

# Der klassische Ratenkredit ist ein Auslaufmodell

Wer als Anbieter am Customer Need vorbeplant, verliert an Relevanz – Den sich ändernden Bedürfnissen in einem ganzheitlichen Ansatz Rechnung tragen

Börsen-Zeitung, 5.6.2024  
„Der Konsum als Stütze der Konjunktur fällt derzeit aus“, kommentiert die Tageschau Ende Februar anlässlich der Vorstellung der Prognose der Bundesregierung für das deutsche Wirtschaftswachstum im Jahr 2024. Das Konsumklima hat seitdem einen leichten Anstieg gesehen, dennoch sind die Verbraucher nach wie vor verun-

Es ist unbestritten, dass sich die konjunkturelle Erholung in unserem Land noch nicht wie erhofft durchsetzt. Das sieht auch der Internationale Währungsfonds (IWF), der Deutschland mit einem prognostizierten Wirtschaftswachstum von 0,2% im laufenden Jahr die rote Laterne unter den großen Volkswirtschaften zugewiesen hat.

Dennoch: Konsum findet auch in Zeiten wie diesen statt, er ist weiterhin ein wichtiger Bestandteil unserer Volkswirtschaft. Für uns als Anbieter von Liquiditätslösungen, die genau diesen notwendigen Konsum ermöglichen sollen, ist es mehr denn je essenziell, die Verbraucher – und damit die Kundensituation zu kennen und daraus die richtigen Schlüsse zu ziehen.

Mit dem Anspruch, ihr Angebot gemeinsam mit dem Kunden zu entwickeln, hat die TeamBank vorausschauend wichtige strategische Weichen gestellt und Kundenzentrierung als Prämisse sowohl für ihre Produkte und Services als auch für ihre Aufbau- und Ablauforganisation definiert. Heute erweist sich unser kundenzentrierter Ansatz als wesentlicher Wettbewerbsfaktor, der es der genossenschaftlichen Finanzgruppe ermöglicht, ihre Position in einem anspruchsvollen Marktumfeld zu nutzen und wieder auszubauen.

Unser neues Angebot einer dauerhaften Liquiditätsbegleitung unter Berücksichtigung der individuellen finanziellen Leistungsfähigkeit ermöglicht es den Kundinnen und Kunden, selbstverantwortlich innerhalb ihrer persönlichen Möglichkeiten zu disponieren und schafft gleichzeitig eine langfristig tragfähige Kundenbeziehung mit verantwortungsvollen Partnern, wie den Volksbanken Raiffeisenbanken, Sparda-Banken und PSD Banken. Wie sehr Kunden diese

Sicherheit und Selbstbestimmtheit schätzen, zeigt die Tatsache, dass im vergangenen Jahr von den über 3 Mrd. Euro des TeamBank-Neugeschäfts bereits ein Drittel aus der Finanzreserve und dem anhand des Customer Need weiterentwickelten Produktangebot des finanziellen Spielraums stammte und damit vom Kunden eigeninitiiert wurde.

## Embedded-Finance-Lösung

Die Nutzung von Finanzierungslösungen im (digitalen) Kaufprozess ist aus Kundensicht längst gewohnte Praxis. Mit easyCredit-Ratenkauf bietet die TeamBank eine Embedded-Finance-Lösung für den E-Commerce und den Point of Sale

*Für uns als Anbieter von Liquiditätslösungen, die genau diesen notwendigen Konsum ermöglichen sollen, ist es mehr denn je essenziell, die Verbraucher – und damit die Kundensituation zu kennen.*

(PoS). Mehr als 2.500 genossenschaftliche Firmenkunden und Multichannel-Anbieter kooperieren bereits mit der TeamBank und profitieren nicht nur von mehr Absatz, sondern auch von größeren Warenkörben. Auf Privatkundenseite gene-

rieren wir damit aus dem überwiegend digitalen Handel heraus eine weitere Schnittstelle zur Kundenzuführung in die genossenschaftliche Finanzgruppe Volksbanken Raiffeisenbanken. Der Erfolg unserer Embedded-Finance-Lösung lässt sich auch an unseren Zahlen ablesen: Erstmals konnte in diesem Frühjahr die Schallmauer von über 100.000 Kundinnen und Kunden beim easyCredit-Ratenkauf erreicht werden.

