

Sparkasse Freiburg-Nördlicher Breisgau: Die Einführung von OSPlus-Vertrieb auch als Chance im Sparkassen-Vermögensmanagement genutzt

Ganzheitlicher Ansatz stößt auf positive Resonanz

Die Sparkasse Freiburg-Nördlicher Breisgau setzte mehr als zehn Jahre das Kunden-Betreuungs-Programm (KBP) von Orgaplan zur Vertriebsunterstützung und die darin eingebundenen Finanzplanungsmodule zur Betreuung der vermögenden Kunden ein. KBP wurde im Gesamthaus unter anderem zur Kundenselektion, für die Steuerung von Anspracheanlässen, für Auswertungen und das Kampagnenmanagement umfänglich genutzt. Mit der Umstellung auf die neue Plattform OSPlus-Vertrieb wechselte man in diesen Kompetenzzentren auch zur OSP-integrierten Web-Finanzplanung von Orgaplan.

Bereits seit Ende 1995 wird das DSGVO-Konzept „Sparkassen-Finanzplanung Privat“ mit dem ganzheitlichen Beratungs- und Betreuungsansatz für alle Anlage-, Finanzierungs-, Versicherungs-, Steuer- und Erbschaftsfragen umgesetzt. Die softwaretechnische Unterstrützung erfolgte im Rahmen des KBP-Einsatzes stets durch die KBP-Finanzplanungsmodule, die nun durch die in OSPlus-Vertrieb vollständig integrierten WebFinanzplanungs-Anwendungen (WebFP) abgelöst werden sollten. Die WebFP wird direkt aus OSPlus-Vertrieb heraus gestartet und greift auf den dortigen aktuellen Datenbestand zu. Damit werden separate Importe, doppelte Datenhaltung oder eine gesonderte Installation von Servern und Software überflüssig. Einen

weiteren Vorteil des Umstiegs sah man darin, dass die neuen Module fachlich gegenüber den KBP-Finanzplänen erheblich erweitert wurden und im „Look-and-Feel“ bereits heute auf OSPPortal ausgerichtet sind.

Die Sparkasse Freiburg-Nördlicher Breisgau erkannte bereits in der Konzeptionierungsphase, dass die Umstellung von der KBP-Finanzplanung auf die OSP-integrierte WebFP nicht allein technisch betrachtet werden kann. Veränderte technische Rahmenbedingungen, so die Erkenntnis, bringen zwangsläufig einen veränderten Workflow und die Notwendigkeit der Anpassung von Beratungsprozessen mit sich. Auch sollte bei dieser Gelegenheit die Chance ergriffen werden, die bisherige Vorgehensweise kritisch zu durchleuchten, ausgetretene Pfade eventuell zu verlassen und neue erfolgversprechende Wege einzuschlagen.

Deshalb entschloss man sich, den gesamten bisherigen Prozess der ganzheitlichen Beratung auf den Prüfstand zu stellen. Diese Herangehensweise wurde durch die Firma Orgaplan, die sowohl die KBP-Finanzplanung als auch WebFP entwickelt hat und von Anfang an in das Projekt eingebunden wurde, unterstützt. „Allen Beteiligten war klar, dass alleine die Sicherstellung der technischen Lauffähigkeit der Software nicht den gewünschten Erfolg bringen wird. Wir verfolgen daher in unseren Projekten immer einen interaktiven Ansatz: Prozesse, Zielsysteme,

Mitarbeiterausbildung und vertriebliche Strategie müssen aufeinander ausgerichtet und in sich stimmig sein“, beschreibt der externe Projektleiter Karl-Uwe Hafer die Philosophie von Orgaplan. Startschuss für das Projekt war im November 2004. Nach einer ersten Einsatzphase erfolgte der offizielle Projektabschluss knapp neun Monate später mit einem Reviewworkshop. Im Rahmen eines Wertpapierforums im Mai 2006 wurde dann die zentrale Rolle der ganzheitlichen Beratung mit einem Finanzplanungs-Messestand und Kurzvorträgen verstärkt ins Bewusstsein der Kunden transportiert.

