

PRAXIS

Beratung mit der Wow-Brille

Die VR Bank Bamberg experimentiert in ihren Filialen mit virtueller Realität. Das zieht Kunden an und schafft Beratungsanlässe.

Autor: Florian Christner, Redaktion „Profil“

Foto: panthermedia.net / Mitar Gavric



Schick schaut das Eigenheim aus, modern eingerichtet mit großzügiger Küche und kleiner Bar. Durch die raumhohe Terrassentür ist der gepflegte Garten zu sehen. Den Wohnbereich mit Sofa-Garnitur dominiert ein gigantischer Flachbildfernseher. Ein Traum, für den es sich zu sparen lohnt. „Und schon sind wir im Gespräch“, sagt Sabrina Göller, Leiterin des Markenshops der VR Bank Bamberg im gut besuchten

Ertl-Shoppingcenter in der Stadt.

Denn die nobel ausgestatteten Wohnräume sind gar nicht real. Sie existieren nur als dreidimensionale Computeranimation. Willkommen in der virtuellen Welt oder neudeutsch „Virtual Reality“ (VR). Sabrina Göller und ihre Kollegin Michelle Schor halten für die Besucher des Markenshops eine VR-Brille bereit, um sie in die Welt ihrer Wünsche zu entführen. In einer etwa zwei Minuten langen Sequenz können die Betrachter darin nicht nur ihr Traumhaus in 3D sehen, sondern auch über exotische Palmenstrände und Bergwelten hinweg schweben, in einem Motorboot über das Meer düsen oder im schicken Sportwagen durch aufregende Landschaften brausen. Gleichzeitig werden sie auf mögliche Vorsorgethemen aufmerksam gemacht, indem sich die Nutzer zum Beispiel virtuell durch das Behandlungszimmer einer Zahnarztpraxis bewegen können.

Der Markenshop

Das Ertl-Einkaufszentrum in Hallstadt bei Bamberg wird von vielen Besuchern frequentiert. Deshalb betreibt die VR Bank Bamberg dort seit 2016 einen sogenannten Markenshop, um sich und vor allem ihre digitalen Banking-Angebote zu präsentieren. So will sie die Menschen für sich gewinnen, aber auch bestehende Kundenbeziehungen mit Hilfe der digitalen Technik vertiefen.

Seit Mitte Dezember bieten Sabrina Göller und Michelle Schor den Besuchern des Markenshops an, die VR-Brille zu testen – mit durchschlagendem Erfolg, wie die beiden Kundenbetreuerinnen berichten. Die Besucher seien überrascht, dass die VR Bank Bamberg so etwas anbiete. Bis zu zehn Kunden lassen sich pro Tag auf das Experiment virtuelle Realität ein, berichtet Sabrina Göller. „Freitags und samstags, wenn im Ertl-Zentrum viel los ist, mussten sogar schon Kunden warten, bis sie an

der Reihe waren.“

Das Konzept zum Einsatz der VR-Brille hat die Akademie Bayerischer Genossenschaften (ABG) im Verbund mit den anderen genossenschaftlichen Regionalakademien entwickelt. „VRee Sixty“ heißt das gemeinsame Projekt, eine Kombination aus den Buchstaben „VR“ und der bei VR-Brillen üblichen Rundumsicht von 360 Grad. „Unser Ziel war es, den Kunden zu überraschen und die Beratung zu einem Erlebnis zu machen. Das stärkt die Kundenbeziehung“, sagt Daniel Gronloh, Geschäftsführer der ABG. Die VR Bank Bamberg ist die erste Genossenschaftsbank in Bayern, die VR-Brillen in Verbindung mit dem ABG-Konzept einsetzt.

Mehr bieten, als der Kunde erwartet: Warum die VR Bank Bamberg in der Beratung VR-Brillen testet, erklärt Vorstand Bernhard Lamprecht. Video: Florian Christner und Karl-Peter Lenhard, GVB.

