



„Die Kunden waren positiv überrascht“

Nach einer erfolgreichen Testphase führt die VR-Bank Rottal-Inn ab dem kommenden Jahr Videoberatung in allen Filialen ein. „Profil“ sprach mit Vorstandsmitglied Albert Griehl über die Erfahrungen des Instituts.

Die VR-Bank Rottal-Inn berät seit einigen Wochen Privatkunden per Videoschaltung. Die Erfahrungen in der Pilotphase sind positiv. Bald sollen alle Geschäftsstellen mit Kameras ausgestattet werden, erklärt Vorstandsmitglied Albert Griehl im Interview mit „Profil“.

Profil: Herr Griehl, zu welchen Gelegenheiten kommt bei der VR-Bank Rottal-Inn die Videoberatung bereits zum Einsatz?

Albert Griehl: Aktuell pilotieren wir die Videoberatung in vier von 27 Geschäftsstellen. Dort werden sowohl Expertenzuschaltungen getestet als auch bereits erste Gespräche mit Kunden zu Hause durchgeführt. Die Videogespräche finden hauptsächlich zu den Schwerpunkten Baufinanzierung und Anlageberatung statt.

Profil: Wie groß ist das Interesse Ihrer Kunden an der Videoberatung?

Griehl: Bei der Expertenzuschaltung befindet sich der Kunde mit seinem Berater in der Geschäftsstelle und der Spezialist wird per Video zugeschaltet. Unabhängig vom Kundensegment und dem

Alter der beratenen Personen zwischen 20 und 70 Jahren waren hier alle Kunden von der Möglichkeit der Expertenzuschaltung positiv überrascht. Aber auch die Videoschaltung zum Kunden nach Hause ist für viele ein interessantes Medium, um beispielsweise persönlich beraten zu werden, ohne an die Öffnungszeiten der Geschäftsstelle gebunden zu sein. Insbesondere Studenten, Kunden mit Wohnsitz außerhalb des Geschäftsgebiets, aber auch Firmen- und Gewerbekunden gehören zu dieser Zielgruppe.

Profil: Wie bewerten Sie das Potenzial der Videoberatung?

Griehl: Mit der Videoberatung ergänzen wir unsere aktuellen Kontakt- und Vertriebswege um ein weiteres Medium. Dadurch können die Kundenbindung intensiviert, Kosten eingespart und insbesondere die kleineren Geschäftsstellen gestärkt werden. Natürlich wird die Videoberatung die Beratungen vor Ort in der Geschäftsstelle nicht ersetzen. Vielmehr wird eine Möglichkeit geschaffen, den Kunden dort abzuholen, wo er sich gerade befindet.

Profil: Was sind die nächsten Schritte?

Griehl: Mit dem aktuellen Umsetzungsstand und den Ergebnissen der Pilotierung sind wir sehr zufrieden. Die Einführung der Videoberatung in möglichst allen Geschäftsstellen ist für 2017 geplant. Allerdings warten zuvor noch einige organisatorische Herausforderungen auf uns. Beispielsweise müssen wir noch klären, in welchen Szenarien die Videoberatung final eingesetzt werden soll. Auch die technische Ausstattung der übrigen Geschäftsstellen muss noch entsprechend angepasst werden.

Profil: Ist Videoberatung für alle Geschäftsstellen gleichermaßen geeignet oder setzen Sie Schwerpunkte?

Griehl: Grundsätzlich ist die Videoberatung ein Medium, welches unabhängig von der Geschäftsstellengröße oder -lage eingesetzt werden kann. Jedoch sind hier oftmals örtliche Gegebenheiten wie die räumliche und technische Ausstattung der Geschäftsstelle zu beachten und anzupassen.

Profil: Welche weiteren Möglichkeiten bietet die Technik neben der reinen Videokommunikation zwischen Kunde und Berater beziehungsweise Spezialist?

Griehl: Der Einsatz des Programms „GoToMeeting“ ermöglicht es, neben dem Videobild auch die Bildschirminhalte des Beraters oder Spezialisten auf dem Kundenbildschirm darzustellen. So besteht die Möglichkeit, dem Kunden auch zu Hause beispielsweise Diagramme, Modellrechnungen oder andere Dokumente zu präsentieren, um den jeweiligen Bedarf zu veranschaulichen.

Profil: Was erwarten Sie sich von der Videoberatung? Welche Ziele haben Sie?

Griehl: Mit der Videoberatung möchten wir im Rahmen unserer Omnikanalstrategie einen zusätzlichen Kanal für unsere Kunden bieten. Im Zeitalter der Digitalisierung haben sich die Anforderungen insbesondere der jungen Generationen verändert. Darauf möchten wir reagieren und so die Kundenbindung stärken.

Profil: Wie kommen die Berater mit der Videoberatung zurecht?

Griehl: Unsere Pilotberater haben wir intensiv geschult. Das gilt sowohl für die

Technik als auch für das Verhalten vor der Kamera. Dafür hat die ABG ein Seminar im Programm. Diese gezielte Vorbereitung und die positiven Rückmeldungen der Kunden haben unsere Mitarbeiter sehr motiviert.

Profil: Was raten Sie anderen Häusern, die ebenfalls Videoberatung einführen wollen?

