

DigiCoach – Mitarbeiter fit machen für die Digitalisierung ...

... UND DIE FRAGE, OB DAS SEXY IST?

GRAFSCHAFTER VOLKSBANK EG



Nordhorn, Neuenhaus, Emlichheim, Schüttorf,
Bad Bentheim im Landkreis Graftschaft Bentheim

1.8 Milliarden Bilanzsumme, 3.6 Milliarden
Kundenwertvolumen

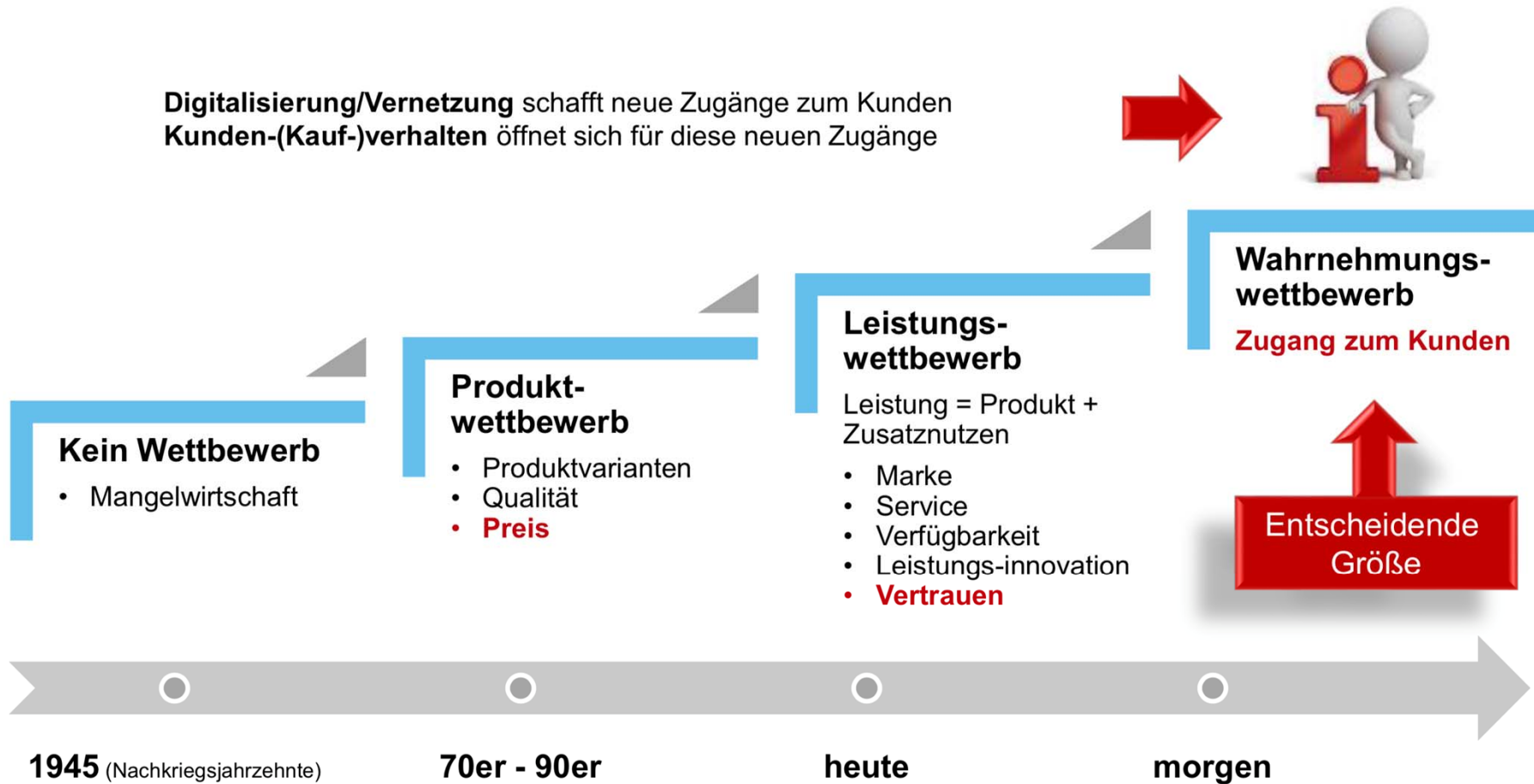
65.000 Kunden, 33.000 Mitglieder

350 Mitarbeiter, 33 Auszubildende

14 Geschäftsstellen, 5 Betreuungssegmente

aktivlastig, gewerbelastig, vertriebsstark, risikoaffin,
personalintensiver Fokus auf den Kundennutzen,
prozessorientiert, erfolgreich ...

HERLEITUNG DER STRATEGIE



WIE WIR UNS SEHEN....

