

Volksbank Dortmund-NW eG und die „Digiloge Filiale“

Banken und Sparkassen müssen sich mit einem veränderten Kundenverhalten auseinandersetzen. Vor dem Hintergrund von Trends wie Niedrigzinsen und demografischem Wandel stets für die notwendige Kostendeckung zu sorgen, bildet eine zusätzliche Herausforderung.



Autoren:
Frank Hummel,
Vorstand P3N AG



Dr. Armin Schwarze,
Vorstand,
Volksbank
Dortmund-
Nordwest eG



Innovativer Videoservice in allen Filialen

steigerungen für die Bank zu erreichen, sondern vor allem auch um die Kundenzufriedenheit als Basis für eine vertrauensvolle Geschäftsbeziehung. Die bisherigen Erfahrungen der Volksbank Dortmund-Nordwest eG zeigen, dass die Kunden das neue Filialkonzept sehr positiv bewerten: Für das Video-basierte „Serviceerlebnis“ vergaben sie im Durchschnitt beachtliche 4,8 von 5 Sternen – was einem eKomi Gold-Siegel entspricht. Zusätzlich erhielt die Volksbank Dortmund-Nordwest eG den Banking Check Award 2019 in der Kategorie „Beste Regionalbank“. Diese Erfolge sprechen eine deutliche Sprache. Dass der Plan der Digilogität aufgeht, erfordert allerdings nicht nur stimmige Prozesse im Kundenkontakt, sondern auch agile und veränderungsbereite Bankmitarbeiter.

Fazit

Der Volksbank Dortmund-Nordwest eG ist es auf Basis einer strategischen Neuausrichtung gelungen, sich besser auf die Kundenwünsche einzustellen und gleichzeitig an Effizienz zu gewinnen. Eine Schlüsselrolle spielte dabei die Kundenstromanalyse, aus der eindeutige Maßnahmen mit spürbarem Ergebnisbeitrag abgeleitet werden konnten.

Die Volksbank Dortmund-Nordwest eG hat sich mit dieser Thematik schon früh befasst. Die Zielsetzung: eine deutliche Verbesserung der Wirtschaftlichkeit bei gleichzeitiger Aufrechterhaltung der Flächenpräsenz.

Kundenstromanalyse als Grundlage

In der Konsequenz entwickelte das Dortmunder Finanzinstitut innovative Alternativen und führte 2019 beispielsweise einen Videoservice in allen Filialen, kombiniert mit einer zentralen Direktfiliale, ein. Dies ist ein fester Baustein der Strategie einer „Digilogen Filiale“. Dabei steht die Kombination aus analoger Erlebbarkeit und digitalem Service im Fokus. Hierdurch konnten die Filialöffnungszeiten bei gleichzeitiger Effizienzsteigerung auf wöchentlich 50 Stunden

ausgeweitet werden. Im Zuge ihrer strategischen Neuausrichtung stellte die Bank fest, dass auf dem Weg hin zur „Digilogen Filiale“ insbesondere der defizitäre Barzahlungsverkehr eine Baustelle markiert. Hierfür bedient sich die Dortmunder der Hilfe der P3N AG mit ihrem spezifischen Know-how in der ganzheitlichen Optimierung von Serviceleistungen. Ein wesentlicher Bestandteil war dabei die von der P3N AG entwickelte Tablet-gestützte Kundenstromanalyse, mit der über einen Zeitraum von mindestens zwei Wochen die Kundenströme in den Filialen in Bezug auf die nachgefragten Leistungen analysiert werden konnten. Verbunden mit weiteren Auswertungen aus den zentralen Daten wie Umsätzen, Transaktionen und Kosten, gelang es innerhalb kurzer Zeit, konkrete Maßnahmen abzuleiten und umzusetzen.

Zufriedenheit auf allen Seiten

Bei dem Gesamtkonzept „Digiloge Filiale“ geht es jedoch nicht nur darum, Effizienz-



Kundenzufriedenheit dank „Digiloger Filiale“