Griebel: Vor der Einführung der Videoberatung ist es wichtig, eine Analyse jeder Geschäftsstelle und jedes Beraterplatzes vorzunehmen, der angebunden werden soll. Eine Pilotierung ist ebenfalls empfehlenswert, da jedes Kundengespräch per Video Hinweise darauf gibt, welche Verbesserungen notwendig oder wünschenswert sind. Das kann dann Schritt für Schritt umgesetzt werden. Eine Schulung der Berater für das Verhalten vor der Kamera halte ich für zwingend notwendig, damit sie sich auch im Videogespräch bestmöglich präsentieren.

Profil: Mit welchem Aufwand müssen Banken rechnen, wenn sie Videoberatung einführen wollen?

Griebel: Den größten Zeitaufwand beansprucht die Analyse des Ist-Zustands und die technische Aufrüstung. Zu berücksichtigen sind auch die Lieferzeit und der Aufbau des Equipments. Wenn das geschafft ist, geht es schnell: Nach zwei Schulungstagen konnten wir mit den ersten Videoberatungen starten.

Profil: Herr Griebel, herzlichen Dank für das Interview! *fc*



Albert Griebel

So unterstützt der GVB die Mitgliedsbanken bei der Einführung von Videoberatung

Um den Banken bei der Einführung der Videoberatung konkrete Hilfestellung geben zu können, hat der GVB den Pilotbetrieb der VR-Bank Rottal-Inn (siehe Interview links) begleitet und unterstützt. Diese Kooperation war für beide Seiten ein Gewinn, da die Bank bei der Einführung auf die Fachexperten des GVB bauen konnte. Der GVB wiederum konnte seine Unterstützungsleistungen von vorneherein sehr praxisnah entwickeln. Aus den Ergebnissen wurde unter anderem ein Praxisleitfaden abgeleitet, der die wichtigsten Fragen zur Einführung der Videoberatung aufgreift. Das Gesamtpaket enthält zudem weitere Materialien wie Marktforschungsergebnisse, einen Musterprojektplan oder Kommunikationsmaterialien. „Profil“ gibt einen Überblick über die einzelnen Angebote des GVB:

Praxisleitfaden: Der GVB-Praxisleitfaden beantwortet alle wesentlichen Fragen zur Einführung der Videoberatung. Seine Inhalte stützen sich auf die Erkenntnisse des Pilotbetriebs der VR-Bank Rottal-Inn. Er bietet Banken ohne jegliche Vorkenntnisse eine gute Orientierung für Nutzen und Einsatzmöglichkeiten der Videoberatung. Diese lässt sich grundsätzlich in vier Einsatzszenarien unterscheiden: Expertenzuschaltung, Videofiliale, ortsunabhängige Videoberatung und ortsunabhängige Videokonferenz. Der Leitfaden begleitet die Einführung der Videoberatung Schritt für Schritt, sodass die Banken direkt Ableitungen für ihr eigenes Haus treffen und ihren eigenen Umsetzungsplan erarbeiten können. Weiterhin listet der Leitfaden relevante Ansprechpartner im Verbund sowie von Banken auf, die mit Videoberatung bereits Erfahrung gesammelt haben. Arbeitshilfen und Mustervorlagen runden den Leitfaden ab. Eingeflossen sind das Wissen von sieben Fachabteilungen des GVB sowie die Erfahrungen der Pilotbank und weiterer Kreditinstitute, die bereits mit Videoberatung arbeiten. Auch die Fiducia & GAD IT AG sowie weitere Verbundunternehmen haben Inhalte beigetragen.

Projektbegleitung vor Ort: Der GVB bietet seinen Mitgliedsbanken die Unterstützung seiner Experten vor Ort an, um auf bankindividuelle Fragen bei der Projekteinführung einzugehen und bei der Gestaltung der nächsten Schritte zu helfen. Das gewählte Vorgehen hat sich im Test bei der Pilotbank bewährt. Ansprechpartnerin beim GVB ist dazu Julia Blank aus dem Bereich Marketing und Vertrieb.

Arbeitshilfen für die Umsetzung: Der GVB stellt den Banken außerdem weitere Umsetzungshilfen wie einen Musterprojektplan im



Der GVB-Praxisleitfaden zur Einführung der Videoberatung steht im VR-Baukasten und unter www.gv-bayern.de/digitalisierung zum Download bereit.

Excel-Format, Formularvorlagen wie Checklisten für Berater oder Einwilligungserklärungen für Mitarbeiter zur Verfügung.

Kommunikationskonzept: Die Einführung der Videoberatung sollte durch eine Marketingkampagne der Bank begleitet werden, damit die Kunden auf den neuen Kommunikationskanal aufmerksam werden. Der GVB stellt hierzu voraussichtlich zum neuen Jahr Werbematerialien bereit. Über den VR-Baukasten werden sich die Banken dann unter anderem Online-Banner, einen Erklärfilm, Mailingvorlagen, Anzeigen oder einen Mustertext für ihre Kundenzeitschrift herunterladen können.

GVB-Studie: Um herauszufinden, wie groß das Potenzial der Videoberatung in der Finanzberatung ist, aber auch, wie die Kunden über Videoberatung denken und welche Beratungsthemen dafür am besten geeignet sind, hat der GVB eine eigene Marktforschungsstudie in Auftrag gegeben. Die Ergebnisse zeigen, welche Faktoren den Kunden bei der Videoberatung besonders wichtig sind. Den Studienbericht finden die bayerischen Volksbanken und Raiffeisenbanken ebenfalls im VR-Baukasten.

Weitere Informationen: Der GVB stellt seine Leistungen zur Videoberatung gebündelt unter www.gv-bayern.de/digitalisierung sowie im VR-Baukasten unter Vertrieb > Filiale der Zukunft > Videoberatung zur Verfügung.