**Wie wollen
wir als Bank
wahrgenommen
werden?**

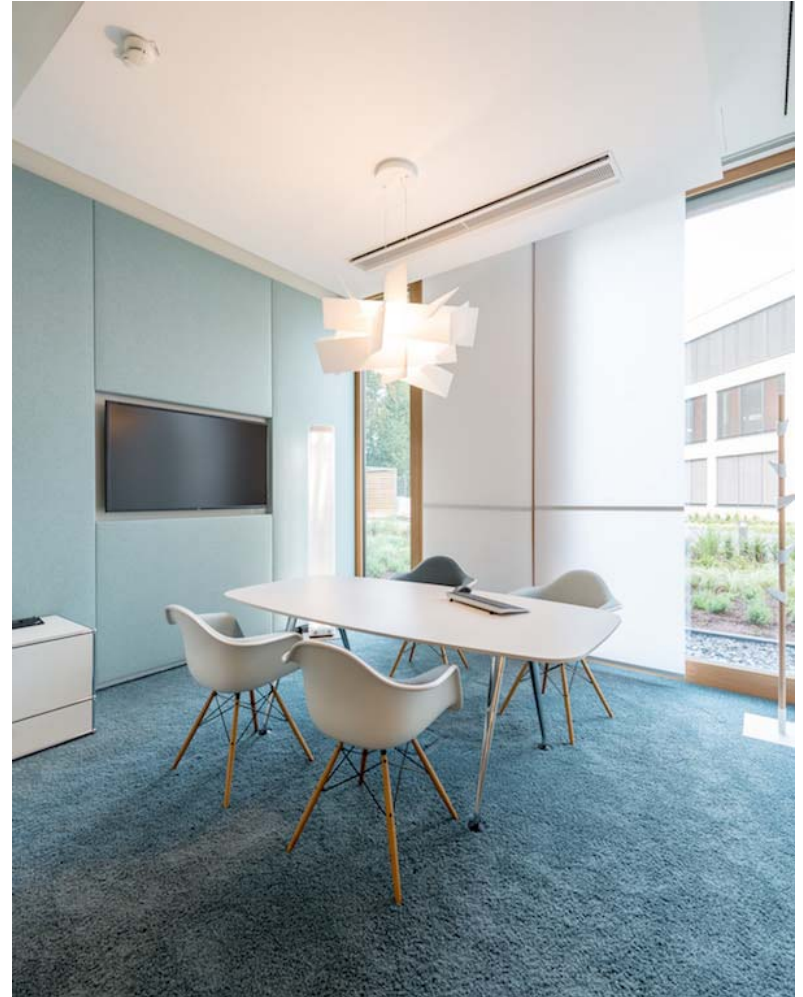




























EINBINDUNG DER MITARBEITER IN ZUKUNFTSWERKSTÄTTEN...

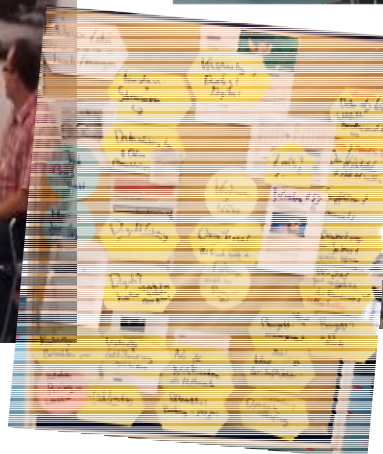
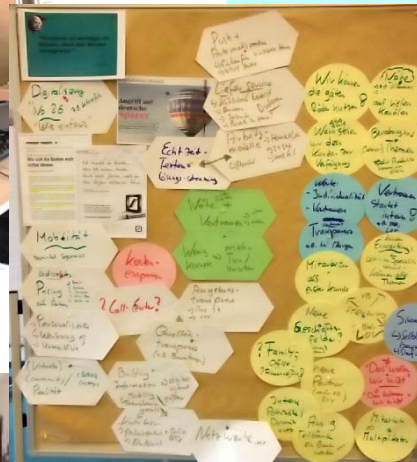


...wichtig ist es, damit die guten Dinge in Wirkung kommen

Vorschlag zur Management- / Feedback-Schleife:
Das Management sendet 2-3 Kollegen zu den Mitarbeitern der Infavorwerkstätten und berichtet über die Integration der Gedanken in den weiteren Prozess.

Zentrale Themen sind (auch aus den Erfahrungen der Vergangenheit):

- Konsequenz und Strukturhaftigkeit, insbesondere bei der Umsetzung
- Klärung ist mehr - das aber richtig
- Überdauernde (interdisziplinäre) Kommunikation



HERLEITUNG DER STRATEGIE



Grafschafter
Volksbank eG

Die attraktivste Bank der Region.
bewährt. persönlich. fortschrittlich.

Einfach mal machen.

Mitglieder

- Nähe zum Mitglied – immer und überall
- Mitgliederbedarfe bestimmen unser Handeln – auch mit neuen Leistungen
- In der Region für die Region – das Plus für die Grafschaft
- Das beste banking – für treue und neue Mitglieder

- Selbstbewusst und initiativ – starke Mitarbeiter
- Vertrauen und Zutrauen – Fähigkeiten entwickeln
- Kulturtreiber – Einfachheit, Flexibilität, Innovationsfreude
- Individuell und differenziert – Karrieren neu gedacht

Mitarbeiter

Prozesse

- Schnelle Entscheidungen – schlanke Organisation
- Komplexität beherrschen – digitalisieren und optimieren
- Einfach wirksam steuern – von der Planung bis zur LOV
- Kommunikation – schnell und individuell

- Sicher und stabil – fit für die Zukunft
- Wir wachsen weiter – mit Qualität und Marge
- Innovative Geschäftsideen – lukrativ für Mitglieder und Bank
- Investitionen im Blick, Kosten im Griff – wirtschaften wie ein Grafschafter

Finanzen

KONSEQUENZEN FÜR UNSERE ZUKUNFT (1/6)

1. Marktauftritt / Kommunikation

- In der Öffentlichkeit „**Modernität**“ präsentieren → „Image“!
 - Digitale Erreichbarkeit
 - Reaktionszeiten
- Klärung: **Was macht uns attraktiv?**
 - Differenzierung für Kunden und MA
- **Vertriebswege: wir bieten alle Wege – bieten Wahlmöglichkeiten – sind intelligent vernetzt**
 - **Investieren in neue Medien**
- **Wahrnehmung erhöhen**
- **Tradition und Moderne verbinden**
- **Regionalität** bieten (Differenzierung)
 - Kunden suchen diesen Wert
- **Filialkonzept** auch anpassen, nicht nur neue Vertriebswege ergänzen

