

# Die „Einfache Bank“

## Strategieentwurf für Primärbanken

Programmatik für eine neue,  
kundenorientierte Bank

**Dr. Christian Sievi**

### Inhaltsverzeichnis

<b><u>1 Zurück zum Kunden.....</u></b>	<b><u>2</u></b>
<b><u>2 Die eigenen Ziele der „Einfachen Bank“.....</u></b>	<b><u>3</u></b>
<b><u>3 Selbstbedienung und / oder Service &amp; Beratung .....</u></b>	<b><u>4</u></b>
<b><u>4 Produktbeispiel: Sparen am Sparbuch.....</u></b>	<b><u>5</u></b>

### Kontakt:

Dr. Christian Sievi  
Partner RISKBalance  
Herderstraße 6  
83071 Stephanskirchen

[Christian.Sievi@riskbalance.de](mailto:Christian.Sievi@riskbalance.de)  
[www.dr-sievi.de](http://www.dr-sievi.de)  
Tel 08031-27870  
Mobil 0160 90 30 80 79

RISKBalance GmbH & Co. KG  
Neuer Wall 80  
20354 Hamburg  
[www.riskbalance.de](http://www.riskbalance.de)  
Tel. 040 822138-130

# 1 Zurück zum Kunden

Alles was die Einfache Bank tut, muss darauf abgestellt sein, Kundennutzen zu stiften. Der Kunde ist Koalitionspartner der Bank und gleichzeitig seine primäre Erfolgsquelle.

Die Einfache Bank behandelt den Kunden fair und bietet nur solche Produkte an, die der Kunde wirklich versteht bzw. verstehen kann. Leitsätze hierbei sind:

- Transparenz: Das Produkt ist einfach zu verstehen und einfach zu erklären. Die Einfache Bank braucht kein „Kleingedrucktes“, in dem die Fallstricke und Ausnahmen verborgen sind. Das Produkt kann auf einer DIN A4-Seite umfassend dargestellt werden und ist internetfähig.
- Kontinuität in den Produkten: Die Einfache Bank bietet eine angemessene Produktpalette an, aber nicht jedes Produkt. „Finanzinnovationen“ und „strukturierte Produkte“ führt sie nicht. Ein Produkt, das heute angeboten wird, kann der Kunde auch morgen noch kaufen. Dadurch kennt der Kunde seine Produkte, die er immer wieder kauft – so wie bekannte Markenware.
- Kontinuität in der Preisgestaltung: Die Preise sind so bemessen, dass sie für den Kunden günstig sind, die Einfache Bank aber auch – bei schlanken Kosten – ausreichend verdient. Die Preise richten sich nach dem Zins am Interbankenmarkt der zugehörigen Frist bzw. Wertigkeit. Bei variabel verzinslichen Produkten (z. B. Spareinlagen) werden die Produktzinsen an Referenzzinsen des Interbankenmarktes gebunden.
- Langfristige Kundenbindung: Der Stammkunde steht im Fokus der Aufmerksamkeit der „Einfachen Bank“, nicht der Neukunde, der mit Lockvogelangeboten geködert wird. „Sonderkonditionen“ sind nur im begründeten Ausnahmefall möglich, weil die Standardkondition bereits günstig ist. Bei der Einfachen Bank muss man nicht verhandeln, um angemessene Konditionen zu erhalten.

## 2 Die eigenen Ziele der „Einfachen Bank“

### **Profitables Kundengeschäft als primäre Erfolgsquelle**

Das derzeit nach Kosten häufig unprofitable Kundengeschäft muss wieder – wie in jeder anderen Unternehmung auch – die Erfolgsquelle der Bank werden.

Dies geschieht primär durch Kostenreduktion in den Bereichen, die nicht dem Kundengeschäft dienen. Alle internen Tätigkeiten der Bank müssen auf den Prüfstand, in welcher Weise sie zum Kundennutzen beitragen. Aber auch im Kundengeschäft werden durch einfache Produkte und entsprechend einfache Prozesse Kosten gespart.

Die Vermögensanlage der Bank erfolgt risikoarm. Spekulation jeder Art ist ausgeschlossen. Die einfache Bank ist konservativ, aber nicht altmodisch.