Weil VR-Brillen mittlerweile technisch ausgereift sind, bietet es sich an, das Thema virtuelle Realität als Element in die genossenschaftliche Beratung zu integrieren. Neben dem Modul „Ziele und Wünsche“ bietet die VR-Brille den Kunden auch noch die Möglichkeit, ihre Risikobereitschaft bei Finanzanlagen zu bestimmen. Dazu werden sie wieder in das virtuelle Wohnzimmer mit Flachbildschirm versetzt. Dort erläutert ein „Nachrichtensprecher“ die verschiedenen Risikostufen von „sicherheitsorientiert“ bis „risikobewusst“. Per Kopfbewegung können die Nutzer die verschiedenen Inhalte über die VR-Brille ansteuern und zum Schluss gleich die für sie passende Risikostufe auswählen.

Männer sind begeistert, Frauen neugierig

Die VR Bank Bamberg testet die VR-Brille im Markenshop sowie in vier weiteren Geschäftsstellen des Kreditinstituts, dort jedoch im Rahmen der regulären genossenschaftlichen Beratung. Inzwischen fragen Besucher von sich aus nach der VR-Brille. „Die Männer sind schnell begeistert und wollen die neue Technik sofort ausprobieren. Die Frauen reagieren zurückhaltender, sind aber doch neugierig“, hat Sabrina Göller beobachtet. Im vorweihnachtlichen Einkaufsrummel habe die VR-Brille sogar für familiären Frieden gesorgt, berichtet die Beraterin mit einem Schmunzeln. „Viele Frauen haben ihre gestressten Ehemänner bei uns abgegeben, damit sie in Ruhe einkaufen können. So waren alle zufrieden.“



Michelle Schor (li.) und Sabrina Göller von der VR Bank Bamberg mit VR-Brille. Auf dem Tablet sehen sie das Gleiche wie der Betrachter mit VR-Brille – allerdings nur zweidimensional. Foto: Florian Christner, GVB.

Die Unterhaltung gestresster Ehemänner in der Vorweihnachtszeit war freilich nicht das primäre Ziel der VR Bank Bamberg, als sie sich zum Test der VR-Brille entschloss. Die virtuelle Darstellung möglicher Ziele und Wünsche soll die Kunden vielmehr dazu animieren, über diese nachzudenken. Auf einem Tablet können die beiden Beraterinnen mitverfolgen, wo die Kunden in der virtuellen Welt länger

verweilen. „Viele erzählen uns ganz begeistert, was sie gerade sehen, und verknüpfen das dann mit eigenen Erlebnissen“, berichtet Sabrina Göller. Ergeben sich daraus Beratungsimpulse, etwa weil der Kunde eine Kreditkarte oder eine Versicherung für die nächste Fernreise benötigt, vermitteln ihm die beiden Bankmitarbeiterinnen einen Termin bei seinem Berater in der jeweiligen Geschäftsstelle.

Was versteht man unter virtueller Realität?

Als virtuelle Realität, kurz VR, wird die Darstellung einer dreidimensionalen, computergenerierten Umgebung bezeichnet. Dabei beeinflusst der Betrachter die virtuelle Projektion durch seine Handlungen und Reaktionen. Dreht er zum Beispiel den Kopf, verändert sich auch die Raumperspektive. Mittlerweile sind sogenannte VR-Brillen das Mittel der Wahl, um virtuelle Realität darzustellen. Bildlich kann man sich so ein Gerät wie eine etwas zu groß geratene Taucherbrille mit kleinen Lautsprechern vorstellen, die sich der Betrachter über den Kopf zieht. Vor den Augen befindet sich ein Display mit einer Stereo-Optik, um die räumliche Wahrnehmung des virtuellen Bildes zu verstärken. Die Brille deckt die Augenpartie bündig ab, sodass die Außenwelt vollständig ausgeblendet wird. Der Benutzer kann sich so besser konzentrieren und wird nicht so leicht abgelenkt. In der Praxis werden VR-Brillen zum Beispiel zur Simulation von Räumen oder Arbeitsumgebungen eingesetzt. So können diese getestet werden, bevor sie real existieren. Ebenso lassen sich bestimmte Aufgaben mit virtueller Realität kostensparend und gefahrlos trainieren. Ein bekanntes Beispiel ist die Pilotenausbildung in Flugsimulatoren. Wer zum ersten Mal eine VR-Brille aufzieht, sollte sich hinsetzen, da durch die virtuellen Bewegungen der Gleichgewichtssinn durcheinander kommen kann.

