

Wachstumschancen in der Konsumfinanzierung

Embedded Finance und finanzieller Spielraum als Schlüssel zum Erfolg

Börsen-Zeitung, 14.6.2023

Auch wenn die vergangenen Jahre von sich überlagernden Veränderungen geprägt waren, die zentralen Bedürfnisse der Kundinnen und Kunden in Finanzfragen haben sich zahlreichen Erhebungen zufolge nicht verändert. Die Art und Weise, wie sie erfüllt werden, durchaus. Ganz



Frank Mühlbauer

Vorstandsvorsitzender der TeamBank AG

selbstverständlich gilt inzwischen über alle Zielgruppen und Generationen hinweg die Erwartungshaltung: Selbstbestimmt, einfach, schnell, immer verfügbar und transparent. Die Anforderungen, die sich daraus für das Segment der Konsumfinanzierung ergeben, hat die TeamBank vorausschauend in ihr Produktportfolio integriert. Digital – persönlich-digital – persönlich steht der Liquiditätsexperte der genossenschaftlichen Finanzgruppe sowohl den Kundinnen und Kunden als auch den Partnerbanken kanalübergreifend zur Verfügung.

Im Rahmen ihres Omnikanal-Ansatzes leistet die Bank auch einen erheblichen Beitrag zur effizienten Marktbearbeitung. Sie bietet ihren Partnerbanken neben der easyCredit-Markenfamilie ein innovatives Portfolio an vertrieblichen Lösungen zur konsequenten Ausschöpfung der vorhandenen Potenziale. Dessen Wirksamkeit zeigt sich im gemeinsamen Wachstum: Während das Volumen an Ratenkrediten in Deutschland im Jahr 2022 gegenüber dem Vorjahr lediglich um 0,6% wuchs, erhöhte sich der easyCredit-Bestand um 2,1%. Im vergangenen Jahr konnte die TeamBank zudem erstmals ihren millionsten Bestandskunden begrüßen.

Wachstumschancen ergeben sich auch zusätzlich zur etablierten Konsumfinanzierung. Embedded Finance, die Integration von Finanzdienstleistungen in Wertschöpfungsketten, stellt einen wichtigen Hebel dar, den es gilt, gemeinsam zu nutzen. Besagte Finanzierungsangebote werden vor allem von den Generationen Y und Z genutzt. Die Kundenschnittstelle zu dieser im Wettbewerb begehrten Zielgruppe zu sichern, gelingt mit easyCredit-Ratenkauf papierlos und mit Sofortzusage. Firmen- und Gewerbekunden der Genossenschaftsbanken verfügen damit über die erste Payment-Lösung, die eine einfache und einheitlich gestaltete Anwendung für den E-Commerce, am Point of Sale, den Direktvertrieb und den Cross-Channel-Handel bietet.

Gemäß einer im Juli 2022 durchgeführten Händlerbefragung zeigen sich 97% der

Befragten mit dem Produkt easyCredit-Ratenkauf zufrieden. Die Weiterempfehlungsbereitschaft der Händler (Net Promoter Score – NPS) liegt mit einem Wert von +83 Punkten deutlich über dem Branchendurchschnitt. Zum Ende des Jahres 2022 vertrauten in Deutschland rund 2.200 Händler und 62.000 Kundinnen und Kunden dem easyCredit-Ratenkauf. Dabei ist der easyCredit-Ratenkauf ein weiteres Beispiel dafür, wie die TeamBank über eine optimale Aussteuerung ihrer Kommunikations-, Media- und Performance-Marketingmaßnahmen Kundinnen und Kunden für die genossenschaftliche Finanzgruppe gewinnt.