- „**schneller – regionaler – wachsen**“ – aus Kundensicht positivere Formulierung von „wachsen“ finden
- **Authentisch/klar und deutlich**, selbstbewusst (Leistungen für die Region)
- Grafschafter Volksbank als **Marke** (Differenzierung)
- Zwingender Abgleich mit Verbundprojekten (z.B. Kundenfokus)
- Treiber der **Kundenzufriedenheit** definieren
- **Marktauftritt bestätigt** (5 Segmente) → Zielgruppen (Feinsegmentierung erforderlich, z.B. Kundentyp / Verhalten)
- **Gestaltung/Ausstattung der Filialen**
- **Erlebbarkeit** der Mitgliedschaft **erhöhen**/ Erlebbarkeit der Genossenschaft → Alleinstellungsmerkmal, Differenzierung

KONSEQUENZEN FÜR UNSERE ZUKUNFT (2/6)

2. Kundenausrichtung

- Wir wollen **Neukunden**
 - Nutzung unserer Vertriebskanäle, unseres Images, unseres Neubaus
 - Selbstbewusstsein und Kompetenz ausprägen
- Ausschöpfung der **Bestandspotenziale**
- **Junge Kunden**
- Augenhöhe („Schlips und Kragen“...)
- **Kommunikationsmittel**
- „bekannte Gesichter“ → Loyalität, Beständigkeit
- **Niederländische Kunden** (Privat und Gewerbe)
- **Sexy sein** – attraktiv sein
- **Erreichbarkeit in Raum und Zeit** → nach Kundenbedarf (medial und persönlich; nah dran sein / Präsenz zeigen; flexibel sein)

3. Leistungen / Produkte

- „**Vom Kunden her denken**“
- Kundenbedarf ist Treiber
- **Digitalisierung als Vertriebschance**, z.B. „Industrie 4.0“ im FiKu-Geschäft
- **Neue Ertragsquellen/ Leistungen** (z.B. Thema „Wohnen“ mit neuen, innovativen Leistungen belegen)
- **Einfacher, weniger komplex und kompliziert**
- **Neue Leistungen / Produkte aufnehmen:** Vermittlung Handy / Strom / Wasser, Hausverwaltung, Family Office (als Mehrwerte und als Ertragsquellen!)
- Auch unsere MA sollen „genossenschaftlich beraten“ werden

KONSEQUENZEN FÜR UNSERE ZUKUNFT (3/6)

4. Bank intern

(BWL, Prozesse, Produktion, Organisation, Steuerung)

- **Steuerungssystematik** LOV überprüfen
 - Ziel: Vermeidung von Zielkonflikten
- Neuausrichtung in der **Feinsegmentierung** – Affinität der Kunden!
- Flexibilität in der Strategie erhöhen
- **Prozessgestaltung** aus Gesamtsicht als Gesamtverantwortung
 - Standardisierung /Individualisierung (agree21-Möglichkeiten nutzen/fallabschließend)
 - Kundenorientierung/Produktivität (als Nebenbedingung)
 - Spielräume in der Regulatorik nutzen
- **Mut zur Intuition** (z.B. Kapazitätssteuerung)!
- **Wertigkeit im Zinsgeschäft** steigern
 - Transparenz
 - Konditionsfindung / SoKos
 - KK-Inanspruchnahme (gewerbl.)
 - Steuerung von Mehrerträgen (Zins)
- **Einheitliche Steuerung** nach DB (ertrag)
 - Zinsmarge vs. Volumen
 - Provisionen
- **LOV überprüfen**: Aufwand für (interne) Bereiche beachten; - Diskussion LOV vs. TG
- **LOV** ist grundlegend zu überarbeiten
- **Konsequente Digitalisierung**
- **Gelebte, permanente Optimierung**
- Zeitgemäße **Form der Zusammenarbeit / Projektorganisation** (weiter) entwickeln
- **Umgang mit Information und Kommunikation** (inhaltlich/technisch) (Gestaltung IPS: wertschöpfend implementieren)
- **Reduktion von Komplexität als Daueraufgabe** für jeden MA (Einstellung und Verantwortung der MA erhöhe -> Führungsaufgabe!)
- **Einfach mal machen**
- Hohe Produktivität in unserer **Organisations- und Führungsstruktur** (Reduzierung der Tiefe in unserer Organisationsstruktur, Nutzung von freien Kapazitäten für z.B. bereichsübergreifende Projektarbeiten, die Breite der Organisation erhalten, Erfolgsfaktor)

KONSEQUENZEN FÜR UNSERE ZUKUNFT (4/6)

5. Kultur & Führung

- **Kostenoptimierung:** intensiver und verbindlicher!
 - Planung und Kontrolle wichtig
 - Bei jeder Entscheidung berücksichtigen
- Internes Leitbild: „Wir sind ein Team – eine Bank“ – **Gesamtbanken** statt Abteilungsdenken
- Insgesamt stärker **vernetzt sein**
 - Entscheidungen beschleunigen
 - Reaktionsschneller werden
- **Fehlerkultur** entwickeln – auch mal Mut haben
- Stärkung der **Eigenverantwortung** der MA („Mit-Unternehmer“ fördern)
- **Klarheit und Konsequenz** in der Führung erhöhen – agieren statt dulden“
- **Regionalität** + persönliche Präsenz in der DNA fest verankern
- Konsequenz ins **TUN** kommen! – „machen“ statt „analysieren“
 - Vertriebskonzepte umsetzen!
- Wir brauchen eine **gemeinsame DNA** als Kit
- „**Anti-Jammerlappen-Kultur**“ – auch in der Öffentlichkeit
- Brauchen **flachere Hierarchien**
- Selbstverständnis im **Umgang mit Komplexität** entwickeln (und Kompetenz)
- **Führungsselbstverständnis** weiter entwickeln
- **Gelassener mit Veränderungen umgehen**
 - Nicht polarisierend denken
 - „Think twice“ 😊
- Wie gehen wir mit **Erfolg / Misserfolg** um?
- **Konfliktbereitschaft und -fähigkeit** erhöhen
- **Motivation auch bei Veränderungen** „hochhalten“
- **Mut zu Veränderungen – Fehlerkultur entwickeln/ experimentieren**
- **Zielkonforme Vergütungsstrukturen**
- **Personalstrategie** (z.B. Förderpool)
- **Attraktivität als Arbeitgeber**

