

Sonderausgabe 2022

DSV REPORT

Newsletter der DSV-Gruppe



STARKE KOOPERATIONEN

Besser im Verbund

Mit gemeinsam entwickelten Ideen und Lösungen die aktuellen Challenges der Finanzgruppe angehen.

 DSV Gruppe





Dr. Michael Stollarz,
Vorsitzender der Geschäfts-
führung der DSV-Gruppe

Liebe Leserin,
lieber Leser,

„vernetzt und vielseitig“, so eine Teilnehmerin über die SCOPE22 im September. Die zahlreichen positiven Feedbacks zeigen uns, wie wichtig dieses Event für die gesamte Finanzgruppe nach der Corona-bedingten Pause war: endlich wieder in einem großem Rahmen Kontakte knüpfen, sich über Themen und innovative Lösungen austauschen sowie neue Impulse für den Berufsalltag mitnehmen. Gut so – führen uns doch der Dialog und die enge Zusammenarbeit im Verbund zum gemeinsamen Erfolg. Es entstehen Lösungen, die Sparkassen vor Ort leicht umsetzen können und die gut beim Endkunden ankommen. Dieser DSV-Report greift unterschiedliche Innovationen auf: so etwa wichtige Instrumente mit Blick auf die volatile und risikoreiche Marktsituation im Immobiliengeschäft mit ihrer hohen Nachfrage nach energetischer Sanierung. Deutlich voran geht es mit der zentralen Kundendialogplattform und dem Integrierten Ansprachemanagement, wo für Anfang 2023 der Rollout geplant ist.

Eine interessante Lektüre wünscht Ihnen
Ihr Michael Stollarz



S. 4-5



S. 8



S. 11



S. 7

- **Im Verbund kooperieren**
Rückblick auf SCOPE22 **S. 4-5**
- Interview: Welche Vorhaben eine Sparkasse mit der DSV-Gruppe angeht **S. 5**
- IAM: Zielgenaue Kundenansprache 24/7 im automatisierten Dauerbetrieb **S. 6**
- Alle nachhaltigen Lösungen in einem Portal direkt finden **S. 6**
- Digitale rechtliche Beratung und Rechtswissen per Mausclick **S. 7**
- Seminar: Aktuelle rechtliche Bewertung von Google Analytics **S. 7**
- DiFin: Digitale Prozesse zwischen Firmenkunde, Steuerberater und Sparkasse **S. 8**
- Workshop: Mit IBM-Technologie digitale Transformation beschleunigen **S. 9**
- Der Sparkassen-Bot der Zukunft **S. 9**
- Kooperation mit Samsung für mobiles Kassieren bei KMUs **S. 10**
- Pflegemanager als starker Mehrwert in der S-Vorteilswelt **S. 10**
- Nachhaltiges Immobiliengeschäft **S. 11**
- Baufinanzierung medial gut angebahnt **S. 11**
- Interview: Geschäftliche Perspektiven mit der grünen Immobilie **S. 12**

SCHULEN DIGITAL UNTERSTÜTZT

Ihren Bildungsauftrag nehmen die Sparkassen nach wie vor ernst, bestätigen Petra Prediger vom Sparkassenverband Bayern und Dr. Carola Krieger vom Rheinischen Sparkassen- und Giroverband. Als Teil der finanziellen Bildung ist der Sparkassen-SchulService in den Qualitätsstandards des Nachwuchskundenkonzepts (DSGV-Projekt) verankert. Und „gut aufbereitetes Material wünschen sich auch die jungen Kunden von ihrer Sparkasse“, so Prediger. Beide Verbände sprechen von viel positiver Resonanz auf das neue Onlineportal des Sparkassen-SchulService bei ihren Instituten, weil beispielsweise administrativer Aufwand komplett entfällt. Ebenso kommen die Mustervorlagen für die Ansprache der Schulen „super“ an. Auch Lehrkräften macht es die Onlineplattform mit ihrem multimedialen Angebot jetzt leicht: Sie müssen sich nicht mehr registrieren, und das Material steht 24/7 bereit. Neben Onlinemedien ist ein Freikontingent der stark nachgefragten Printmedien kostenlos bestellbar. Alle Regionalverbände finanzieren das Gesamtangebot bis zum Jahresende, ab 2023 übernimmt der DSGV. Mehr Infos von Hannes Wirth, Tel. 0711 782-21389, E-Mail: hannes.wirth@s-communication.de.



40 NEUE USER

registrieren sich im Schnitt pro Woche auf der Innobase, um sich über den neu geschaffenen, gruppenweiten Innovationsprozess der Finanzgruppe zu informieren. Ziel ist eine schnellere, digitale Produktentwicklung. Mehr unter <https://www.s-innobase.de/de>.

E-GOVERNMENT-STUDIE UND WORKSHOP

Die Mehrheit der deutschen Bevölkerung möchte bei Behördengängen digital bezahlen. Das zeigt der aktuelle eGovernment MONITOR 2022 der Initiative D21 e.V., die wichtigste Studie zur Akzeptanz von digitaler Verwaltung. Schirmherrin ist Bundesinnenministerin Nancy Faeser. Premium-Partner ist unter anderem die S-Public Services, das E-Government-Kompetenzcenter der Sparkassen Finanzgruppe. Geschäftsführer Ralf Linden erklärt:

„Durch unsere Produkte sind die Sparkassen Marktführer für E-Payment im kommunalen Sektor. Zwei von drei Kontakten zwischen Verwaltungen und der Bevölkerung haben eine Gebührenkomponente, die eine überwältigende Mehrheit digital begleichen möchte. Doch noch können viel zu wenige Verwaltungen ihre Angebote – inklusive

E-Payment – auch digital bereitstellen.“ Wie Sparkassen ihre Kommunen wirksam unterstützen können, zeigt die S-Public Services in kostenlosen Online-Workshops im ersten Quartal 2023.

