

FIRMENKUNDEN BEGEISTERN: KEINE CHANCE OHNE DIGITALISIERUNG

Prof. Dr. Jürgen Weimann · 26. Februar 2018

[Download des Thesepapiers](#)

Mit einem Ertragsanteil von bis zu 60 % ist die Bedeutung des Firmenkundengeschäfts für den Gesamterfolg der Sparkasse von großer Bedeutung. Im Zuge der Vertriebsstrategie der Zukunft für Firmenkunden beschäftigen sich nun Sparkassen mit der Neuausrichtung dieses Geschäftszweigs.

Während im Privatkundengeschäft zahlreiche zentrale Konzepte des DSGVO vorhanden sind, ist die Projektlandkarte für den Firmenkundenbereich mit noch deutlich mehr weißen Flecken versehen. Bevor wir tiefer auf die strategischen Maßnahmen eingehen, werfen wir einen Blick auf den Kunden.

Die Digitalisierung hat ganze Geschäftsmodelle und Branchen verändert. Im Idealfall nur verändert – manche sind ebenso vom Markt verschwunden. Egal, in welche Branche man blickt, alle beschäftigen sich aktuell mit der Frage: **Wie kann das bestehende Geschäftsmodell in eine digitale Welt überführt werden?**

Ob Großkonzern, Mittelständler oder Kleinbetrieb, alle sind von der Digitalisierung betroffen. Dies führt dazu, dass bereits heute zahlreiche gewerbliche Kunden der Sparkassen deutlich digitaler sind als die Sparkassen selbst.

Die Kunden haben sich extrem verändert oder befinden sich gerade mitten in einem Veränderungsprozess. Prozesse werden digitalisiert, Technologien führen zu höherer Effektivität, Produktinnovationen eröffnen neue Erlösquellen etc. Kurzum, die gesamte Welt der gewerblichen Kunden ist in Bewegung.

Blickt man in die Sparkasse, so erinnert noch vieles an das Banking vor 20 Jahren. Kreditakten werden gestapelt, seitenlange Beschlüsse geschrieben, digital sind bis auf das Onlinebanking keinerlei Produktlösungen vorhanden. Auch die Erreichbarkeit der Sparkassenmitarbeiter oftmals bis max. 17 Uhr entspricht nicht dem digitalen Zeitalter.

Anders als im Privatkundengeschäft, wo es noch einen zwar immer kleiner werdenden, aber aktuell

noch hohen Anteil an Kunden gibt, die noch nicht ganz in der digitalen Welt angekommen sind, sieht es im Firmenkundengeschäft ganz anders aus. Ein meist digitaler Kunde trifft auf eine analoge Sparkasse. Allein diese Situation birgt für die Sparkasse **enorme Risiken des Ertragsverlusts**, doch dies ist nicht die einzige Herausforderung.

Zahlreiche Non-Banks sind in den Markt getreten und haben bereits viele Kunden für sich gewonnen. Als Beispiel sei hier nur PayPal genannt. Der Versuch der deutschen Kreditinstitute, mit Paydirekt einen entsprechenden Konkurrenten aufzubauen, ist gescheitert. Plattformen vermitteln nach dem „Interhyp-Prinzip“ bereits Kredite an gewerbliche Kunden. Gleichzeitig ist jeder gewerbliche Kunde ebenso Privatperson und somit ein attraktives Ziel für den Wettbewerb.

Betrachtet man die durch die Niedrigzinsphase angespannte Ertragssituation, so ist das Firmenkundengeschäft heute eine wesentliche Ertragssäule – nicht nur für Sparkassen. Nicht auszudenken wären die Auswirkungen einer wirtschaftlichen Rezession und die daraus resultierenden Forderungsausfälle.

Diese Marktgegebenheiten führen für Sparkassen zu einer besonders herausfordernden Situation: Das Firmenkundengeschäft ist von entscheidender Bedeutung für die Ertragssituation und somit Überlebensfähigkeit, gleichzeitig sind die heute vorhandenen organisatorischen Voraussetzungen den Kundenanforderungen nicht gewachsen und der Wettbewerb verschärft sich weiter. Was nun?

Dieses Thesenpapier beleuchtet zunächst die wesentlichen Herausforderungen im Geschäft mit gewerblichen Kunden und stellt notwendige Maßnahmen zur Überwindung dieser Herausforderungen vor.

Vielleicht auch interessant: [Sparkasse Digitalisierung](#)

[Download des Thesenpapiers](#)



Über den Autor: Prof. Dr. Jürgen Weimann

Prof. Dr. Jürgen Weimann ist Berater, Sparringspartner und Keynote-Speaker für Transformation und Führung in Banken und Sparkassen. Seit 1997 in der Bankenbranche, seit 2015 selbstständig, Professor für Digital Strategy an der DBU Berlin und Host des Podcasts Everyone Counts. Seine These: Strategien scheitern an der Umsetzung. Umsetzung scheitert an mangelnder Führung. Führung beginnt beim Vorstand.

juergenweimann.com · buero@juergenweimann.com · +49 176 61 01 68 62