KONSEQUENZEN FÜR UNSERE ZUKUNFT (5/6)

5. Kultur & Führung

(Fortsetzung)

- **Führungskultur / Führungskonsequenzen** (wie weit wollen wir gehen? – „Schlechtleister“)
- **Geisteshaltung / Leitbild** → Basis!
- **Flexibilität, Einfachheit, Vertrauen / Zutrauen** in MA und ihre Fähigkeiten fördern
- **Orientierung geben durch Führung**
- **Wertschätzung und Anerkennungskultur**
- **Innovationsabteilung**
- **„Verändern statt diskutieren“**: digitale Kompetenz aller MA ist zwingend zu erreichen! Schnell! Konsequenz!
- **„Freude an Innovation“ erreichen** → was digitalisiert werden kann, wird digitalisiert → in die „Normalität“ führen
- Einfachheit + Klarheit in der Führung
- Weniger in Hierarchien denken, ggf. flachere Hierarchien

6. Mitarbeiter

- **Müssen unsere Mitarbeiter entwickeln im Sinne der „digitalen Reife“**
 - Idee „Digital-Coach“ fortsetzen
- **Spezialisten-Profile** der Zukunft klären:
 - Was ist für uns ein „Spezialist“?
 - Verantwortung/Aufgabe eines „Generalisten“?
 - Sind Verbundpartner strategiekonform ausgerichtet?
- **Andere Auslastung der Servicemitarbeiter**
 - Entwicklung in Richtung „Service-Berater“ (ggf. auch Entlastung für Berater)
- **Personalentwicklungsbilanz** entwickeln
- **Individuelle Persönlichkeitsentwicklung** forcieren in Relation zu klassischer Fortbildung
- Kriterien bei **Rekrutierung** hinterfragen („Beziehungsmanager“)
- **Fachkarrieren/Stellenbeschreibungen** (Profile definieren)

KONSEQUENZEN FÜR UNSERE ZUKUNFT (6/6)

6. Mitarbeiter

(Fortsetzung)

Arbeitszeitenregelung grundlegend überarbeiten
(flexibel werden, auf Vertrauen basierend, einfacher,
Kernarbeitszeit, Home Office, Vertrauensarbeitszeit)

Image des Volksbankers

Ziele? Einzel- und Teamziele (LOV)

Kleiderordnung → Image (in der Verantwortung der BL;
„einfach mal machen“ → flexibler werden!)

DIGITALE PROZESSE...

