Werden Sie nicht digital, sondern einzigartig

Alle Sparkassen stehen vor der Herausforderung, die Auswirkungen der Digitalisierung zu überleben. Vor allem das massiv veränderte Kundenverhalten lässt das bisherige Geschäftsmodell ins Wanken geraten. Die gestiegenen Kundenerwartungen führen zu einem notwendigen Kraftakt: Auf der einen Seite Kosten sparen und gleichzeitig eine höhere Dienstleistungsqualität mit weniger Mitarbeitern liefern. Auf vielen Tagungen wird daher diskutiert, wie eine Sparkasse „digitaler" werden kann; doch was heißt das? Im Kern geht es darum, für Kunden und Mitarbeiter gleichermaßen einzigartig zu werden.

Welches Bild entsteht in Ihrem Kopf, wenn Sie hören, die Sparkasse solle „digitaler" werden? Bedeutet dies, alle Filialen zu schließen und die Services künftig nur noch online, z. B. via App anzubieten? Oder heißt es eher, Verträge, die bis dato auf Papier gedruckt werden, heute als PDF-Datei mit elektronischer Unterschrift zu erstellen? Und sind Öffnungszeiten in einer digitalen Welt überhaupt noch zeitgemäß?

Man könnte hunderte Annahmen treffen, was es nun heißt, als Sparkasse „digitaler" zu werden. Genau so findet aktuell die Diskussion in der S-Finanzgruppe und in jeder einzelnen Sparkasse statt. Nimmt man die Meinungen aller Mitarbeiter der Sparkassen-Finanzgruppe und der Mitarbeiter der externen Unternehmen und Dienstleister, die mit Sparkassen zusammenarbeiten, zusammen, so käme man auf tausende unterschiedliche Zielbilder. Das führt im Ergebnis zu noch zahlreicheren – mal mehr, mal minder sinnvollen – Maßnahmen. Für mich bedeutet Digitalisierung im Kern Menschenfokus. Mitarbeiter und Kunden sind anspruchsvoller, informierter und wechselbereiter geworden, als man es früher gewohnt war (detaillierte Ausführung hierzu in meinem Thesenpapier). Ihr Drang nach Zugehörigkeit und Autonomie zugleich ist deutlich größer als noch vor 10 Jahren.

Die Verwendung von Management Buzzwords allein macht es aber weder einfacher, für die Mitarbeiter ein klares Bild der Zukunft aufzuzeigen, noch für sie eine Art „Kompass" zu erschaffen, an dem sie sich und ihr Verhalten täglich orientieren können. Wenn wir nicht „digitaler werden", sondern stattdessen „einzigartig werden" verwenden, kann es zwar immer noch unterschiedliche Vorstellungen geben, was das nun konkret heißt, bezogen auf den einzelnen Kundenfall wird aber in jedem Fall ein deutlich besseres Erlebnis für den Kunden herauskommen. Es ist beispielsweise nicht einzigartig, wenn der Kunde für eine Baufinanzierung 4 Termine benötigt und dann immer noch keine Zusage hat. Oder wenn man Kunden, die die Filiale besuchen, vom Service-Point wieder in das Foyer begleitet, um ihnen dort die Automaten zu erklären. Zumindest nicht positiv einzigartig. Jeder Mitarbeiter versteht „als Sparkasse einzigartig sein" deutlich schneller als „digitaler werden", weil alle Mitarbeiter ebenso Kunden sind und die menschliche Empathie genau weiß, ob das Verhalten, welches der Kunde gerade erlebt, positiv einzigartig war, oder eine wohlbekannte Katastrophe. Wenn Sie als Sparkasse noch ein weiteres Attribut hinzufügen und „einzigartig und unkompliziert" sein möchten, dann sind Sie bereits auf dem Pfad in Richtung Zukunft angekommen. Der Wissenschaftler Johnston hat bereits im Jahr 2004 einige Kriterien für eine herausragende Servicequalität, die auch in einer digitalen Welt weiterhin Bestand hat, festgelegt:

Herausragender Service
Das Versprochene leisten.
Die Leistungen sind persönlich.
Die „Extra-Meile" für den Kunden.
Beschwerden werden empathisch gelöst.

Überträgt man die Worte „einzigartig und unkompliziert" auf all die Strukturen, Abläufe und Prozesse der Sparkasse, dann werden schnell zahlreiche Handlungsfelder erkennbar, die es zu ändern gilt. Fragen Sie sich: Was erleben unsere Mitarbeiter und Kunden tagtäglich? Sind das „einzigartige und unkomplizierte" Erlebnisse? Ich bin mir sicher, Sie werden sofort ein paar verbesserungswürdige Handlungsfelder erkennen. Gehen Sie diese aktiv an und werden Sie mit Ihrer Sparkasse dadurch quasi automatisch auch digitaler und zukunftsfähig.

- © Veröffentlichung nur nach vorheriger Freigabe -