

Pressemitteilung

Digitalisierung stärkt die Geschäftsbeziehung

Frankfurt, 26. März 2019

Die Frankfurter Sparkasse hat im Geschäftsjahr 2018 unter Beweis gestellt, dass die Digitalisierung weniger eine Herausforderung denn vielmehr eine Chance für Kreditinstitute sein kann, die Geschäftsbeziehung zu ihren Kunden zu stärken. Dies hob Robert Restani, Vorstandsvorsitzender des regionalen Kreditinstituts, im Rahmen der jährlichen Bilanzpressekonferenz hervor.

Web-Anwendung „friends in banks“ kommt gut an

Ein Beispiel hierfür ist die Web-Anwendung „friends in banks“. Das von der Frankfurter Sparkasse selbst entwickelte Tool ermöglicht allen Personen, die Kunden der Frankfurter Sparkasse werden wollen, den Berater zu finden, der auf menschlicher Ebene am besten zu ihnen passt. Hierfür beantworten die Nutzer zehn einfache, teils zum Schmunzeln anregende Fragen. Die Anwendung muss nicht aufs mobile Endgerät heruntergeladen werden, sondern ist über die Website www.friends-in-banks.de kostenfrei verfügbar.

„friends in banks“ ging Ende Januar 2019 live und hat seitdem viel Zuspruch erfahren. In den ersten knapp zwei Monaten haben rund 14.000 Nutzer die Website www.friends-in-banks.de aufgerufen, rund 5.000 haben den Fragenkatalog abgeschlossen. „Das ist ein klassisches Beispiel, wie wir digitale Wege nutzen, um unsere Filialen vor Ort zu stärken“, betont Restani. „Die Web-Anwendung trägt dazu bei, dass unsere Kunden ihre Sparkasse menschlich und nah erleben, noch bevor sie eine Filiale betreten. Damit verringert „friends in banks“ Berührungängste und motiviert Menschen dazu, mit uns in Kontakt zu treten.“

„friends in banks“ ist nur eines von mehreren Projekten, welche das innovationLab der Frankfurter Sparkasse gemeinsam mit einem Projektteam und den Fachbereichen vorantreibt. Weitere sind bereits in Arbeit, so zum Beispiel „S-Regionect“ und „Transformers“ sowie eine neue „Digital Learning Journey“. Alle basieren auf dem Prinzip, dass die Frankfurter Sparkasse als regionaler Netzwerker die analoge und die digitale Welt verknüpft und damit für ihre Privat-, Geschäfts- und Firmenkunden Mehrwerte schafft.

Seite 2 von 3
Frankfurt, 26. März 2019

Sofortüberweisung erfährt hohe Resonanz

Als erste Institutsgruppe in Deutschland bieten die Sparkassen seit dem 10. Juli 2018 die Sofortüberweisung an. Kunden können damit Geldbeträge bis zu 15.000 Euro im Online-Banking oder über ihre Sparkassen-App überweisen, die den Empfängern innerhalb weniger Sekunden auf ihrem Konto gutgeschrieben werden. Die Kunden der Frankfurter Sparkasse nutzen diesen Service rege: Innerhalb des ersten halben Jahres verzeichnete das Institut 56.000 Sofortüberweisungen mit einem geschätzten Volumen von insgesamt 29 Mio. Euro. Aktuell werden bei der Frankfurter Sparkasse etwa 20.000 Sofortüberweisungen pro Monat beauftragt – Tendenz stark steigend.

Neues Kunden-Service-Center führt zu hoher Zufriedenheit

Im August 2018 ist das „Kunden-Service-Center“ (KSC) gestartet. In dieser neuen Abteilung sind die Beschäftigten über die übliche Servicezeit hinaus per Telefon, E-Mail, SMS- und Video-Chat erreichbar; auch der Terminierungsservice ist hier angesiedelt. Außerdem sollen die Beschäftigten dort künftig auch selbstständig Produkte abschließen, Vorgänge fallabschließend bearbeiten, Kunden gezielt ansprechen und an den stationären Vertrieb überleiten. Die Frankfurter Sparkasse verzeichnete im Jahr 2018 insgesamt über 32.000 Text- beziehungsweise Video-Chats und 1.000 Video-Legitimationen. Das Online-Banking wurde insgesamt rund 25,2 Mio. Mal aufgerufen, 1 Mio. Mal mehr als im Vorjahr.

„Das neue KSC steht nicht in Konkurrenz zu unseren Filialen, sondern im Gegenteil: Es unterstützt diese und ergänzt damit unser gesamtes Angebot. Erste Befragungen zeigen, dass unsere Kunden mit der Betreuung durchs KSC deutlich zufriedener sind als bei unserer vorherigen Lösung“, erläutert Restani.

Neue Standorte in Hessen Center und Skyline Plaza setzen auf innovative Konzepte

Wie die Verknüpfung zwischen der Präsenz vor Ort und digitaler Technik gelingen kann, zeigen die neuen Filialen der Frankfurter Sparkasse. Sie sind in modernem Design und mit digitaler Technik,

Seite 3 von 3
Frankfurt, 26. März 2019

etwa einem Servicetresen mit integriertem Touchpad, ausgestattet. „Wir gehen dorthin, wo unsere Kunden sind und sein werden“, bringt Restani die Strategie der Frankfurter Sparkasse auf den Punkt. Von der zusätzlichen Präsenz verspreche sich das Institut weitere Möglichkeiten, mit seinen Kunden ins Gespräch zu kommen. „Ich bin davon überzeugt: Die Digitalisierung kommt letztlich dem Vertrieb zugute. Wir sind für unsere Kunden da – digital und offline.“

Für weitere Informationen oder Fragen:

Julia Droege-Knaup
Pressesprecherin
Neue Mainzer Straße 47-53
60311 Frankfurt am Main
Telefon 069 2641-2568
julia.droege-knaup@frankfurter-sparkasse.de