Mehr zur Studie unter <https://t1p.de/8m5m5>. Infos zum Workshop und Anmeldung über Michael Nitsche, E-Mail: michael.nitsche@s-publicservices.de.



Privatkunden



Firmenkunden



Orga/IT



Multikanal



Nachwuchskunden



Steuerung



Wissensmanagement



Payment



Bühne für Menschen und Ideen

HAND IN HAND: Für den Sparkassenerfolg bündelt die DSV-Gruppe ihre Kräfte: mit der Sparkassen-Finanzgruppe und für die Finanzgruppe. Wie, das zeigte SCOPE22.



DAS FESTIVAL

- 5.500 Teilnehmende
- 32 Stunden Programm
- 250 Speaker
- 40 Partner und Aussteller
- 5 Stages
- 7 Roundtables
- 1 Young Talents Masterclass
- 8 Fireside-Chats
- 22 Masterclasses
- 5 Community Corners

Orientierung und Wissenstransfer, dafür stand SCOPE22 ebenso wie fürs Vernetzen und Erlangen neuer Mindsets. In vielfältigen Formaten präsentierte die Veranstaltung aktuelle Themen für Entscheider, stellte den über 5.500 Gästen neue Strategien und Produkte vor.

„Call to Action“, so das Motto der Veranstaltung im September, motivierte, die aktuellen Herausforderungen der Zeit gemeinsam anzugehen. Und dafür war SCOPE22 eine Basis – mit viel Inspiration, Diskussion und Austausch. So zum Beispiel über zahlreiche starke Themen, die wir aktuell im Verbund mit der Finanzgruppe realisieren – mit Sparkassen und Verbänden oder der Finanz Informatik, der Sparkassen Rating und Risikosysteme und vielen weiteren spezialisierten Partnern. Der DSV-Report greift einige Top-Themen auf:

- Wie die grüne Immobilie vor allem bei energetischen Sanierungen das Geschäft mit Kleinkrediten befördert.
- Wie statt mehrerer Bots eine zentrale, KI-basierte Kundendialogplattform entsteht: für ein noch effizienteres und überschneidungsfreies Angebot.
- Wie man Kampagnen über alle Kanäle enorm vereinfacht und ressourcensparend ausspielt: mittels datengetriebenem Vertrieb, automatisierter Kommunikation und Integriertem Ansprachemanagement (IAM).

Daneben standen im Fokus der Teilnehmenden auch aktuelle Entwicklungen im Payment. Zum Beispiel die giro-pay-Zahlung im Web, die künftig auch einfach mit der digitalen giro-card funktioniert.

Die vielen Infos, Impulse und Inspirationen führten zu hunderten positiver Rückmeldungen. Stellvertretend dafür hier Thomas Bach, Chief Digital Officer der Rhein Hessen Sparkasse: „Ein echtes Fest, die Finanzgruppe so gebündelt von ihren besten Seiten zu erleben: neugierig, innovativ, kollaborativ. Diesen Can Do Spirit zu Zukunftsthemen in die Gruppe zu tragen, ist mindestens genauso wertvoll wie die starken intellektuellen und fachlichen Impulse der SCOPE. Das gesammelte Feedback der Teilnehmenden aus unserem Haus in einem Wort? Großartig!“

GANZHEITLICH BERATEN UND BETREUT

Mit welchen aktuellen Lösungen steigert ein Institut seinen vertrieblichen Erfolg? Wie spart es Ressourcen und wird noch effizienter? Das erarbeiten individuell und persönlich die Key Accounter der DSV-Gruppe in Strategiegesprächen auf Vorstands- und Entscheidungsebene. Auf den Tisch kommt dabei das Wissen aus den Projekten und Strategien des DSGVO, der Regionalverbände sowie natürlich aus vergleichbaren Vorhaben anderer Sparkassen. Es schließen sich vertiefende Strategieworkshops an sowie



Am Startknopf für SNachhaltigkeit – Dr. Michael Stollarz, Vorsitzender der Geschäftsführung der DSV-Gruppe, Dr. Joachim Schmalzl, geschäftsführendes Mitglied des DSGV, und Jasmin Ghubbar, Mitglied der Geschäftsleitung der DSV-Gruppe. Rechts: Impressionen und Innovationen.



ein Gesamtkonzept, das genau zur Strategie des jeweiligen Instituts passt. Der ganzheitliche Betreuungsansatz der DSV-Gruppe ermöglicht Begleitung von Anfang bis Ende. Also folgen im nächsten Schritt konkrete Umsetzungsempfehlungen, damit die ausgereiften Produkte und Services einfach und effektiv beim Kunden ankommen. Dazu trägt bei, dass viele Angebote die

Standards und Anforderungen in der Finanzgruppe berücksichtigen. Und die wachsende Zahl von End-to-End-Lösungen garantiert eine ressourcenschonende Implementierung. Immer mit maximalem Nutzen für Sparkassen und Mitarbeitende.

Impression der Festival-Tage unter: <https://t1p.de/a5fev>.

Roter Faden für 2023

INTERVIEW: Über SCOPE22 und was daraus für die Rhön-Rennsteig-Sparkasse folgt.



Annette Theil-Deining,
Vorsitzende des Vorstands
der Rhön-Rennsteig-
Sparkasse

Was macht die SCOPE für Sie selbst danach noch wertvoll?

Auch 2022 ist der DSV-Gruppe wieder eine innovative und inspirierende Veranstaltung gelungen. Mit der SCOPE behalten wir den roten Faden und gewinnen den Überblick über die aktuellen Entwicklungen. Besonders wertvoll war für mich der direkte Austausch mit Verantwortlichen aus verschiedenen Bereichen sowie Kolleginnen und Kollegen. Die Impulse daraus führten zu weiteren Gesprächen nach dem Event, und die Ergebnisse fließen in unsere Planung 2023 ein. Ich freue mich jetzt schon auf das nächste Business-Festival.

Was haben Sie konkret für Ihr Haus mitgenommen?

