und Konzepte angepasst, die von der Fiducia & GAD im Rahmen der Digitalisierungsoffensive technisch umgesetzt werden. Der GVB empfiehlt seinen Mitgliedern ein schrittweises Vorgehen, da die Angebote aufeinander aufbauen. Sie können aber auch modular genutzt werden. Der GVB weitet seine Unterstützungsangebote nach und nach auch auf das Teilprojekt KundenFokus Firmenkunden aus, um der strategischen Bedeutung dieses Geschäftsfelds für die Volksbanken und Raiffeisenbanken gerecht zu werden. Hier ein Überblick über die bestehenden Leistungen:

1. Kostenfreier ManagementDialog

Ausgangspunkt der GVB-Unterstützungsleistungen auf dem Weg zur Omnikanalbank ist der ManagementDialog. Das kostenfreie Angebot des GVB schafft eine einheitliche Informations- und Wissensbasis bei allen Beteiligten. Bei dem rund dreistündigen Workshop stellen Fach- und Bankexperten des GVB das Zielbild von KundenFokus vor. Sie skizzieren Leistungen und Entwicklungen des Projekts und erläutern erste Lösungen aus der Digitalisierungsoffensive für die Banken. Die Institute erhalten so erste Impulse für die Definition eines eigenen Zielbilds auf dem Weg zur Omnikanalbank. Aktuell wird der ManagementDialog für das Teilprojekt KundenFokus Privatkunden angeboten. Voraussichtlich ab Ende März wird das GVB-Angebot auch für das Teilprojekt KundenFokus Firmenkunden verfügbar sein.

- Weitere Informationen im [MuV-Manager](#),

- Ansprechpartner: [Stefan Dandl](#) und [Timo Braun](#), GVB.

2. Workshop zur Standortbestimmung

Mit der Standortbestimmung analysieren die bayerischen Volksbanken und Raiffeisenbanken gemeinsam mit GVB-Experten ihren Status quo auf dem Weg zur Omnikanalbank. Viele von ihnen haben dieses Angebot bereits durchlaufen. Der eintägige Workshop berücksichtigt zudem das bankindividuelle Zielbild für die verschiedenen Vertriebskanäle sowie die strategischen Vorgaben des Instituts.

Der Tag beginnt mit einer quantitativen und qualitativen Analyse der Ausgangssituation des Instituts. Diese wird von den Bankvertretern und den GVB-Experten gemeinsam erstellt. Anhand einer Kennzahlenanalyse wird erarbeitet, welchen Reifegrad die Bank in den drei Zugangswegen Filiale, KundenDialogCenter und Online bereits erreicht hat. Auf dieser Basis werden das Zielbild der Bank und der Status quo verglichen und daraus Handlungsfelder abgeleitet.