Als einer der ersten Anbieter offeriert die Bank bereits seit 2020 einen vollständig digitalen Vertragsabschluss mittels digitaler Signatur. Auf diese Weise entfällt der Druck des Vertragsdokuments vollständig. Alleine im vergangenen Jahr konnten damit rund 13 Millionen Seiten bedrucktes Papier und 61 Tonnen CO₂ eingespart werden. Die Nutzungsquote des digitalen Vertragsabschlusses bei den Genossenschaftsbanken vor Ort konnte sich seit der Einführung binnen drei Jahren verdoppeln, so dass jede zweite Kundin oder Kunde dadurch einen Beitrag zum Umweltschutz leistet. Diese Entwicklung verdeutlicht, dass sich die Innovation sowohl bei den Kundinnen und Kunden als auch den Beraterinnen und Beratern der Filialen immer stärker durchsetzt. Effizienz, Kundennähe und Nachhaltigkeit gehen somit bei der TeamBank Hand in Hand.

„Einfachheit“ stellt, wie beschrieben, ein wichtiges Differenzierungsmerkmal im Wettbewerb dar. Die Bank hat in unterschiedlichen Befragungen darüber hinaus festgestellt, dass Kundinnen und Kunden bei der Aufnahme von Liquidität großen Wert darauflegen, selbstbestimmt zu handeln. Dieses Kundenbedürfnis wird durch den finanziellen Spielraum vollumfänglich gewährleistet. Die im Herbst 2022 gelaunchte Markenkommunikation trägt das Motto: „Ich kann. Du kannst. Er, sie, es kann. Den finanziellen Spielraum erweitern. Wir alle können Geld abrufen, wann immer wir wollen. Müssen aber nicht.“ Damit übersetzt die Bank konsequent den Customer Need und positioniert den easyCredit als Ermöglicher selbstbestimmten Finanzierens. Der Abruf des finanziellen Spielraums funktioniert per App jederzeit, von jedem Ort aus. Rund die Hälfte der Kundinnen und Kunden nutzt bereits das Self-Sale-Angebot.

Zudem nutzen bereits zwei von drei Kundinnen und Kunden den Service zur eigenständigen Bestandsbearbeitung und sind damit hochzufrieden, wie laufende Befragungen ergeben (Net Promoter Score 2022: +51). Die breite Kundenakzeptanz der Self-Services und der im Branchenvergleich überdurchschnittliche NPS-Wert zeigen, dass die TeamBank mit ihrem Leistungsangebot den richtigen Weg geht.

Insbesondere im Hinblick auf die beiden Megatrends demografischer Wandel und Fachkräftemangel bieten das Self-Sale-

und Self-Service-Angebot die passgenaue Lösung für die Ressourcensteuerung der Genossenschaftsbanken. Die in der Regel nicht wertschöpfenden Servicetätigkeiten reduzieren sich auf diese Weise deutlich und die Beraterinnen und Berater erhalten wertvolle Beratungszeit.

Dass Angebote im Self-Service auch in herausfordernden Kundensituationen nutzbar sind, zeigt die neueste Anwendung der Bank. Mithilfe eines Serviceportals für das Forderungsmanagement können Kundinnen und Kunden mit Zahlungsschwierigkeiten seit Oktober 2022 auch nach Vertragskündigung ganz einfach digitale Self-Services nutzen, wie beispielsweise Ratenzahlungsvorschläge unterbreiten. Durch einen lückenlosen End-to-End-Prozess ist der Überblick über den aktuellen Forderungsstand jederzeit gewährleistet. Damit ist die Nürnberger Bank mit ihrem durchgängigen Self-Service-Angebot im Forderungsmanagement führend im Markt. Mit der Einführung des neuen Serviceportals wurde der letzte Baustein für einen lückenlosen End-to-end-Prozess gesetzt, der medienbruchfrei durch alle Phasen der Kundenbeziehung hinweg führt.

Es bleibt der Anspruch der TeamBank, innovative Lösungen im Liquiditätsmanagement mit täglicher Kundenrelevanz zu entwickeln, diese weiter auszubauen und die Lieferfähigkeit für die Genossenschaftsbanken jederzeit zu gewährleisten. Die konsequente Kundenorientierung, das profitable Wachstum und die Zufriedenheit der Partnerbanken stehen dabei immer an erster Stelle.