Nachhaltigkeit ist ein wichtiges Thema. Indem das neue Portal SNachhaltigkeit das Produktportfolio der gesamten Finanzgruppe in diesem Bereich bündelt, können wir hierzu anstehende Aufgaben besser koordinieren. Bei Sina, der smarten, persönlichen Assistenz im Online-Banking, gefällt mir vor allem der klare vertriebliche Fokus in der Kundenansprache. Die KI-Lösung haben wir daher in den Projektplan 2023 aufgenommen und sind für die Family&Friends-Phase angemeldet.

Welche Kooperationsprojekte mit der DSV-Gruppe sind bei Ihnen am Start?

Der Schwerpunkt bei den Kooperationsprojekten liegt seit den letzten Jahren konsequent auf dem Thema Digitalisierung. Hier orientieren wir uns an den Mindeststandards im Rahmen der Digitalen Agenda 3.0 und prüfen für unser Haus die Priorität der zentralen Handlungsempfehlungen. Dazu passt das Angebot der DSV-Gruppe, gerade auch mit Blick auf eine klare Kundenzentrierung und zukunftsgerichtete Unternehmenskultur. Wir setzen unter anderem auf DataAnalytics-Kampagnen, AutKa, Videolegitimation. Auch beim anstehenden Rollout des Integrierten Ansprachemanagements sind wir dabei. Um den Omnikanal-Vertrieb und Kundendialog zu optimieren oder die Kundenbindung zu stärken, prüfen wir gerade den Einsatz von eSign im Vertrieb und die verschiedenen Dialog- und Botlösungen. Außerdem erstellen wir mit der DSV-Gruppe einen Business-Case zur Vorbereitung der Einführungsentscheidung von S-Cashback, um unseren Kunden zusätzliche Vorteile für die Nutzung des Sparkassen-Girokontos zu bieten.

Die Botschaft kommt an

IAM: Kunden gezielt erreichen? Mit dem Integrierten Ansprachemanagement gelingt das effizient auf allen relevanten Kanälen.



IAM-AUSBAU MIT S-COM

1. Stufe 2022: Bereitstellung IAM mit Standardansprachen (41 Themen, u. a. Kredite, Versicherungen, Beratungsansprache, Finanzkonzept)

2. Stufe 2023: Integration Sparkassen-individueller Vertriebsaktionen

3. Stufe 2024: Integration von (Vertriebs-)Kampagnen der Verbundpartner und DSV-Gruppe



Den richtigen Kunden zur richtigen Zeit über den richtigen Kanal und mit der richtigen Story ansprechen – und das automatisiert: Dies kann das Integrierte Ansprachemanagement (IAM). Denn es hat 24/7 alle Kunden im Blick: Datenbasiert ermittelt das Tool an 365 Tagen Impulse zur Ansprache – und spielt diese automatisch aus.

Die Sparkasse Vorpommern gehört zu den 12 verprobenden Sparkassen. Sie nutzt neben anderen Tools bisher AutKa „intensiv und mit guten Erfahrungen, weil es der richtige Ansatz ist. Weg von der Produktansprache, hin zum Kundenbedarf“, so Vorstandsmitglied Thomas Metzke.

Mit der neuen Ansprachetechnologie für Bestandskunden schalten Sparkassen jetzt auf Dauerkampagne: Einmal eingerichtet, läuft alles von selbst. Das nimmt den Instituten viel ab. „Wir reduzieren nicht zuletzt mit IAM prozessseitig die Schritte beim Konfigurieren von Vertriebsmaßnahmen“, führt Metzke aus. In der Prozessverprobung gelte es jetzt, die letzten Weichen für ein reibungsloses Rollout zu stellen.

DEN MARKT BESSER DURCHDRINGEN

IAM bedient alle Kanäle, so etwa die Internet-Filiale, die S-App, E-Mail, Kontoauszugsdrucker, SB-Terminals oder auch den Brief. Was

Thomas Metzke wichtig ist, denn 30 bis 40 Prozent seiner Kunden könne er nur so gut erreichen. „Mit IAM erwischen wir sie noch zielgerichteter und schneller mit dem passenden Angebot“, bestätigt er. Ungewollte Doppelansprachen würden vermieden: „Alles ist wunderbar zu steuern.“ Da IAM an OSPlus eingebunden ist, sind die Berater immer im Bilde darüber, welcher Kunde wie zu welchem Thema angesprochen wurde. Sie wissen also, wie der Kunde reagierte und ob sie selbst agieren müssen. So könne man sich auf die Kunden konzentrieren, bei denen es sich lohne, erklärt Metzke. Mithilfe von IAM füllten sich die Terminkalender. Extrem wichtig sei das automatische Vernetzen von Kundeninformationen unter OSPlus. Der Vorstand betont hier die wichtigen KI-Learnings. Auch der Austausch mit der S-Com führe zu laufendem Fortschritt.

Das IAM ist eine Initiative des DSGVO und ein Joint Venture von Finanz Informatik, S-Rating und DSV-Gruppe. Der Ausbau erfolgt in drei Stufen (s. Infokasten). S-Com liefert zum Rollout ein Starterpaket mit zentralen und Verbundpartnerinhalten. Der Content der Standardansprachen soll bis Jahresmitte stehen. Pflege und Optimierung der Ansprachen liegen bei Finanz Informatik und S-Rating.

i Kunden-Service-Center, Tel. 0711 782-21414,
E-Mail: iam@s-communication.de

Ein Klick – alle grünen Infos



Im Kundenportal der DSV-Gruppe gibt es einen neuen Inhaltsbereich: SNachhaltigkeit. Praktisch, denn hier finden sich alle Lösungen der Finanzgruppe zentral gebündelt und gepflegt: stets topaktuell, was eigene Recherchen im Verbund erspart. Kostenfrei ist das Angebot außerdem. Zurzeit finden sich rund 100 Lösungen von bis zu 20 Verbundpartnern. Filtern lässt sich beispielsweise nach Anbietern oder den Handlungsfeldern des DSGVO-Zielbilds 2025 zur Nachhaltigkeit. Kurzinfos, Links und Kontaktformulare führen ge-

zielt weiter, ebenso genannte Ansprechpartner. Hilfreiche Links und Dokumente stehen im Management-Regelkreis. Insgesamt also viele Anregungen für ein eigenes Nachhaltigkeitsmanagement. Ein Info-Newsletter hält ab 2023 auf dem Laufenden. Für die rund 170.000 User des Portals und neue Interessenten aus der Finanzgruppe ist alles leicht zugänglich. Einzige Voraussetzung: der Zugriff aufs Kundenportal. Oder direkt über <http://SNachhaltigkeit.de>.