Das Projektteam zur Einführung der Finanzplanung wurde von Jörg Kaiser, Abteilungsleiter Sparkassen-VermögensManagement, geleitet. Da OSPlus-Vertrieb für die Umsetzung der neu zu definierenden Beratungsprozesse eine zentrale Rolle spielen würde, wurden entsprechend auch OSP- und Vertriebsverantwortliche eingebunden. Das Projekt wurde durch Marketing/Vertriebssteuerung und Organisation unterstützt. Die vordringlichste Projektaufgabe bestand darin, den Beratungsprozess unter Einbezug aller unterstützenden Instrumente (nicht nur der Softwareanwendungen) neu zu modellieren. Alles sollte durchgängig und reibungsfrei ineinander greifen. In einem ersten Schritt wurde das bisherige typische Vorgehen bei der Durchführung einer Ganzheitlichen Beratung analysiert. Dabei wurde Handlungsbedarf

auf unterschiedlichen Feldern deutlich: So stellte sich heraus, dass der parallele Einsatz von Technik und papiergebundenen Erfassungs- und Beratungsbögen nicht immer optimal gelaufen war und klarer definiert werden musste.

Außerdem existierten mehrere unterschiedliche Methoden und Hilfsmittel zur Ergebnispräsentation. Hier musste ein einheitlicher Weg gefunden werden.

Die „Durchlaufzeiten“ einer ganzheitlichen Beratung mit Finanzplanung erschienen vielfach zu lang, eine Verkürzung dieses Prozesses wurde als notwendig erachtet.

Eine Steuerung der Berater allein durch Messung der bloßen Anzahl durchgeführter Gespräche wurde nicht mehr als zielführend erachtet. Weitere Kriterien sollten zukünftig zum Beispiel die Regelmäßigkeit der Ansprache, die Kundendurchdringung oder der Akquiserfolg sein.

Alle im Rahmen der ganzheitlichen Beratung verwendeten Unterlagen (Datenerfassungsbögen, Hilfsmittel für Verkauf, Produktpräsentationen usw.) wurden einer Prüfung unterzogen. Besondere Herausforderung war die Gestaltung geeigneter Gesprächsbögen, die sowohl das gesamte Themenspektrum einer ganzheitlichen bedarfsgerichteten Beratung als auch die vertriebliche Anforderung zur Generierung von Cross-Selling-Potenzialen berücksichtigen. Alles was dem Kunden präsentiert oder übergeben wird, sollte

„aus einem Guss“ sein. Hieran schlossen sich die konkreten Umsetzungsmaßnahmen an.

Dazu gehörte die technische und fachliche Administration der Finanzplanungssoftware, insbesondere die Festlegung und Einstellung institutsindividueller Parameter.

Zur gezielteren Ansprache wurden anhand eines selbstentwickelten Scoringssystems erfolgversprechende Kunden identifiziert und über das OSPlus-Kampagnenmanagement den Beratern zur Verfügung gestellt.

Beraterhandbücher wurden geschrieben, Trainingsmaßnahmen veranlasst und eine Informationsveranstaltung für alle betroffenen Mitarbeiter durchgeführt. Die Beteiligung des Vorstands dokumentierte hierbei noch einmal die Bedeutung des Themas für das Gesamthaus.

Nach fast einem Jahr im Praxiseinsatz zieht Projektleiter Kaiser ein zufriedenes Fazit: „Der ganzheitliche Beratungsansatz findet bei den Beratern eine sehr hohe Akzeptanz und wird erfolgreich bei der Betreuung der Individualkunden umgesetzt. Aktuell wird unser Vorgehen mit den Erkenntnissen des DSGVO-Projekts Vertriebsoffensive SVM abgeglichen und gegebenenfalls noch modifiziert. Die Finanzplanung wird von unseren Kunden durchweg positiv angenommen und von den Beratern erfolgreich im Vertrieb genutzt. Damit zahlt sich unser Vorgehen in jeder Hinsicht aus.“