eKreditakten

ePersonalakten

PenPads

mobileCash

eRechnungsbearbeitung

interne Webinare

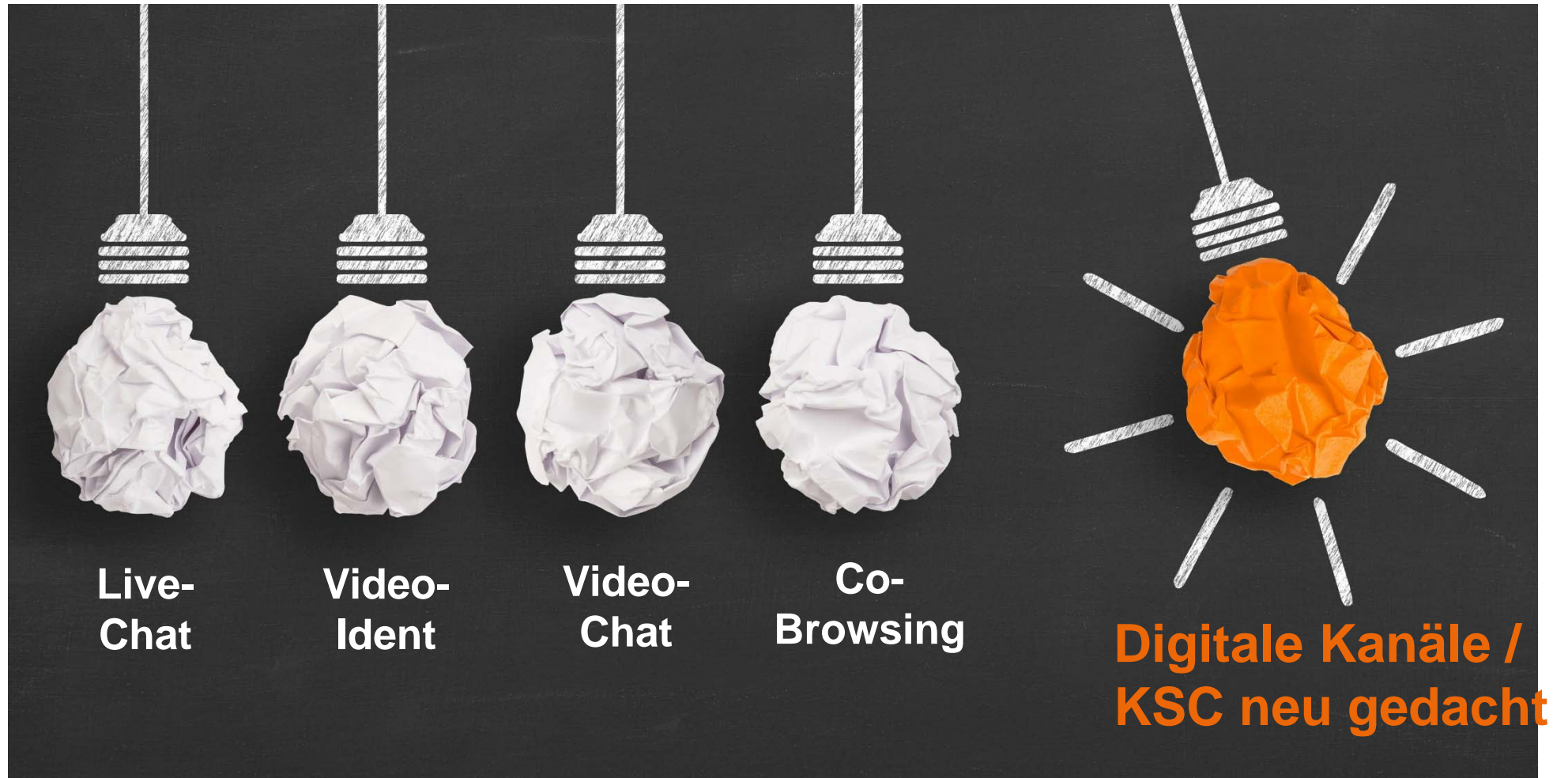
IPS Collaboration&Community

Gebäudetechnik

...



ZEITGEMÄßE INTERNE KOMMUNIKATION



WHATSAPP



WhatsApp

Unser neuer Service für Sie

Wie Sie uns erreichen können? Immer - Überall. **Jetzt auch über WhatsApp!**

Egal, wo Sie sind, ob unterwegs oder Zuhause. Ihre Grafschafter Volksbank ist immer mit dabei. Sie erreichen uns jetzt auch bequem über WhatsApp.

So einfach funktioniert's:

Speichern Sie unsere mobile Telefonnummer 05921 172-777 im Adressbuch Ihres Handys.

Oder:

Speichern Sie bequem alle Kontaktdaten der Grafschafter Volksbank automatisch mit dem abgebildeten QR-Code.

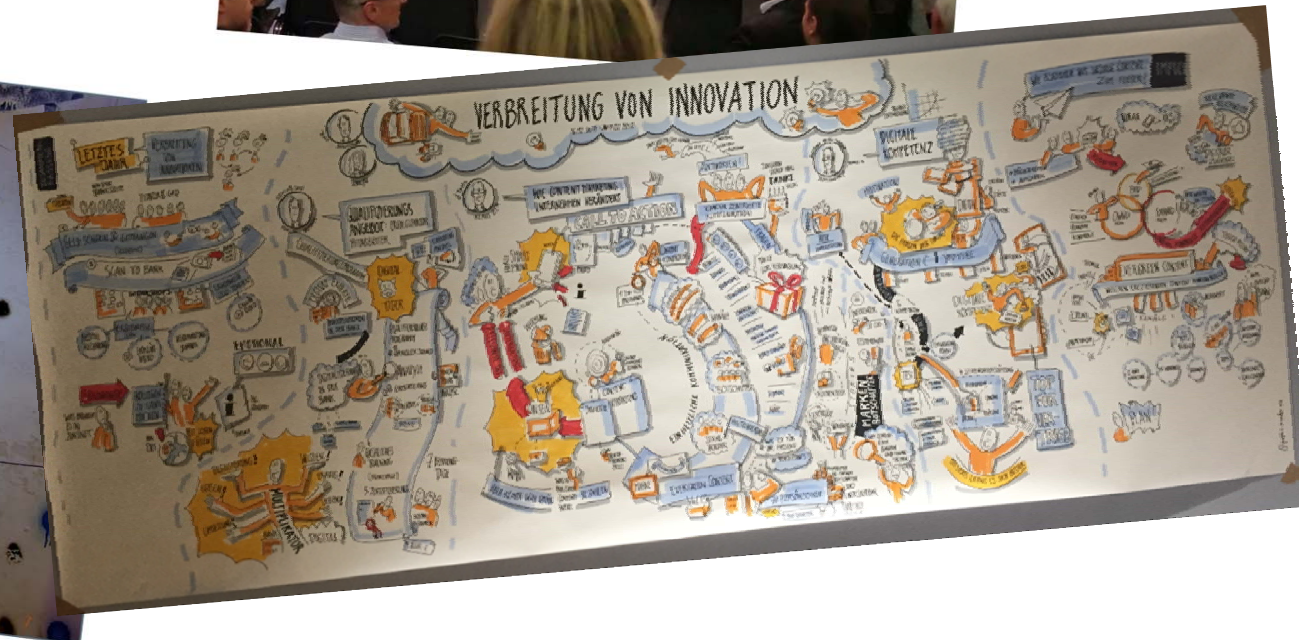


Perfekt! Los geht's.

PILOTEN FLIEGEN VORNEWEG...



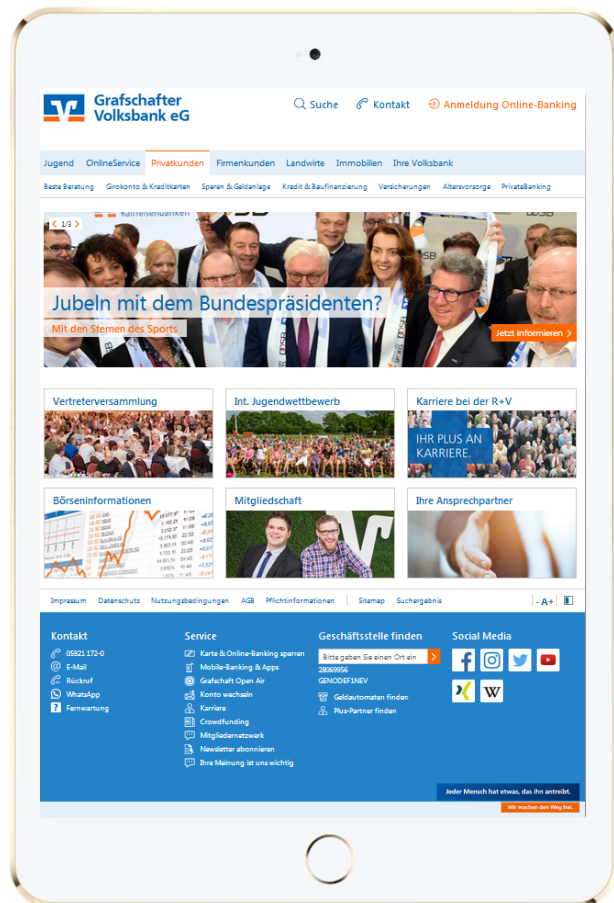
PROJEKTARBEIT MAL ANDERS ...



ERLEBBARE MODERNITÄT



TABLETS IM KUNDENSERVICE



- Digitale Angebote und Produkte zeigen
- Kunde lernt Angebot kennen
- Mitarbeiter erleben digitale Leistungen

... UND DESHALB: DigiCoach



... UND DESHALB: DigiCoach



FRAGEBOGEN VORBEREITUNG COACHING



VR-BankingApp:

JA NEIN

- Ich nutze die VR-BankingApp? JA NEIN
- Ich könnte ohne Probleme die VR-BankingApp einrichten und installieren? JA NEIN
- Ich nutze VR-SecureGo? JA NEIN
- Ich könnte ohne Probleme VR-SecureGo einrichten und installieren? JA NEIN
- Ich könnte einem Kollegen die Funktionen der VR-BankingApp vollständig erklären? JA NEIN
- Ich bin für Geld senden und anfordern registriert? JA NEIN
- Ich habe die Funktion „Scan to Bank“ ausprobiert? JA NEIN

→ Welche Probleme treten im Umgang mit der VR-BankingApp auf?

Agree21:

JA NEIN

- Ich fühle mich im Umgang mit agree21 sicher? JA NEIN
- Die Bearbeitung der Vorgänge gelingt mir in den meisten Fällen? JA NEIN
- Kundenprobleme OnlineBanking kann ich größtenteils lösen? JA NEIN
- Brief- und Formularerstellung gelingt mir? JA NEIN
- Aufbau und Handling der Vertriebsakten ist für mich nachvollziehbar (Terminierung, Anlassbündelung etc.)? JA NEIN

→ Welche Probleme treten im Umgang mit agree21 auf?



OnlineBanking:

JA NEIN

- Ich nutze OnlineBanking aktiv? JA NEIN
- Folgendes TAN-Verfahren nutze ich:
 - smartTAN JA NEIN
 - mobileTAN JA NEIN
 - VR-SecureGo JA NEIN
- Ich könnte den Ersteinstieg zusammen mit dem Kunden durchführen? JA NEIN
- Ich nutze das UnionDepot im OnlineBanking? JA NEIN
- Ich bin für die Funktion „Mobile Auszahlung mit dem Smartphone“ freigeschaltet? JA NEIN
- Ich bin für das elekt. Postfach freigeschaltet? JA NEIN
- Bei meiner privaten OnlineBanking-Nutzung fühle ich mich sicher (Handling)? JA NEIN

→ Welche Probleme treten im Umgang mit dem OnlineBanking auf?

paydirekt:

JA NEIN

- Ich bin für paydirekt registriert? JA NEIN
- Ich kann zusammen mit dem Kunden eine paydirekt-Registrierung durchführen? JA NEIN
- Ich kenne die Vorteile von paydirekt? JA NEIN
- Ich bin für die Funktion: Geld senden mit paydirekt freigeschaltet? JA NEIN
- Ich weiß, wie ich das paydirekt-Passwort ändere? JA NEIN

→ Welche Probleme treten im Umgang mit paydirekt auf?

FRAGEBOGEN VORBEREITUNG COACHING



Allgemein:

→ Welche Erwartungen hast du an unsere zukünftigen Veranstaltungen?

→ Welche Themen sind dir wichtig?

→ Beurteile bitte, wie sicher du dich in denen von dir beschriebenen Themen fühlst:

1 = sehr unsicher

sehr sicher = 10

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

→ Beurteile bitte, wie fit dein Team im Umgang mit den digitalen Medien ist:

1 = sehr unsicher

sehr sicher = 10

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

→ Gibt es bestimmte Problembereiche oder Unsicherheiten im Team?

Smartphone:

JA NEIN

→ Verfügst du über ein Smartphone?

→ Nutzt du das W-LAN der Bank?

→ Ich installiere eigenständig und ohne Probleme Apps auf mein Smartphone?

→ Welche Probleme beim Umgang mit dem Smartphone treten auf?



Sonstiges:

→ Gibt es sonst Probleme oder Themen, die in der Veranstaltung thematisiert werden sollten?

... UND DESHALB: DigiCoach



... UND DESHALB: DigiCoach

der Anfang

Führung zuerst

viel Vertrauen

freiwillig

kein Feedback

... UND DESHALB: DigiCoach

die Struktur



... UND DESHALB: DigiCoach

die Struktur

34 Coaches

Vertrieb/ EBL

Forum

mindesten 4x p.a.

Hierarchiefrei



KUNDEN-COACHING? NICHT NUR...



Die digitale Bank erleben!

DIGITALISIERUNGSWOCHE
12.-16.03.2018
Geschäftsstelle Wasserstraße

Einfach einen Termin mit
Ihrem Berater vereinbaren und eintauchen
in Ihre digitale Bank.

**15 EUR
Digi-Bonus
sichern!**



Die digitale Bank erleben!

Digitalisierungswoche
12.-16.03.2018
Geschäftsstelle Wasserstraße

- ◆ VR-Banking App
- ◆ Mobile Auszahlung
- ◆ Geld senden und anfordern
- ◆ Scan to Bank
- ◆ VR-Secure Go
- ◆ Elektronisches Postfach
- ◆ paydirekt

Und alles, was Sie rund um das Thema Digitalisierung Ihrer Volksbank beschäftigt.
Fragen Sie einfach.

KUNDEN-COACHING? NICHT NUR...



... UND DESHALB: DigiCoach

die Erfahrungen

die IT

die Chefin

die Mitarbeiter

der Vorstand



... UND DESHALB: DigiCoach

die Zukunft

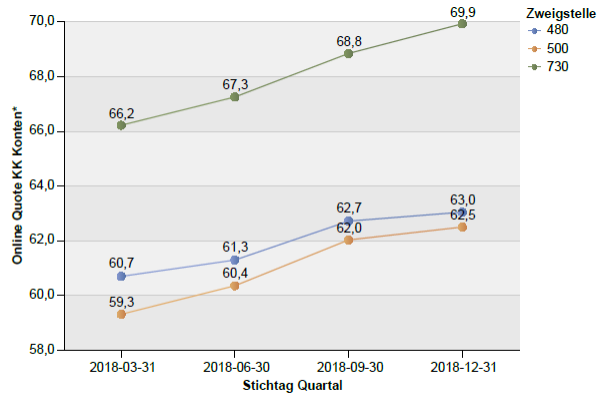
Basics +
Internes

digital denken!

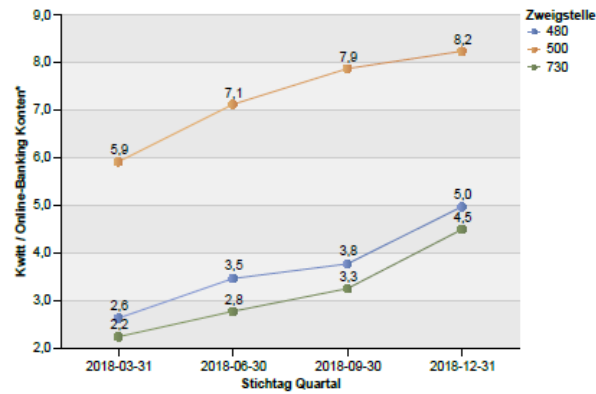
Key-User

höhere Taktung

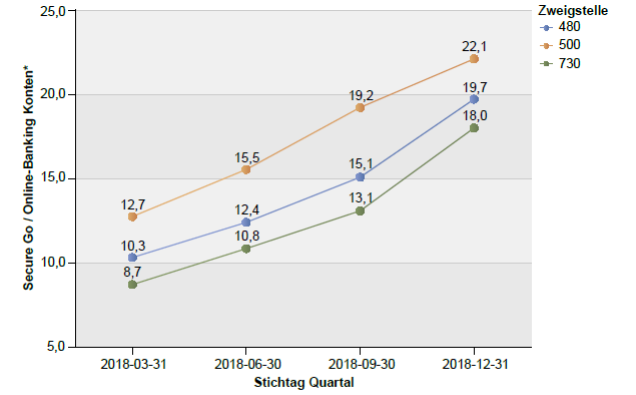
REPORTING....



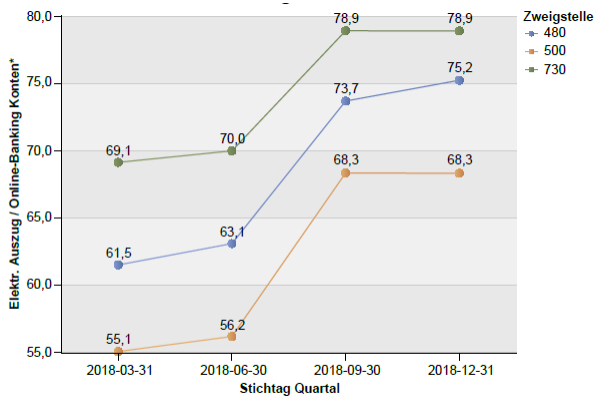
Anzahl Konten mit Online Banking / Anzahl aller KK-Konten (siehe 1a)



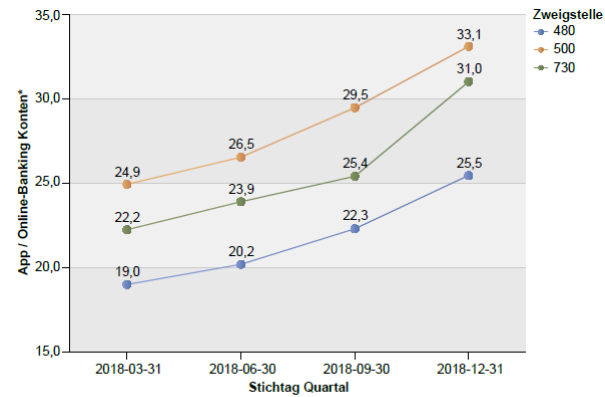
Anzahl Kunden mit Freischaltung für Kwitt / Anzahl Kunden Online Bankino



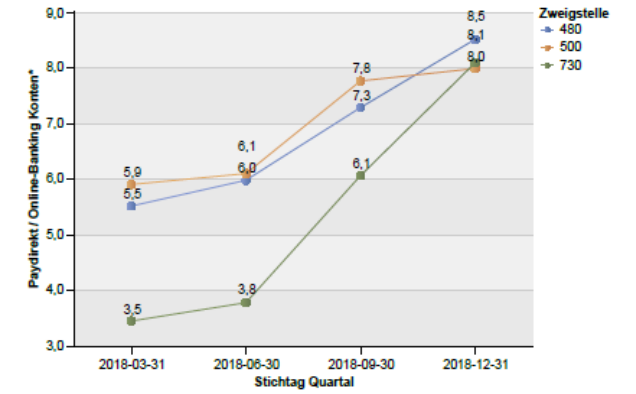
Anzahl Kunden mit Teilnahmekennzeichen mTAN / Anzahl Kunden mit Online Bankino



Anzahl Konten mit Elektronischem Postfach / Anzahl Konten mit Online Banking



Anzahl aktiver User / Anzahl Kunden mit Online Banking



Anzahl Kunden mit Freischaltung für paydirekt / Anzahl Kunden mit Online Bankino

UND DER VORSTAND?

Inhaltsschwerpunkte:

- Was ist „Digitalisierung“ eigentlich wirklich?
- Bedeutung/Stellenwert „Digitalisierung und Gesellschaft“
- Geschwindigkeit/Vernetzung/Daten
- Gesellschaftliche Dimension der Veränderung
- Technologische Realität (Augmented/Virtual Reality, Industrie 4.0, Blockchain, ...)
- Dogmen-/Paradigmenwechsel
- Was ist das konkrete Bedrohungspotenzial?
- Welche Haltung braucht es zur Nutzung der Chancen?
- Kernthema predigen und Randthema machen?
- Aufbau digitaler Kompetenz im Vorstand
- Digitale Kulturtechniken begreifen und anwenden
- Wie kann ich mich selber auf den Weg machen?
- Veränderte (Kunden-)Erwartungshaltungen
- Emotionale Kundennähe vs. räumliche Nähe
- Vertrauen ist digitalisierbar – Wege in den digitalen Kundenalltag
- Änderung der Arbeitsweisen und Methoden
- Morgen 08h00 am Schreibtisch: Digitalisierung in der eigenen Bank

ERFOLGSTREIBER/KNACKPUNKTE AUS SICHT DES VORSTANDES:

- ein Plan
- der Vorstand muss stehen und wollen
- Durchhaltevermögen und Konsequenz
- kein Teilbankdenken
- (digitales/prozessuales) Selbstvertrauen – klares Denken ALLER in Prozessen
- Köpfe (die Richtigen)
- Vertrauen
- 80/20
- der Blick über den Zaun
- reden, reden, reden, ...
- Menschen mitnehmen
- machen lassen
- Geld spielt keine Rolle!? Investieren!
- Lust statt Frust

REPRÄSENTANTEN STEHEN FÜR IHR PRODUKT...



WAS HAT EIN AUTOKAUF MIT DEM DIGICOACH ZU TUN?



Neuwagenabholung Ingolstadt Neckarsulm

Unvergessliche Momente. Erlebnis Neuwagenabholung

Sie haben sich bei Ihrem Audi Partner für einen neuen Audi entschieden. Gemeinsam mit Ihnen möchten wir den Tag der Neuwagenabholung zu etwas Besonderem machen. Erfahren Sie direkt vor Ort, mit wie viel Präzision und Sorgfalt Audi Fahrzeuge produziert werden.

Neuwagenabholung im Audi Forum Ingolstadt



Alle wichtigen Informationen zur Neuwagenabholung in Ingolstadt haben wir Ihnen unter folgendem Link zusammengestellt.

[Jetzt Informieren >](#)

Neuwagenabholung im Audi Forum Neckarsulm



Alle wichtigen Informationen zur Neuwagenabholung in Neckarsulm haben wir Ihnen unter folgendem Link zusammengestellt.

[Jetzt Informieren >](#)

LUST AM ERFOLG ...



Mitglieder



- Nähe zum Mitglied
 - immer und überall
- Mitgliederbedarfe bestimmen unser Handeln
 - auch mit neuen Leistungen
- In der Region für die Region
 - das Plus für die Grafschaft



- Das beste banking
 - für treue und neue Mitglieder

Mitarbeiter



- Selbstbewusst und initiativ
 - starke Mitarbeiter



- Vertrauen und Zutrauen
 - Fähigkeiten entwickeln



- Kulturtreiber
 - Einfachheit, Flexibilität, Innovationsfreude
- Individuell und differenziert
 - Karrieren neu gedacht

Prozesse



- **Schnelle Entscheidungen**
 - schlanke Organisation
- **Komplexität beherrschen**
 - digitalisieren und optimieren
- **Einfach wirksam steuern**
 - von der Planung bis zur LOV
- **Kommunikation**
 - schnell und individuell

Finanzen

- **Sicher und stabil**
 - fit für die Zukunft
- **Wir wachsen weiter**
 - mit Qualität und Marge
- **Innovative Geschäftsideen**
 - lukrativ für Mitglieder und Bank
- **Investitionen im Blick, Kosten im Griff**
 - wirtschaften wie ein Grafschafter



**Grafschafter
Volksbank eG**

**Die attraktivste Bank der Region.
bewährt. persönlich. fortschrittlich.**

Einfach mal machen.

Zusammengefasst:

Sexy!

ABER DAS SCHÖNSTE IN 2018 WAR ANALOG



... DANKE

WERBEBLOCK...

6. Grafschaft
Open Air
Festival

Save the Date!

25.05.2019
Samstag

Rea Garvey

Nico Santos

LEA





 Grafschafter Volksbank eG	Vorverkauf per 14.01.2019	1.193 Tickets
	davon Mitglieder	1.046 Tickets
	davon online	323 Tickets