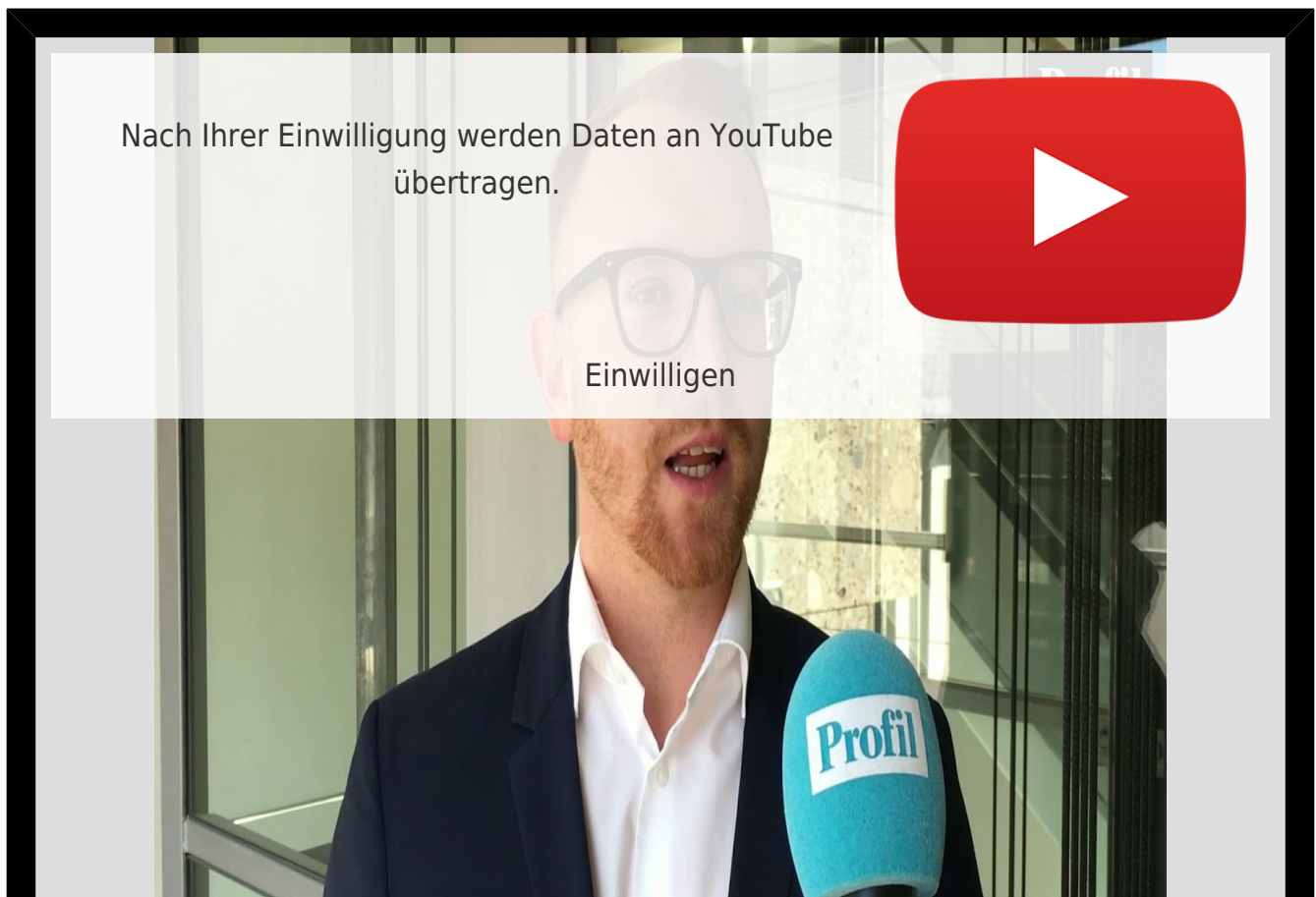
Derzeit wird die Standortbestimmung Privatkunden überarbeitet, um unter anderem Konzepte und neue Entwicklungen aus der Digitalisierungsoffensive zu berücksichtigen. Dabei wurden das Format und die Prozesse neu strukturiert und optimiert. Die künftige Standortbestimmung Firmenkunden wird auf denselben Prozessen aufbauen. Beide Angebote gehen voraussichtlich im Frühjahr an den Start. Weil auch der Verband ein Interesse daran hat, dass sich die bayerischen Volksbanken und Raiffeisenbanken intensiv mit dem Thema Omnikanal beschäftigen, bietet er seinen Mitgliedern die beiden neuen Workshops in Zukunft kostenfrei an.

- Weitere Informationen im [MuV-Manager](#),
- Ansprechpartner: [Stefan Dandl](#) und [Timo Braun](#), GVB.

3. Analyse zur Kundensegmentierung

Eine wichtige Voraussetzung für den Aufbau einer Omnikanalbank ist eine durchdachte Kundensegmentierung. Wer über seine Kunden Bescheid weiß, kann sie bedarfsgerecht ansprechen und seinen Vertrieb optimieren. Der GVB unterstützt die Volksbanken und Raiffeisenbanken in Bayern dabei mit einem neuen Analysekonzept. Der GVB-Workshop hilft den Banken dabei, aus dem Kundenbestand möglichst homogene Gruppen mit ähnlichen Beratungs-, Produkt- und Dienstleistungsbedürfnissen, Ertragspotenzialen sowie Verhaltensmustern zu bilden. Auf dieser Basis lassen sich die Organisation und der Personaleinsatz im Vertrieb zielgenau auf die Kundenbedürfnisse ausrichten.