i Daniela Mühle, Tel. 0711 782-21687,
E-Mail: kontakt@snachhaltigkeit.de

HANDLUNGSFELDER

- Kunden
- Finanzierung & Eigenanlagen
- Geschäftsbetrieb
- Personal
- Engagement vor Ort
- Kommunikation



Digitaler Service bei Rechtsfragen

JASPER: Einheitliches Anfragen- und Aktenmanagement sowie juristisches Wissen – alles auf einem Portal. Für die Finanzgruppe, von der Finanzgruppe.



Vollmachten, Betreuung, Erbrecht oder Verbraucherdarlehen – wiederholt landen Rechtsfragen von Mitarbeitenden zu solchen Themen auf den Tischen von Rechtsabteilungen in Sparkassen. Hier setzt „JASPER – Recht.Effizient“ an und vereinfacht die Abläufe: Denn die Anfragen sind vorstrukturiert samt Dokumenten-Upload, was den Juristen Rückfragen erspart. Jeder Vorgang kommt über den digitalen Eingangskanal, wird medienbruchfrei end-to-end bearbeitet und abschließend revisionssicher archiviert. „Wichtig auch für den Fall einer Vertretung oder Nachfolge“, erklärt Dr. Florian Engelhardt, Verbandssyndikus beim Sparkassenverband Niedersachsen. „JASPER unterstützt die Sparkassen optimal dabei, im stark regulierten Bankbereich rechtliche Fragen per digitalem Case-Management schnell und effizient zu beantworten.“ Sein Amtskollege Dr. Alexander Jochum vom Rheinischen Sparkassen- und Giroverband ist überzeugt, dass „es unserer Finanzgruppe mit diesem Digitalisierungsbaustein gelingen wird, die knappen Ressourcen auch im Bereich rechtlicher Fragen fokussiert einzusetzen“.

WISSEN DIREKT ABRUFEN

Parallel entsteht eine Wissensdatenbank zum Selfservice: In diesem Teil der Plattform werden Mitarbeitende „mit googleartiger Suche

schnell treffende Antworten finden – in kurzen Beiträgen, so wie es die Praxis braucht“, weiß Dr. Florian Engelhardt. Diese baue man ab 2023 im Verbund sukzessive auf. Kollege Dr. Alexander Jochum konstatiert: „Geplant ist, die Datenbank aus der Finanzgruppe heraus weiterzuentwickeln und dafür Regionalverbände und Sparkassen einzubinden.“ Mirja Schröder, Abteilung Recht der pilotierenden LzO, bestätigt: „JASPER wird uns bei Standardfragen aus der Fläche entlasten – ein Gewinn und mehr Zeit für die komplexen Fragestellungen.“

Anbieter von JASPER ist die S-MS; die Finanz Informatik (FI) verantwortet das Hosting auf dem FI-Serviceportal. Schnell hatte sich das Team aus DSV-Gruppe und FI formiert, sodass die Anwendung in nur fünf Monaten ins Laufen kam. Pilotiert wurde Anfang 2022 mit Nutzern aus vier Regionalverbänden und 12 Sparkassen. Anfang 2023 steht der Rollout an. Fortlaufend aktualisiert S-MS die Lösung bis hin zu neuen Features.

Erklärvideo unter <https://t1p.de/9t3uk>.



Tobias Allgöwer, Tel. 0711 782-22165,
E-Mail: jasper@s-management-services.de



Das neue Rechtsportal schafft Justiziaren mehr Raum für wirklich Wichtiges. Wie der Name sagt: JASPER – Recht. Effizient.

Seminar: Google Analytics

Speziell beim Tracking von Kampagnen setzt die Finanzgruppe auf den Marktführer Google Analytics (GA). Dabei bewerten verschiedene europäische Aufsichtsbehörden die Nutzung als nicht DSGVO-konform. Allerdings stützen sich diese Ansichten auf Sachverhalte, die nicht auf die Finanzgruppe zutreffen. Licht ins Dunkel bringt die S-Com mit kostenlosen Seminaren, geplant im 1. Quartal 2023. Die Themen: Warum Google Analytics aus Datenschutz-Sicht doch in die Zeit passt; welche Vertragsgrund-

lagen fürs Integrieren von GA in die Internet-Filiale gelten. Außerdem wird erläutert, wie der § 25 TTDSG umgesetzt ist. Auch im Fokus: die Übermittlung personenbezogener Daten in die USA – und wie man mit der Medienschlagzeile umgeht, die Nutzung von GA in der EU sei rechtswidrig. Abschließend noch der Austausch untereinander und Fragen der Teilnehmenden. Interessierte können sich ab jetzt melden.



Daniel Rausche, Tel. 0151 548 50570,
E-Mail: ga@s-communication.de

Vorsprung dank Rückkanal

GUT VERZAHNT: Der Digitale Finanzbericht digitalisiert mit dem neuen Rückkanal konsequent die Geschäftsprozesse zwischen Kanzlei, Mandant und Sparkasse.

KLICKBERATER

Dieses Online-Infoangebot motiviert, sich mit dem Digitalen Finanzbericht zu befassen und erklärt dessen Vorteile. Rund 400 Klicks generierte das von der Sparkasse Nürnberg eingesetzte Tool innerhalb von vier Monaten. Interessierte Sparkassen zeigen sich begeistert.