### **Konsequenz für Eigenhandel und Treasury:**

- Kein Eigenhandel und keine Spekulation.
- „Konservative“ Risikobreitschaft, Verlustrisiko der Gesamtbank maximal 10 % des Vermögens.
- Einfache Prozesse / Nachbilden von risikoarmen Benchmarks im Treasury.
- Minimales Personal im Treasury.

### **Konsequenz bei der Kreditvergabe:**

Die Einfache Bank vergibt nur ausreichend sichere Kredite – zum eigenen Schutz und zum Schutz des Kunden!

### **Konsequenz im Controlling:**

Weil die Einfache Bank ein einfaches Kundengeschäft und eine einfache Vermögensanlage besitzt, ist auch ein schlankes Controlling ausreichend.

Ausgewertet wird nur, was wirklich zur Beurteilung der Geschäftssituation und deren Verbesserung beiträgt.

### 3 Selbstbedienung und / oder Service & Beratung

Die Einfache Bank setzt auf neue Technologie, die Selbstbedienung und finalen Abschluss aller Produkte im Internet ermöglicht. Selbstbedienung wird als Grundbedürfnis der Menschen erkannt, nicht als Mangel.

Gleichzeitig wird es immer Kunden geben, die (zumindest in bestimmten Situationen / bei bestimmten Problemen) auf persönlichen Kontakt, Ortsnähe, Service und Beratung Wert legen.

Die Einfache Bank stellt mit einfachen Produkten und schlanken Prozessen beide Gruppen in folgender Weise zufrieden:

- Der Kunde sucht bei einfachen Problemstellungen des Alltags SB und will nicht zur Bank. Er erledigt diese Probleme im Internet / am Telefon. Viele Kunden erwarten hier auch günstige Preise.
- Fast jeder Kunde will aber bei Problemen, die auch in einfachen Fällen manchmal auftreten, einen persönlichen Ansprechpartner von Angesicht zu Angesicht, der sich der Fragen / Probleme / Beschwerden des Kunden annimmt und den Kunden ernst nimmt.  
Die ortsnahe Einfache Bank hat das wichtige Argument, immer ein „Sicherheitsnetz“ parat zu halten, und sei es nur, weil der Computer des Kunden defekt ist.
- Bei komplexeren Problemen und bequemen Kunden wird der Anteil der Service- und Beratungsleistung höher sein. Da diese Kunden aber die gleichen Produkte erhalten, bleibt der Produktionsapparat der Bank dennoch schlank. Diese Kunden zahlen gegenüber SB angemessen höhere Preise.

## 4 Produktbeispiel: Sparen am Sparbuch

Bitte fassen Sie das Sparbuch nur als ein wesentliches Element des neuen Angebots für Kunden auf. Lassen Sie sich die gesamte einfache und dennoch kundenorientierte Produktpalette vorstellen!

### Ausgangslage

Viele Banken halten das Sparbuch für antiquiert und haben die Marke „Sparbuch“ durch schlechte Zinsen und schlechten Service ruiniert.

Der Kunde aber hat sich tapfer dagegen gewehrt, dass man ihm ein wichtiges Produkt durch miserable Zinsen vermiesen wollte.

Denn: Das Sparbuch hält im Gegensatz zum „Cash Konto“ mit jederzeitiger Verfügbarkeit dazu an, dass man wirklich spart und nicht dem kurzfristigen Konsumwunsch erliegt!

### Kundenwunsch und Motiv

Die eigentliche Aufgabe des Sparbuches ist es, den Kunden vor sich selbst zu schützen und zum Sparen anzuhalten. Es hat einen psychologischen Auftrag.

Den gleichen Zweck erfüllen Sparpläne (mit steigendem Zins bzw. mit Bonus), Riester-Sparen, Sparen in Versicherungen und vor allem das immer beliebte Bausparen.

### **Das Sparbuch ist die eigentliche Sparform und muss wieder attraktiv werden!**

Das Sparbuch muss Einzahlungen leicht machen, aber Abhebungen erschweren (nur gegen Vorlage Sparbuch in der Filiale, nur 2.000 € pro Monat, mehr nur bei vorausgehender Kündigung oder gegen Vorschusszins)!

Das Sparbuch muss erhalten bleiben und darf nicht durch die Sparcard entwertet werden!

### **Die Zinsgestaltung für das Sparbuch wird überdacht. Am Sparbuch gibt es in der Einfachen Bank mehr Zinsen als am Cash Konto!**