- Weitere Informationen in „[Profil](#)“ 10/2018 und im [MuV-Manager](#),
- Ansprechpartner: [Bernd Müller](#), GVB.



Wie unterstützt der GVB seine Mitglieder bei der Digitalisierungsoffensive? Timo Braun, Senior Referent für digitalen Vertrieb beim GVB, nennt die wichtigsten Fakten. Video: Karl-Peter Lenhard, GVB.

4. Werkzeug zur Kapazitätenberechnung

Der Umbau der bayerischen Volksbanken und Raiffeisenbanken zu Omnikanalbanken wirkt sich auch auf die Aufgaben der Mitarbeiter und damit auf die Personalplanung aus. Mit dem Kapazitätsberechnungstool können die bayerischen Kreditgenossenschaften die heute und in Zukunft erforderlichen Mitarbeiterkapazitäten für Service und Beratung in den Vertriebskanälen persönliches Banking (Filiale), digital-persönliches Banking (KundenDialogCenter) sowie digitales Banking (Online-Filiale) berechnen. Daraus lässt sich auf Gesamtbankebene eine entsprechende Personalstrategie ableiten. Das Werkzeug kann die benötigten Kapazitäten für das aktuelle Jahr sowie die Jahre 2020 und 2025 abbilden.

- Weitere Informationen in „Profil“ 01/2019 und im [MuV-Manager](#),
- Ansprechpartner: [Manfred Karl](#), GVB.

Das KundenFokus-Projektteam des GVB

Damit die bayerischen Mitgliedsbanken bei der Umsetzung der Ergebnisse aus KundenFokus und der Digitalisierungsoffensive bestmöglich unterstützt werden, hat der GVB in 2019 ein eigenes Projektteam ins Leben gerufen. Dieses wird von Stefan Dandl, stellvertretender Abteilungsleiter Vertrieb, sowie von Timo Braun, Senior Referent für digitalen Vertrieb, geleitet. Die einzelnen Projekte werden von Mitarbeitern aus Marketing, Vertrieb und Bankenbetreuung des GVB sowie von der Akademie Bayerischer Genossenschaften (ABG) betreut. Bei Bedarf werden Mitarbeiter aus weiteren Abteilungen (Recht, Steuer, IT) hinzugezogen, um eine vollständige

5. ABG-Bildungsbegleiter

Um das Zielbild der Omnikanalbank zu erreichen, benötigen die bayerischen Volksbanken und Raiffeisenbanken qualifizierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Dabei werden sie von der Akademie Bayerischer Genossenschaften (ABG) unterstützt. Diese hat mit dem [ABG-Bildungsbegleiter](#) eine Onlineplattform entwickelt, die es den Banken möglichst einfach machen soll, ihr Personal für jedes Stellenprofil in einer Omnikanalbank zu qualifizieren oder dafür passende Kandidaten zu finden. Im Bildungsbegleiter können die Institute zum Beispiel auf ihr Haus abgestimmte Qualifizierungsmaßnahmen auswählen und bei Bedarf gleich die dazu passenden Kurse bei der ABG buchen. Soll eine Stelle extern besetzt werden, lassen sich die entsprechenden Stellenbeschreibungen abrufen. Außerdem werden die Banken bei der Auswahl der richtigen Bewerber unterstützt.

- Weitere Informationen in [„Profil“ 12/2018](#) sowie im [MuV-Manager](#),
- Ansprechpartner: [Sebastian Reindl](#), ABG.