Aktuell nimmt er richtig Fahrt auf: Der Digitale Finanzbericht (DiFin) erhielt mit dem EBIL-Release 8.13 im November 2022 auf Wunsch von Steuerberatern und Wirtschaftsprüfern einen Rückkanal: Der Übertragungsweg von Sparkassen hin zu den Kanzleien stellt Kreditparameter sowie Zins- und Tilgungspläne digital bereit – mit automatisierter Übernahme in die DATEV-Programme. Um den Kanal mit solchen Daten zu füttern, gibt es eine Schnittstelle zu OSPlus Banking-API. Dies alles macht es noch attraktiver, den DiFin zu nutzen und die Prozesse in den Kanzleien dafür zu unterstützen. Steuerberater Bernd Körzendörfer betont die Zeit-

reicht werden sollen. Sie nennt die gesicherte, medienbruchfreie elektronische Übertragung sowie wichtige zeitliche und personelle Vorteile. Kräftigen Rückenwind bekam das Thema vom Fachvorstand der Sparkasse. Damit nicht nur die Mitarbeitenden sensibilisiert sind, adressieren die Nürnberger seit 2021 ihre Kunden mit dem Service-Paket der DSV-Gruppe zum DiFin und verstärken ihre Ansprache konsequent über diverse Touchpoints. Eingebunden ist der von der Sparkasse mit einem Dienstleister entwickelte Klickberater.

60 % MEHR BERICHTE EINGEREICHT

Um den DiFin bei Kunden und Steuerberatern weiter zu pushen, startete die Sparkasse im Juni eine Kampagne – und steigerte so die Quote der eingereichten Berichte um circa 60 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Dazu adressierte sie 1.500 offenlegungspflichtige Kunden per Brief: neben bislang nicht teilnehmenden mit Teilnahme- und Verbindlichkeitserklärung (TVE) auch alle ohne unterschriebene TVE. „Wir wollten es ihnen

möglichst einfach machen“, betont

Svenja Hense, Vertriebsmanagerin Firmenkundenmanagement. Deshalb lag eine vorausgefüllte TVE bei. Hier musste man nur noch den Steuerberater einfügen, unterschreiben und mit Infobrief an diesen weiterleiten. Ein QR-Code im Brief verlinkte zum Klickberater mit seinen Infopaketen für Kunden und Steuerberater. Als zusätzlichen Impuls leitete das Institut die Kopie der unterschriebenen TVE an den Steuerberater. „Denn letztlich muss dieser auf den Knopf drücken“, erklärt Svenja Hense. In Zukunft will die Sparkasse ihre Aktion zudem auf Potenzialkunden ausweiten. „Nicht nur mit der Risikobrille, sondern auch vertrieblich wollen wir das Thema weitertreiben, um mehr relevante Infos standardisiert einzuholen.“

und Kostenvorteile des neuen Rückkanals. Weil Zins- und Tilgungspläne über diesen als Buchungsvorschlag kommen, spart er sich Kontrollschritte beim automatischen Übernehmen ins System. „Je durchgängiger der digitale Prozess, desto besser. Alle Klienten, die Kunden der Sparkasse Mittelfranken-Süd sind, nutzen den DiFin. Stick und PDF ersetzen bei uns mittlerweile Papierberge.“

Mit der Umsetzung des Rückkanals ist die Finanzgruppe Vorreiter. Alle anderen Finanzinstitute folgen erst 2023. Sparkassen gibt die S-MS zur Einführung des DiFin mit vielfältigen kostenlosen Maßnahmen Starthilfe.

KLICKBERATER SPRICHT AN

Die Sparkasse Nürnberg hat Anfang 2022 unter der Prämisse „Zielerreichung unserer Klimaschutz-Selbstverpflichtung“ entschieden, dass Jahresabschlüsse ab dem Geschäftsjahr 2021 nur noch per DiFin einge-

Exklusiv für DSV-Report-

Abonnenten: Die ersten 20 Sparkassen, die den Klickberater anfordern (Code: DiFin Klick), sparen bei der Jahrespauschale 500 Euro.



Jessica Theier, Tel. 0711 782-21963,
E-Mail: jessica.theier@s-management-services.de

Dialog Assistenz stützt Callcenter

WORKSHOP: Geschäftliche Mehrwerte mit IBM schaffen.



Immer wieder führt die langjährige Zusammenarbeit der S-Management Services (S-MS) mit IBM zu innovativen Lösungen – von denen auch Sparkassen profitieren. Das zeigt ein Use Case zur besseren Unterstützung des medialen Vertriebs der S-Markt & Mehrwert (S-MM). Die Innovationsreise startete mit dem Ziel einer softwarebasierten Dialog-Assistenz für Mitarbeitende im KSC-Center der S-MM: Die Agenten sollen Probleme schneller identifizieren können. Intelligente Hilfestellungen entstanden mit der IBM Garage-Methode: für eine intuitive Bedienung, verkürzte Gesprächszeiten und mehr Kompetenz. Zudem läuft das Onboarding neuer Agenten künftig leichter und schneller. Ein Vorteil für Sparkassen, die KSC-Leistungen der S-MM buchen.

Ideen im Verbund für die Finanzgruppe entwickeln mit IBM

Warum ist die Zusammenarbeit mit der IBM auch für die Sparkassen-Finanzgruppe interessant? Das Beispiel der Dialog-Assistenz illustriert, wie einzelne Lösungen zum Angebot für viele Institute oder auch die ganze Gruppe skalieren können. Das Vorgehen soll befähigen, in sechs bis acht Wochen eine erste Produktversion zu generieren – mittels Methode, Technologien und Client Engineering Team der IBM. Bei Projekten der digitalen Automatisierung und Transformation lassen sich so schnell Ergebnisse mit wirtschaftlichem Mehrwert erzielen: für Sparkassen etwa bei Fusionen oder für Verbundpartner bei ihren zentralen Projekten. Die S-MS begleitet und koordiniert als IBM-Partner. Ein für Januar geplantes Webinar stellt IBM Garage und die Dialog-Assistenz der S-MM vor. Für eine Innovationsreise können Interessierte auch direkt Kontakt aufnehmen. Ein Erklärvideo zur Dialog-Assistenz steht unter <https://t1p.de/04jpw>.