VR-Brille und Konto „To Go“ ergänzen sich

Das funktioniert schon recht gut. „Manchmal brauchen die Kunden ein paar Tage,

bis sie ihre Eindrücke verarbeitet haben und wieder zu uns kommen. Das zeigt uns aber, dass die VR-Brille eine nachhaltige Wirkung hat“, sagt Sabrina Göller. Manche Besucher des Markenshops sind sogar so begeistert, dass sie spontan Kunde werden wollen. Ihnen bietet die VR Bank Bamberg ihr Konto „To Go“ an. Innerhalb von wenigen Minuten erhalten die Neukunden eine vorläufige, aber voll einsatzfähige Bankkarte mit PIN sowie einen Zugang zum Online-Banking. Zudem wird ihnen nach positivem Bonitätscheck umgehend ein Dispokredit eingeräumt. So können sie anschließend sofort im Shoppingcenter einkaufen gehen.

Wolfgang Kohn, Marketingleiter der VR Bank Bamberg, kann sich vorstellen, den Einsatz der VR-Brille auszuweiten. Zum Beispiel könnte die Bank in Kooperation mit einem Stadtführer nicht zugängliche Bamberger Sehenswürdigkeiten für Kunden virtuell begehbar machen. Denkbar sei auch, die VR-Brille auf Messen mitzunehmen, damit sich potenzielle Azubis ihren künftigen Arbeitsplatz virtuell schon einmal anschauen können. „Da sind wir aber noch in der Findungsphase“, sagt der Marketingleiter.

Die digitalen Angebote im Markenshop ergänzen sich jedenfalls perfekt, findet Sabrina Göller. „Manche denken zuerst, sie befinden sich in einem Schauraum für hochwertige Unterhaltungselektronik. Über die VR-Brille kommen wir dann ins Gespräch und mit unserem Konto „To Go“ bieten wir einen Service, mit dem die meisten Neukunden nicht rechnen“, sagt die Kundenberaterin. Für die Beraterin steht fest: „Der Wow-Effekt, den wir uns von der VR-Brille versprochen haben, ist tatsächlich eingetreten.“

Vertriebskonzept für die VR-Brille

Die VR-Brille soll nach den Vorstellungen der Akademie Bayerischer Genossenschaften (ABG) nicht nur im Kundengespräch verwendet werden, sondern auch zur Schulung der

Mitarbeiter. In einem Modul können Kundenberater zum Beispiel die richtige Gesprächsführung in der genossenschaftlichen Beratung trainieren. Bayerische Volksbanken und Raiffeisenbanken, die VR-Brillen in der genossenschaftlichen Beratung oder zum Training der Mitarbeiter einsetzen wollen, können sich an die ABG wenden. Diese entwickelt derzeit ein Vertriebskonzept für die VR-Brille, das voraussichtlich im März den bayerischen Volksbanken und Raiffeisenbanken vorgestellt werden soll. Kontakt: Martina Obermeier, [martina.obermeier\(at\)abg-bayern.de](mailto:martina.obermeier(at)abg-bayern.de) oder 08461/650-1362.

WEITERFÜHRENDE LINKS

- [Die Webseite der VR Bank Bamberg](#)
- [Das Einsatzkonzept „VRee Sixty“ für die VR-Brille auf der Webseite der Akademie Bayerischer Genossenschaften](#)