Der GVB begleitet die bayerischen Volksbanken und Raiffeisenbanken auf dem Weg zur Omnikanal-Bank mit einem umfassenden Unterstützungsangebot. Grafik: GVB

6. Beratung zur Filialnetzoptimierung

Ziel der GVB-Beratungsleistung Filialnetzoptimierung ist es, das Filialnetz fit für die Zukunft zu machen. Im Rahmen des rund zweimonatigen Projekts werden umfangreiche Analysen der Standorte vorgenommen. Dabei ermittelt der GVB unter anderem die Kundenfrequenz und erstellt eine Potenzialanalyse. Gemeinsam mit der Bank wird daraus ein optimiertes Filialnetz-Zielbild in Bezug auf Standorte und Formate abgeleitet. Zudem bekommen die Teilnehmer Hinweise und Empfehlungen für ihr Marktbearbeitungskonzept. Das Angebot wurde gemeinsam mit dem DG Verlag entwickelt.

- Weitere Informationen im [MuV-Manager](#) sowie in dieser [„Profil“-Ausgabe](#),
- Ansprechpartner: [Manfred Karl](#), GVB.

7. Workshops zum „Digitalen Banking“

Der GVB hat zusammen mit der VR-Bank Feuchtwangen-Dinkelsbühl einen Praxisleitfaden „Digitales Banking“ erarbeitet. Parallel dazu bietet der GVB einen Zielbild- und einen Umsetzungsworkshop „Digitales Banking“ an. Damit unterstützt der Verband die Banken bei der strategischen Ausrichtung des Digitalen Bankings und liefert organisatorische Hinweise zur Umsetzung.

- Weitere Informationen in [„Profil“ 01/2019](#) sowie im [MuV-Manager](#),
- Ansprechpartner: [Stefan Dandl](#) und [Timo Braun](#), GVB.

8. Workshops zum KundenDialogCenter

Der GVB unterstützt seine Mitgliedsbanken beim Aufbau eines KundenDialogCenters

mit einem Zielbild- und einem Umsetzungsworkshop. Der Zielbildworkshop hilft den Banken bei der optimalen Ausrichtung des KundenDialogCenters und der Entscheidungsfindung. Im Umsetzungsworkshop werden die wesentlichen Bausteine des KundenDialogCenters festgelegt. Dazu erhalten die Banken eine realistische Umsetzungsplanung. Ein vergleichbares Workshop-Angebot gibt es auch für Banken, die bereits ein KundenServiceCenter betreiben, dieses aber zum KundenDialogCenter ausbauen wollen.

- Weitere Informationen im [MuV-Manager](#),
- Ansprechpartner: [Stefan Dandl](#) und [Timo Braun](#), GVB.

9. Omnikanalvertriebsplattform (OKVP)

Im ersten Halbjahr 2019 wird die Fiducia & GAD die neue Omnikanalvertriebsplattform (OKVP) in der ersten Ausbaustufe auf den Markt bringen. Sie ist das Kernelement der gesamten Digitalisierungsoffensive und soll die Vertriebsanwendungen im Banksystem agree21 sukzessive abbilden und ersetzen. Grundlage der Plattform sind die Prozesse und Assistenten aus den Projekten BeratungsQualität und KundenFokus. Auch die neuen fallabschließenden One-and-done-Prozesse fließen in die Plattform ein. Der Genossenschaftsverband Bayern (GVB) rät seinen Mitgliedern, sich mit diesen Lösungen intensiv zu beschäftigen und sie zeitnah einzuführen, um für die neue Plattform gerüstet zu sein. Dabei helfen auch die oben genannten GVB-Unterstützungsleistungen. Der GVB wird seine Mitglieder rund um die Omnikanalvertriebsplattform mit Konzepten und Umsetzungslotsen unterstützen, zum Beispiel zu den One-and-done-Prozessen.

- Weitere Informationen im [MuV-Manager](#),
- Ansprechpartner: [Markus Hälmle](#), GVB.

WEITERFÜHRENDE LINKS

- [Alle GVB-Unterstützungsangebote zum Projekt KundenFokus und zur Digitalisierungsoffensive im MuV-Manager](#)