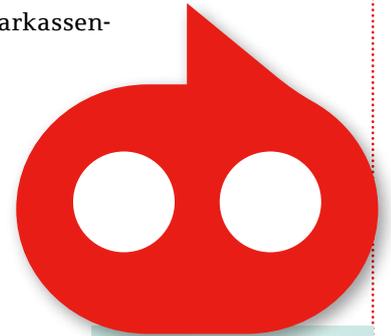
Ann-Katrin Kratzer, Tel. 0160 92373313,
E-Mail: ann-katrin.kratzer@s-management-services.de

Ein Bot für alle Fälle

KUNDENDIALOG 24/7: Anfragen und Anforderungen nehmen stetig zu. Der Chatbot der Zukunft entlastet mit gesteigerter Effizienz.



Mehr als 140 Sparkassen setzen bereits jetzt auf Chat- und Voicebots, um die Kundenzufriedenheit trotz wachsender Serviceanfragen zu erhöhen. Derzeit entsteht der Bot der Zukunft für die Sparkassen-Finanzgruppe. Mit seinen sprach- und textbasierten Modulen löst er die bestehenden Dialogsysteme wie den Voicebot Anna, den IVR-Sprachcomputer und den Chatbot Linda ab. Die Basis bildet die Kundendialogplattform und diese ermöglicht damit in Zukunft fallabschließende Prozesse auch für textbasierte Kanäle. Die gemeinsame Wissensdatenbank ist ebenfalls ein Novum. Sie garantiert die gleiche Antwortqualität auf allen Kanälen und sorgt für einen Zuwachs an Content für sprachbasierte Kanäle. Sparkassen ohne Sprachdialogsystem können schon heute mit den vorhandenen Lösungen starten. Sie werden automatisch auf die neue Plattform überführt. Der neue Chatbot startet zeitnah in die Praxisvalidierung. Mitte 2023 ist der Launch geplant – die Sparkassen entscheiden selbst, wann sie wechseln. Die Sparkasse Westerwald-Sieg erweitert mit der Chatbot-Praxisvalidierung ihre Zugangswege: Der Chatbot löst den eigenen Servicechat im 1st Level ab, um die meisten standardisierten Chatanfragen fallabschließend via Bot zu erledigen.



SPARKASSEN-BOT DER ZUKUNFT

S-Com und S-MM bündeln ihre Bot-Expertise hin zu einer Bot-Marke mit Voice (bisher Anna) und Text (bisher Linda). Als Teil der neuen zentralen Kundendialogplattform werden alle Kanäle über die Plattform bedienbar sein. Die Finanz Informatik ist Technik- und der DSGVO Strategiepartner.

MEHR ZEIT FÜR KUNDEN-ANSPRACHE

Das entlastete Kundenservice-Center (KSC) gewinne Zeit für mehr vertriebliche Ansprache, erwartet Thomas Blum, Leiter Beratungs-Center Digital der Sparkasse. „Berater probieren den Bot im Rahmen der Praxisvalidierung aus, um ihn im Kundengespräch überzeugend zu empfehlen“, so Blum. Auch der Voicebot werde getestet und schrittweise implementiert. So ließen sich im ersten Schritt etwa Anrufe in bestimmten Kundensegmenten vorqualifizieren oder die telefonische Identifikation abschließen. Sparkassen entscheiden künftig, ob ein Kundendialog im Chat zuerst an einen KSC-Agenten oder den Chatbot angesteuert wird – auch flexibel, je nach KSC-Auslastung. Auf Kundenwunsch übernimmt der Berater den Chat.

Infos zur Plattform mit Roadmap im DSGVO-Strategiepapier: <https://t1p.de/amoelj>.



Isabel-Parvati Peter, Tel. 0170 9375427,
E-Mail: bot@s-communication.de

Große Kooperation für kleine Händler



Die App S-POS empfiehlt sich für KMUs wie Imbisse, Cafés und Services auf Rädern oder auch Handwerker, Verkaufsstände und Pop-up-Stores.

S-POS: Beim Entwickeln mobiler Händler-Akzeptanzlösungen arbeiten S-Payment und Samsung 2023 noch enger zusammen.

„In mobilen POS-Systemen wie S-POS sieht auch Samsung sehr großes Zukunftspotenzial“, erläutert Erik Meierhoff, Geschäftsführer der S-Payment. „Wir profitieren enorm von den globalen Erfahrungen unseres Partners. Die Learnings nutzen wir, um unsere gemeinsamen



zentral von der S-Payment gesteuerte Social-Media-Kampagne läuft bereits. Verschiedene Branchen- und Dachverbände erhalten ein Presse-Kit, mit dem sie die Infos an ihre Mitglieder streuen können. Und für die Sparkassen gibt es Kommunikationsbausteine in der Kommunikationswelt – Planung.

Lösungen für den deutschen Markt weiterzuentwickeln.“ Seit mehreren Monaten profitieren KMUs bereits von vergünstigten Endgeräten mit vorinstallierter App S-POS. Damit steigen sie flexibel und kostengünstig ins bargeldlose Kassieren ein. Das Bundle-Angebot gibt es über das Samsung-Webportal (www.sparkasse-pos.de/samsung); seit September mit einem separaten Login-Bereich für Sparkassen – und Sonderkonditionen, die sich weiterreichen lassen. Um den Markt fortlaufend intensiv zu bearbeiten, startet im Dezember eine S-POS-Kampagne für sechs Fokuszielgruppen. Eine

Auch interessant: Die S-Payment pilotiert neue Use Cases, so etwa bei großen Filialisten, die auf der Fläche verkaufen. Ziel ist die Option für Kunden, Waren direkt am Samsung-Gerät des Verkaufspersonals zu bezahlen – statt sich an der Kasse anzustellen. Und: Kräftiger Rückenwind von der Kieler Woche. Dort realisierte die S-Payment federführend mit der Förde Sparkasse und dem S-Händlerservice das cashless Payment (auch S-POS) an allen Catering- und Verkaufsständen: Rund 40 Prozent des Gesamtumsatzes liefen über Kartenzahlungen.

i Andreas Müller, Tel. 0711 782-22869,
E-Mail: andreas.mueller@s-payment.com

Raus aus dem Pflegedschungel

S-VORTEILSWELT: Das Thema Pflege bewegt immer mehr Menschen – und wirft viele Fragen auf. Der „Pflegermanager“ bündelt alles dazu in einem hilfreichen Angebot.



Plötzlich ist es ganz dringend: Wo finde ich schnell eine Pflegefachkraft? Wer unterstützt beim Widerspruch gegen die Pflegegradeinstufung? Und überhaupt: Wie blickt man in diesem Dickicht durch? Schnelle Hilfe bietet der „Pflegermanager“. Mit diesem neuen Leistungsbaukasten der S-Vorteilswelt zeigen sich Sparkassen als kompetenter Partner auch in diesem Lebensbereich. Gut für Gesprächsanlässe, Kundenbindung und neue Kontakte. Die Sparkassen erhalten vielfältige Endkundenkommunikation.

Falls sie bereits die S-Vorteilswelt nutzen, werden sie per 3. Januar 2023 für das neue Modul der S-MM freigeschaltet. Ab dann steht es für Privatkunden der S-Vorteilswelt in der Themenwelt „Gesundheit & Pflege“ bereit. Dieser attraktive Mehrwert bündelt alle Themen und Leistungen für den Pflegefall auf einer Plattform –



hier finden Kunden aus dem Pflegedschungel: Die drei Bereiche Info, Beratung und Vorsorge geben fundierte Orientierung und unterstützen die Selbsthilfe (z. B. Pflegebudget- und Pflegegradrechner, redaktioneller Content). Dazu kommen Leistungen der Verbundpartner UKV oder VKB sowie Reha Assist: Letzterer bietet zum exklusiven Vorzugspreis unter anderem die professionelle Beratung durch Pflegeberater – auch kurzfristig. Diese praxiserfahrenen Fachkräfte begleiten vor Ort, wenn es etwa um die Einstufung des Pflegegrads oder das Widerspruchsmanagement geht.

Mehr unter <https://t1p.de/t3wdx>. Übrigens: Bereits im Juli startete als neue Themenwelt „Wohnen & Leben“ in Kooperation von S-MM, LBS und Hubert Burda Media mit Ratgeberbeiträgen.

i Vertriebsinnendienst, Tel. 0345 569-8910,
E-Mail: vertriebsinnendienst@s-markt-mehrwert.de

Nachhaltiges Immobiliengeschäft

TO-DO: Für ihre starke Marktposition arbeitet die Finanzgruppe eng zusammen – und hat auch im aktuell schwierigen Umfeld die passenden Instrumente.



Die Marktsituation im Immobiliengeschäft wird volatil und bedrängt von Risiken, Krisen und Mangel an vielem. Warum kann sich die Sparkassen-Finanzgruppe dennoch sehr gut aufgestellt sehen, angesichts der enormen Herausforderungen? Antwort: Sie bündelt ihre Kräfte, statt singuläre Systeme zu betreiben. Die enge Zusammenarbeit von Instituten, Verbänden, DSV-Gruppe und Finanz Informatik ist ein wesentlicher Erfolgsfaktor.

Nachhaltigkeit und Digitalisierung werden zu wichtigen Säulen. Die Zentrale Immobilienmarkt-Datenbank (ZIMDB) unterstützt das Digitalisieren von effizienten Prozessen in der Baufinanzierung und Immobilienbewertung – was Risiken minimieren hilft. Mit vernetzten Daten und Systemen sowie standardisierten Prozessen sind neue regulatorische Aufgaben besser vorzubereiten und schneller umsetzbar.

KLEINKREDITE MIT POTENZIAL

Mit Blick auf das akute Thema Nachhaltigkeit lässt sich hohes Marktpotenzial für die nächsten Jahre absehen: Stichwort ist die grüne Immobilie; drei Viertel aller Objekte haben einen hohen energetischen Sanierungsbedarf. Hier können Kleinkredite helfen, die einbrechende Nachfrage im Neugeschäft zu kompensieren.

RISIKEN IM GRIFF BEHALTEN

Beim Thema Risikominimierung rückt der Marktschwankungsbericht der ZIMDB in den Fokus. Eine Datendichte von über 75 Prozent

bei Wohnimmobilien sichert hohe Datenqualität – und Berichte erstellt man in deutlich kürzerer Zeit. Deren standardisierte Struktur bringt einen hohen Wiedererkennungswert und sorgt für effizienter ablaufende Prüfungen. Mit den Verbänden wird die Aktualisierung begleitender Instrumente (z.B. Wegweiser BelWertV) und der PPS-Prozesse vorbereitet. Bleibt noch die Herausforderung, Kaufinteressenten trotz schwieriger Marktbedingungen in die Sparkassen zu lenken. Hier setzt die neue mediale Anbahnung an.

i **Manuela Hörbe**, Tel. 0711 782-22037,
E-Mail: manuela.hoerbe@s-management-services.de



Bio. €

So hoch ist der Investitionsbedarf, um den Gebäudebestand energetisch topfit zu machen. Denn das betrifft 75 Prozent aller Immobilien in Deutschland.

Medial perfekt anbahnen

Damit Kaufinteressenten und Sparkassen leichter zusammenkommen, wird die mediale Anbahnung der Baufinanzierung neu aufgesetzt: Ein verkürzter und endkundenzentrierter OSPlus_neo-Prozess soll die Nutzungsquote erhöhen und die Abbruchquote senken. Dafür steht ab Januar allen Sparkassen die neue mediale Anbahnung bereit. Sie erreicht Interessenten über Antworten auf wichtige Fragen: Wie viel kann ich mir leisten? Auch diese konkrete Immobilie? Was würde eine Finanzierung kosten? Daneben kann man über den Prozess sogar ein Finanzierungszertifikat erstellen lassen.

Die an der Entwicklung und Pilotierung der medialen Anbahnung beteiligte Sparkasse Bremen betont die Vorteile der „konsequent kundenorientierten“ Lösung: „Je nach individuellem Wissensbedarf gestaltet sich der Prozess nun kurz oder länger. Das verhindert, dass Eilige mittendrin abbrechen“, so Nicole Meinke, Senior Managerin Immobiliennetzwerk. Erste positive Nutzerreaktionen: „attraktiv, viel intuitiver als vorher“. Die potenziellen Neukunden gewannen so einen guten, stimmigen ersten Eindruck von der Marke Sparkasse.

Und so funktioniert die mediale Anbahnung: Interessenten gelangen in der Internet-Filiale (IF) oder via S-Immobilienportal auf die neue IF-Themenseite. Hier führen die zentralen Fragen und Antworten schnell und einfach in den OSPlus_neo-Prozess. Starke Impulse sendet die neue digitale Kampagne der S-Com: Für die Sparkassen stehen dazu die Kampagnenelemente bereit, um Kunden über die Fragen anzusprechen und in die mediale Anbahnung zu geleiten.

i **Annika Zschuppe**, Tel. 0160 97238581,
E-Mail: annika.zschuppe@s-communication.de



Diese Summe wird durchschnittlich für eine energetische Maßnahme am „Häusle“ investiert.

„Viel Neues und Gutes kann entstehen“

INTERVIEW MIT ALEXANDER AULIBAUER:

Der Experte zum Thema grüne Immobilie beim DSGV spricht über neue Initiativen und Lösungen im Verbund sowie Optionen darüber hinaus.

Welche Chancen bringt die geänderte Marktsituation?

Klimawandel und steigende Energie- und Ressourcenpreise treffen jeden und erfordern nachhaltige Maßnahmen. Aber was kostet und bringt es? Wo Herausforderungen entstehen, kann man über Lösungen nachdenken. Wo Lösungen gut funktionieren, können Produkte entstehen. Gute Produkte liefern sinnvolle, tragfähige Geschäftsmodelle. Und damit sind wir mitten in der DNA der Sparkassen-Finanzgruppe.

Was und wie viel kann man damit verdienen?

Konservative Schätzungen beziffern das notwendige Investitionsvolumen für die nachhaltige Sanierung und Modernisierung des Gebäudebestands auf über 1.000 Mrd. Euro. Bei einem Anteil von circa 30 Prozent am Markt für Baufinanzierungen sind das 300 Mrd. Euro für die Finanzgruppe. Dieses Potenzial zu heben ist jedoch ein sehr anspruchsvolles Projekt und bedarf neuer Lösungen und Geschäftsmodelle. Viele gute Werkzeuge gibt es bereits, so beispielsweise die Zentrale Immobilienmarkt-Datenbank, an weiteren sind wir dran. Und als dezentrale Finanzgruppe haben wir gemeinsam mit den Volksbanken die besten Voraussetzungen, um Lösungen in den Regionen mit dortigen Partnern zu entwickeln.



Was sind das für neue Lösungen und Ideen?

Aktuell entsteht mit Partnern ein leistungsfähiger Modernisierungsrechner, der nicht nur Empfehlungen ausdrucken, sondern auch einen digitalen Energieausweis und dann eine Gebäude-Wallet erstellen wird. Diese nimmt alle relevanten Daten der Immobilie auf, die der Kunde mit anderen Partnern teilen kann. Ähnlich betrachten wir den Immobilienbewertungsprozess, in dem wir Daten und Funktionalitäten der ZIMDB nutzen möchten. Bereits bei der Besichtigung werden die notwendigen Daten für die Gutachterstellung digital aufgenommen. Diese könnten dann auch für die Energieberatung nutzbar sein und somit Vorteile für unsere Kunden schaffen.

Wie lässt sich das Know-how stärker am Markt nutzen?

Möglich werden quasi symbiotische Produktbündel unterschiedlicher Partner rund um die Immobilie, auch auf Quartiersebene. Neue Produkte wie etwa grüne Sparbriefe entstehen im Ökosystem der Sparkassen und ‚beyond banking‘. Experten konstatieren zum Beispiel, dass mit heutiger Technik nur 25 Prozent der Bestandsgebäude ökonomisch vernünftig sanierbar sind. Doch wenn sich Technik und Analytik verbessern, ist mehr möglich. Dafür können wir als Finanzgruppe gemeinsam mit Partnern einen großen Beitrag leisten. Wenn wir unsere Kunden, Energieberater, Handwerker, Installateure und andere Dienstleister zusammenbringen und digital vernetzen, kann viel Neues und Gutes entstehen.

NEWSLETTER ABO

- Ja, senden Sie mir bitte den DSV-Report regelmäßig an folgende Adresse
 Ja, senden Sie mir bitte den DSV-Report als E-Mail-Newsletter

Coupon bitte an 0711 782-21143, oder eine E-Mail an: dsvreport@dsv-gruppe.de

Name, Vorname _____

Unternehmen _____

Straße / Postfach / Mail-Adresse _____

PLZ / Ort _____

IMPRESSUM

Herausgeber: DSV-Gruppe, Am Wallgraben 115, 70565 Stuttgart

Redaktion: Andrea Steinwedel (verantwortlich), Michael Köhnlechner

Art Director: Joachim Leutgen
Layout: Konradin Business GmbH, Katrin Apel

Herstellung: Ralf Bogen

Druck: BluePrint AG

Fotos: DSV, Adobe Stock

Hinweis: Der DSV-Report erscheint drei Mal jährlich. Der Bezug ist kostenlos.