Der digitale Kundenprozess der TeamBank ist maßgeblich darauf ausgerichtet, den sich ändernden Kundenbedürfnissen in einem ganzheitlichen Ansatz Rechnung zu tragen. Auch mit Blick auf den Fachkräftemangel gewinnt die intelligente Nutzung digitaler Prozesse zunehmend an Bedeutung.

Unsere Partnerbanken erhalten durch die Kombination von potenzialermittelnden und -hebenden digitalen Tools, die bei Bedarf mit persönlicher Betreuung kombiniert werden können, eine maßgeschneiderte Lösung für die digitale Marktbearbeitung. Das Herzstück dieses datenbasierten Ansatzes bildet unser Vertriebspotenzial-Service, den wir seit einigen Wochen mit ausgewählten Partnerbanken pilotieren und in den kommenden Monaten allen Partnern bereitstellen werden.

Damit können wir unseren genossenschaftlichen Partnerbanken eine maßgeschneiderte Lösung bieten, um ihre Kundenbeziehungen zu intensivieren und ihre Marktposition trotz der fordernden Situation der veränderten Nutzung der Vertriebskanäle effektiv und effizient auszubauen.

Die aktuellen Anforderungen des Marktes und die Bedürfnisse der Kundinnen und Kunden zeigen, dass punktuelle Liquidität nicht mehr ausreicht, um den Kundenbedarf nachhaltig und verantwortungsvoll zu decken. Pointiert ausge-

drückt: Der klassische Ratenkredit ist tot. Eine dauerhafte Liquiditätsbegleitung schafft die für eine langfristige Kundenbeziehung unverzichtbare tägliche Relevanz. Mit den Prozess- und Produktlösungen der TeamBank sind die Genossenschaftsbanken optimal aufgestellt, um den Herausforderungen der Zukunft zu begegnen.

*Die aktuellen Anforderungen des Marktes und die Bedürfnisse der Kundinnen und Kunden zeigen, dass punktuelle Liquidität nicht mehr ausreicht, um den Kundenbedarf nachhaltig zu decken.*

Ohne Zweifel erfordert diese von uns allen auch weiterhin eine bisher nicht gekannte Wandlungsfähigkeit. So prognostiziert die renommierte Futuristin Amy Webb, dass die Technologiesprünge, die bisher alle 100 Jahre stattfanden, im Jahr 2050 bereits im Fünfjahresrhythmus eintreten könnten. Unabhängig davon, ob diese Vorhersage tatsächlich so eintreffen wird, spüren wir alle die zunehmende Dynamik. In Anbetracht dieser Entwicklung ist es entscheidend, die Wandlungsfähigkeit von Unternehmen als zentrales Thema in der Unternehmensstrategie zu verankern.



Christian Polenz

Vorstandsvorsitzender der TeamBank AG

sichert. Gestiegene Lebenshaltungskosten und die verhaltenen konjunkturellen Rahmenbedingungen bremsen nicht nur die Bildung finanzieller Rücklagen, sondern schränken auch die Liquidität der Menschen ein.

Insbesondere der Handel spürt die allgemeine Kaufzurückhaltung, was sich in einem deutlichen Rückgang des Umsatzes im Bereich E-Commerce zeigt: In der noch vor Kurzem erfolgsverwöhnten Branche sank 2023 der Umsatz im Vorjahresvergleich um knapp 12%. Auch die Herausforderungen am Arbeitsmarkt bremsen die deutsche Wirtschaft aus: Neben dem Fachkräftemangel belasten die Forderungen nach kürzeren Wochenarbeitszeiten und deutlichen Lohnsteigerungen die Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen.