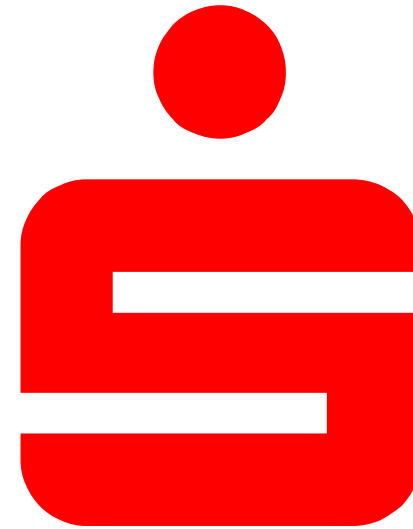


Privatkunden- strategie 2.0 der Stadtsparkasse Düsseldorf

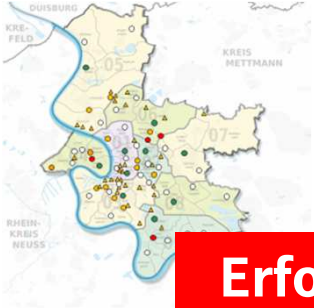
Dr. Michael Meyer, Privatkundenvorstand

Pressekonferenz
31.Oktober 2018



Was ist aus der Privatkunden Strategie 1.0 geworden?

Die Strategie war eine Reaktion auf das veränderte Kundenverhalten



**Erfolgreiche Anpassung der
Filialnetzstruktur**



**Deutlicher Ausbau
Multikanal**



**Gesteigertes
Kundengeschäftsvolumen**

Warum ist eine weitere Änderung im Privatkundengeschäft notwendig?

Der digitale Trend verändert das Nutzungsverhalten der Kunden – über alle Branchen hinweg

EINZELHANDEL

Trend: Verlagerung erheblicher Kundenströme ins Internet



25 Mio.
Amazon Besucher/Monat
14 Mio.
Zalando Besucher/Monat
3 Mio.
Cyberport Besucher/Monat



40%
geschlossene Warenhausfilialen in
Deutschland seit 2004

MEDIEN

Trend: Verluste traditionelle Kanäle (Print, TV) gegenüber digitalen Angeboten



72%
Wikipedia Nutzungsgrad von Internetusern
10%
E-Books Marktanteil
4%
Video-on-Demand Anteil am TV-Konsum



25%
Rückgang der Auflage deutscher
Tageszeitungen seit 2004

REISE & VERKEHR

Trend: stetig steigender Online-Vertrieb auf Kosten von Reisebüros



43 Mio.
Expedia Besucher/Monat
18 Mio.
Holiday-Check Besucher/Monat
11 Mio.
HRS Besucher/Monat

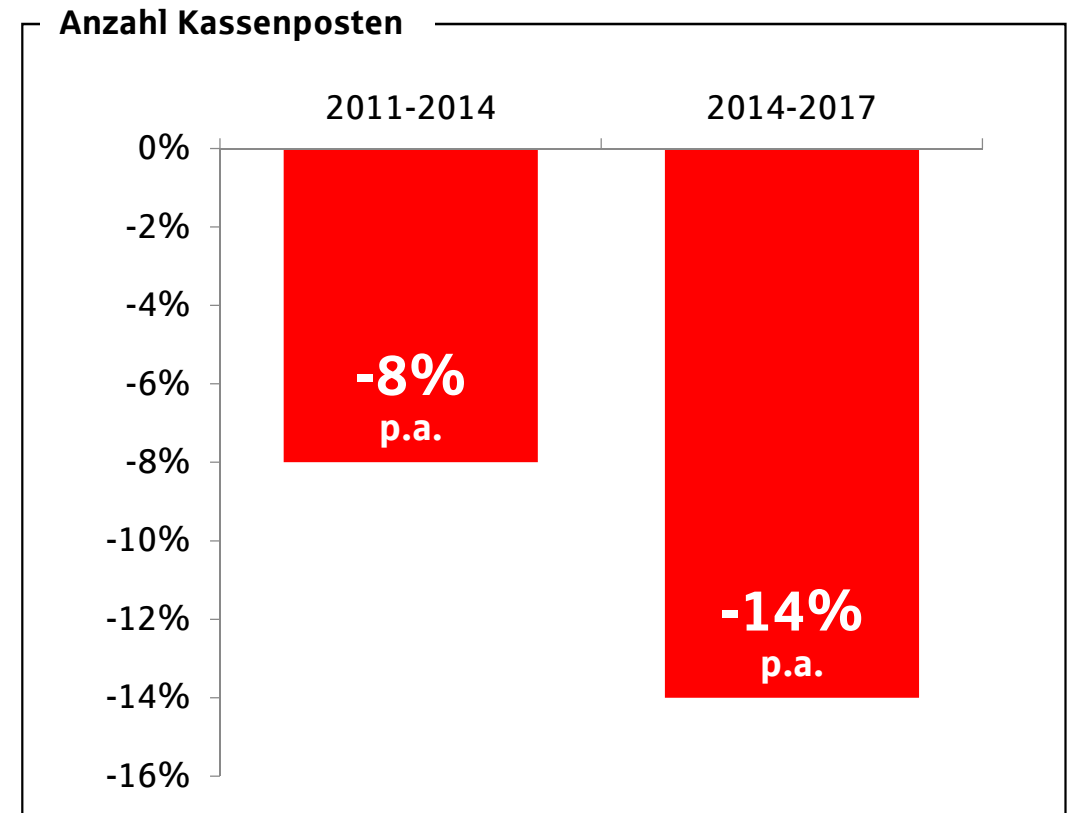
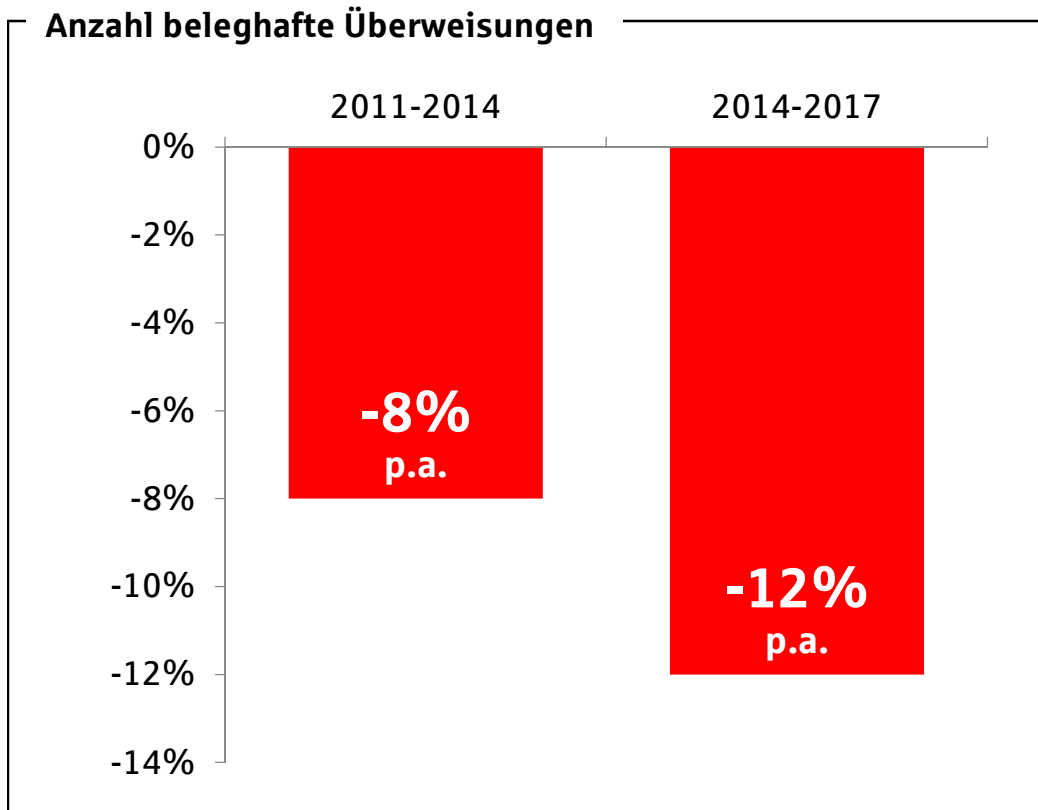


29%
geschlossene Reisebüros in
Deutschland seit 2004

Die Notwendigkeit,
sich ständig zu
verändern und
weiterzuentwickeln,
steigt immer mehr
an.

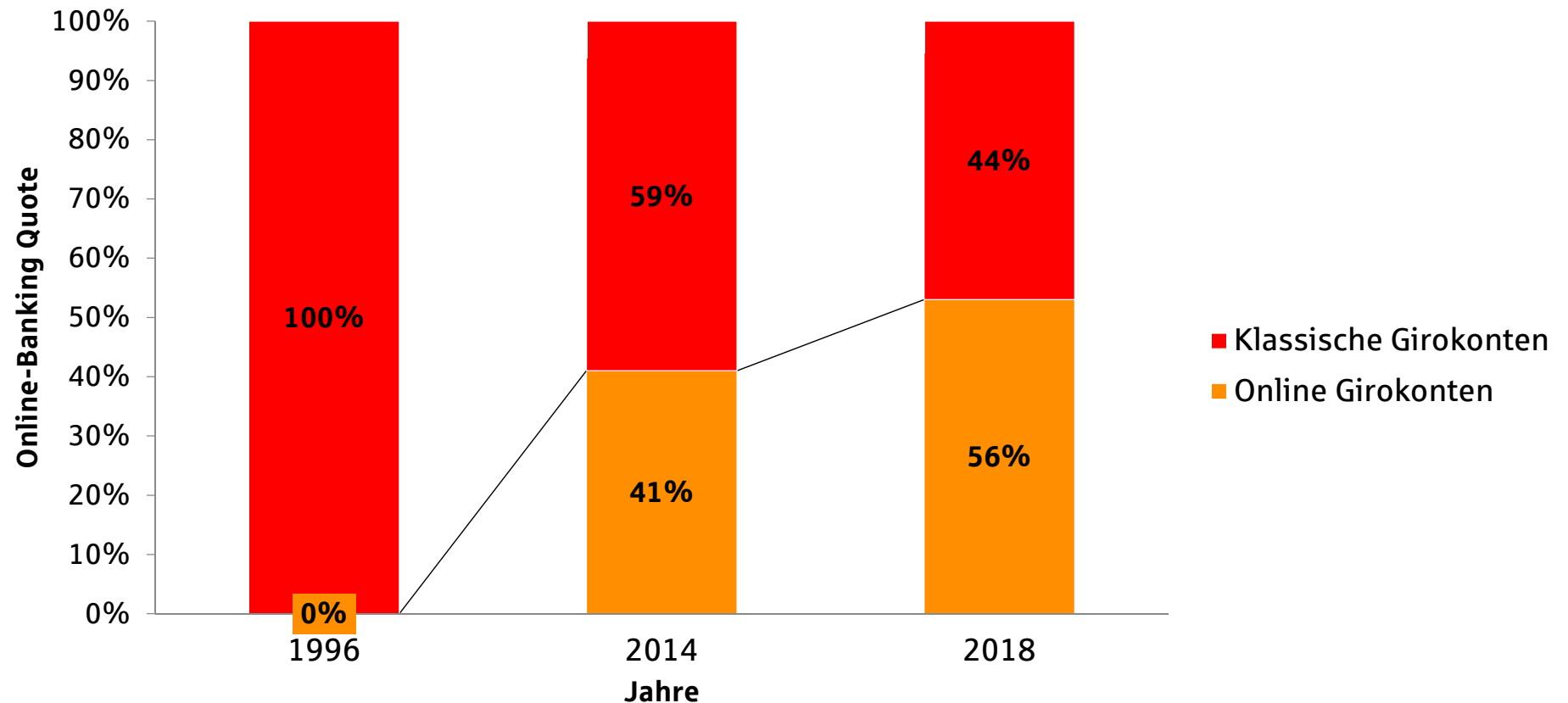
Warum ist eine weitere Änderung im Privatkundengeschäft notwendig?

Die Nachfrage nach klassischen Serviceleistungen nimmt auch bei der Stadtparkasse Düsseldorf immer weiter ab



Warum ist eine weitere Änderung im Privatkundengeschäft notwendig?

Die Nutzung und Nachfrage nach Online-Konten nimmt hingegen immer weiter zu



Warum ist eine weitere Änderung im Privatkundengeschäft notwendig?

Kunden kombinieren zunehmend traditionelles Banking mit medialen Kanälen

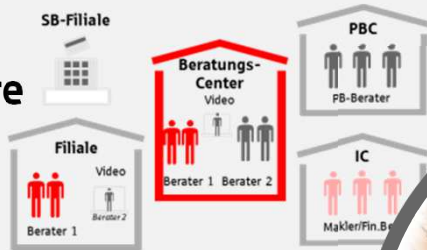
Nutzungsverhalten pro Jahr



Wie reagiert die S-Finanzgruppe auf diese Entwicklung?

Die Vertriebsstrategie der Zukunft richtet sich klar an den neuen Kundenbedürfnissen aus

Weniger aber bessere Standorte



Mehr Raum für Beratung



Stärker am Kundenbedarf und an der finanziellen Leistungsfähigkeit ausgerichtetes Angebot

Konsequenter Multikanalansatz

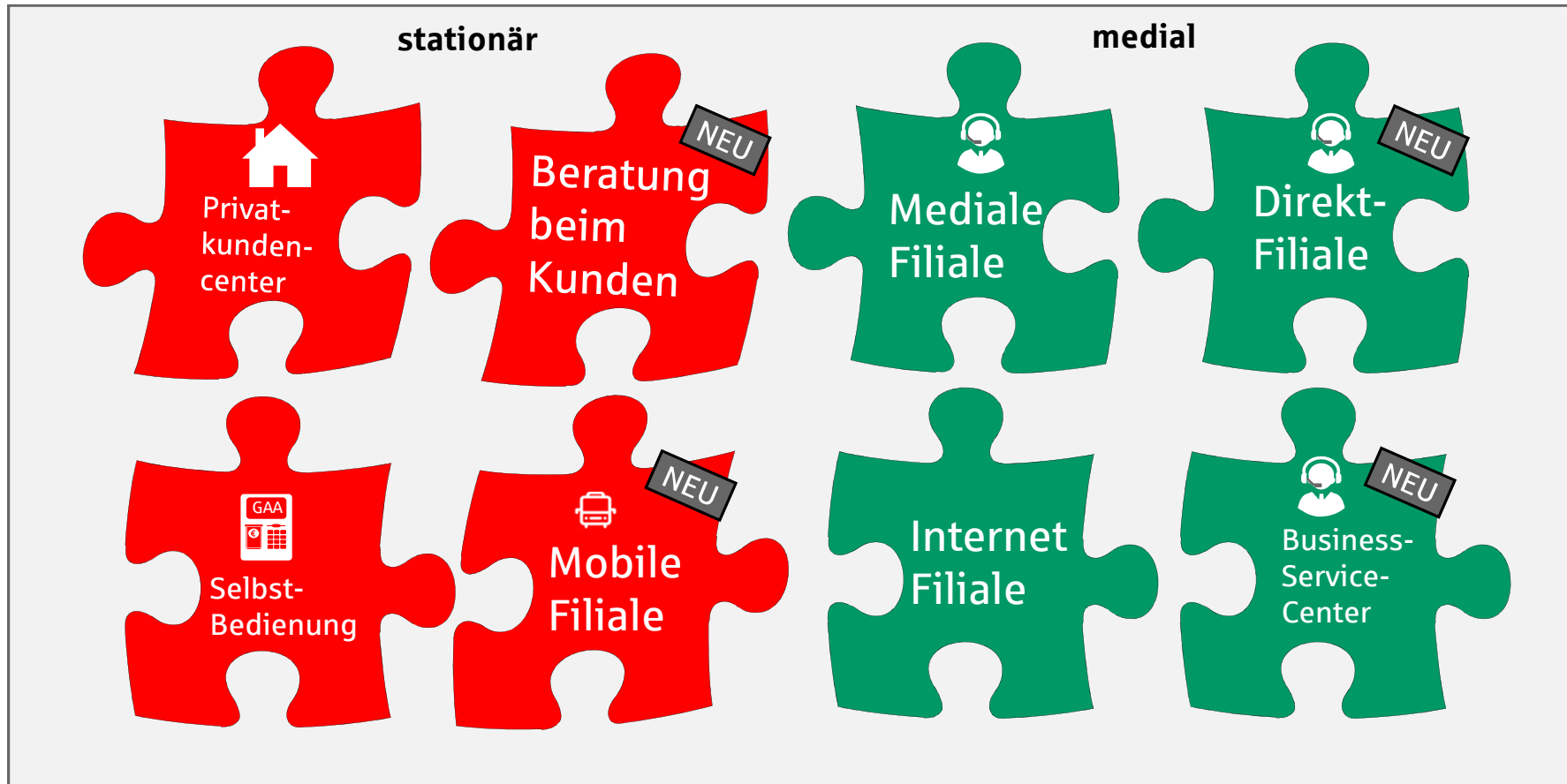


Effizienter und gezielter Einsatz von Service-Kapazitäten



Wie kann der Kunde uns in Zukunft erreichen?

**Der Kunde kann auf eine Vielzahl von Kanälen zurückgreifen –
Kombinationen sind möglich**



Wie sieht das mediale Angebot für die Kunden aus?

Mit fokussiertem Ausbau der Direktformate können wir die Kundenbedürfnisse gezielter bedienen



Ziele



Ausbau
mediales
Angebot



Effiziente und
bedarfsgerechte
Kundenbetreuung

Privatkunden mit Fokus
Serviceangelegenheiten

Geschäftskunden &
Service-Geschäftskunden

Leistung

- **Ganztägige Erreichbarkeit:** 08:00 bis 19:30 Uhr
- **Umfassendes Portfolio:** Abbildung des Filial-Leistungsspektrums mit medial optimierten Prozessen; bei komplexen Beratungsthemen persönliches Gespräch mit dem Berater möglich



Das Angebot der bisherigen Direktformate (Online Banking und mediale Filiale) wird zudem weiter ausgebaut.

Wie sieht das mediale Angebot für die Kunden aus?

Die Direktformate bieten einen modernen, effizienten und bedarfsgerechten Vertriebskanal mit ganzheitlichem Angebot



Zielgerichtetes Serviceangebot

Kompetente Expertise für Geschäftskunden

- zukunftsorientierter Service- und Vertriebskanal
- hohe Bequemlichkeit für die Kunden
- mediale / digitale Kompetenz

- 8:00 – 19:30 Uhr
- Ziel Service Level: 80% der Anrufe sollen in 20 Sekunden angenommen werden



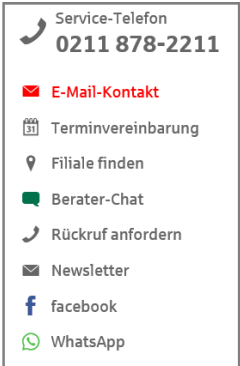
Leistungsangebot

fast 50 fallabschließende Serviceprozesse, u.a.

- ✓ Dauerauftrag einrichten/ ändern/ löschen
- ✓ Karten bestellen/ sperren
- ✓ Anschriftenänderung
- ✓ Online-Banking-Verträge abschließen/ entsperren
- ✓ Online-Banking-Support
- ✓ Sortenbestellungen

diverse Beratungsprozesse, u.a.

- ✓ Konsumentenkredite
- ✓ Modernisierungsdarlehen
- ✓ Beraterchat
- ✓ Dispoanpassungen
- ✓ PUR-Kontoeröffnungen
- ✓ Baufi-Interessentenprozess

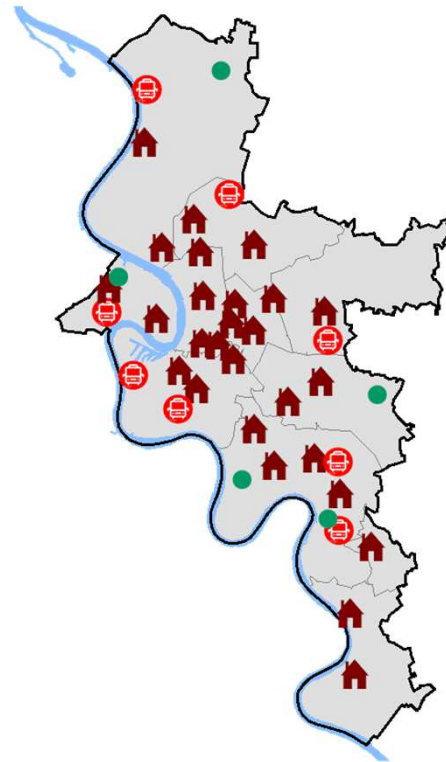
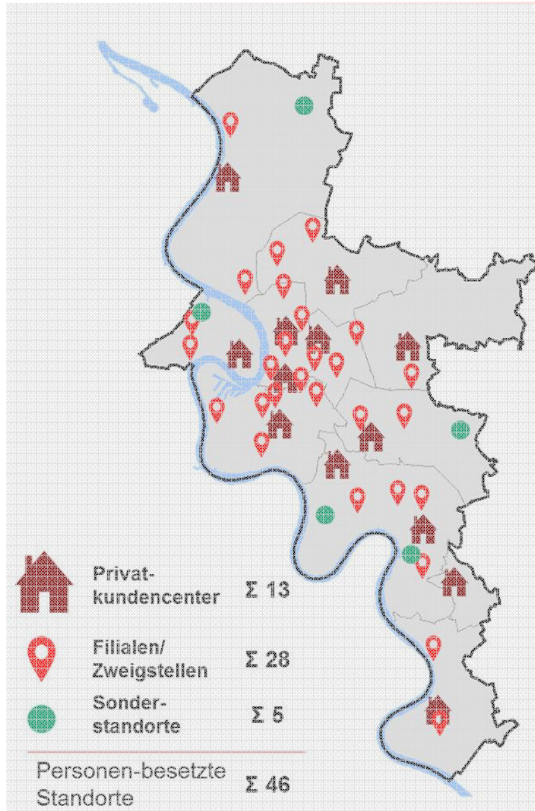





Wie sieht das stationäre Angebot für die Kunden aus?

Die SSK Düsseldorf bleibt mit insgesamt 40 Standorten im Geschäftsgebiet flächendeckend vertreten





Status Quo

Zielbild



	Privat-kundencenter	Σ 27
	Mobile Filiale	Σ 8
	Sonder-standorte	Σ 5
<hr/>		
	personenbesetzte Standorte	Σ 40

Wesentliche Änderungen

-  **27 PKC:** Umwidmung bisheriger Filialen/Zweigstellen zu Privatkundencentern (+14 )
-  **8 Mobile Filiale:** Umwandlung Filialen/ Zweigstellen zu mobiler Filiale (+ 8 )

Wie sieht das stationäre Angebot für die Kunden aus?

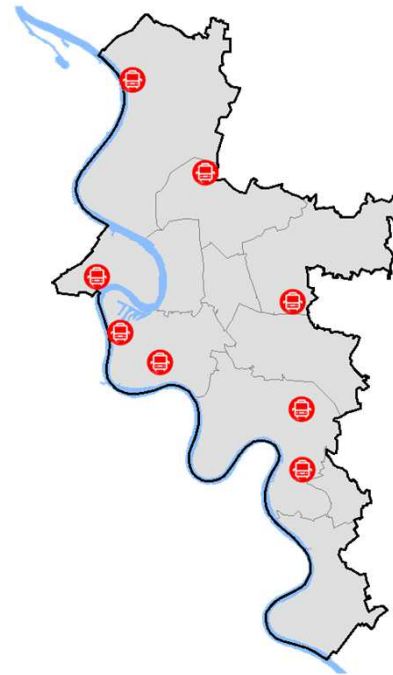
Die mobile Filiale ist eine flexible Alternative zur herkömmlichen Filiale und stellt die flächendeckende Präsenz sicher



Leistungsangebot

- Vollständiges Angebot von Beratungs- und Serviceleistungen
- Bargeldversorgung über mobilen GAA

Vorgesehene Stationen



Aktuell

8

Stationen vorgesehen



Halte­dauer

2-3

Stunden



Einsatz einer mobilen Filiale bei der Kreissparkasse Köln









Auch andere große Sparkassen nutzen bereits erfolgreich eine mobile Filiale zur Sicherstellung der Präsenz in der Fläche



Video-Link: <https://www.youtube.com/watch?v=G3BZ3-U-2As>

Welche Standorte werden in die mobile Filiale umgewandelt?







**Es werden acht Standorte in die Mobile Filiale umgewandelt
– SB-Bereiche bleiben bestehen**

Fusionierender Standort	Adresse		Alternativer Standort	Adresse	i SB
Lichtenbroich	Matthiaskirchweg 4	----->	Unterrath	Kalkumer Straße 142	
Heerd	Nikolaus-Knopp-Platz 32	----->	Lörick Oberkassel	Hansaallee 380 Luegallee 67	
Wittlaer	Kalkstraße 30	----->	Kaiserswerth	Klemensplatz 10	
Heyestraße	Heyestraße 109	----->	Gerresheim	Benderstraße 1	
Hassels	Hasselsstraße 89	----->	Benrath	Hauptstraße 36	
Flehe	Fleher Straße 190	----->	Bilk	Brunnenstraße 75	
Hamm	Hammer Dorfstraße 127	----->	Unterbilk	Bilker Allee 77	
Urdenbach	Kammerathsfeld- straße 64	----->	Benrath Garath	Hauptstraße 36 Peter-Behrens-Straße 113	

Zeitpunkt der
Umwandlung:
30.09.2019

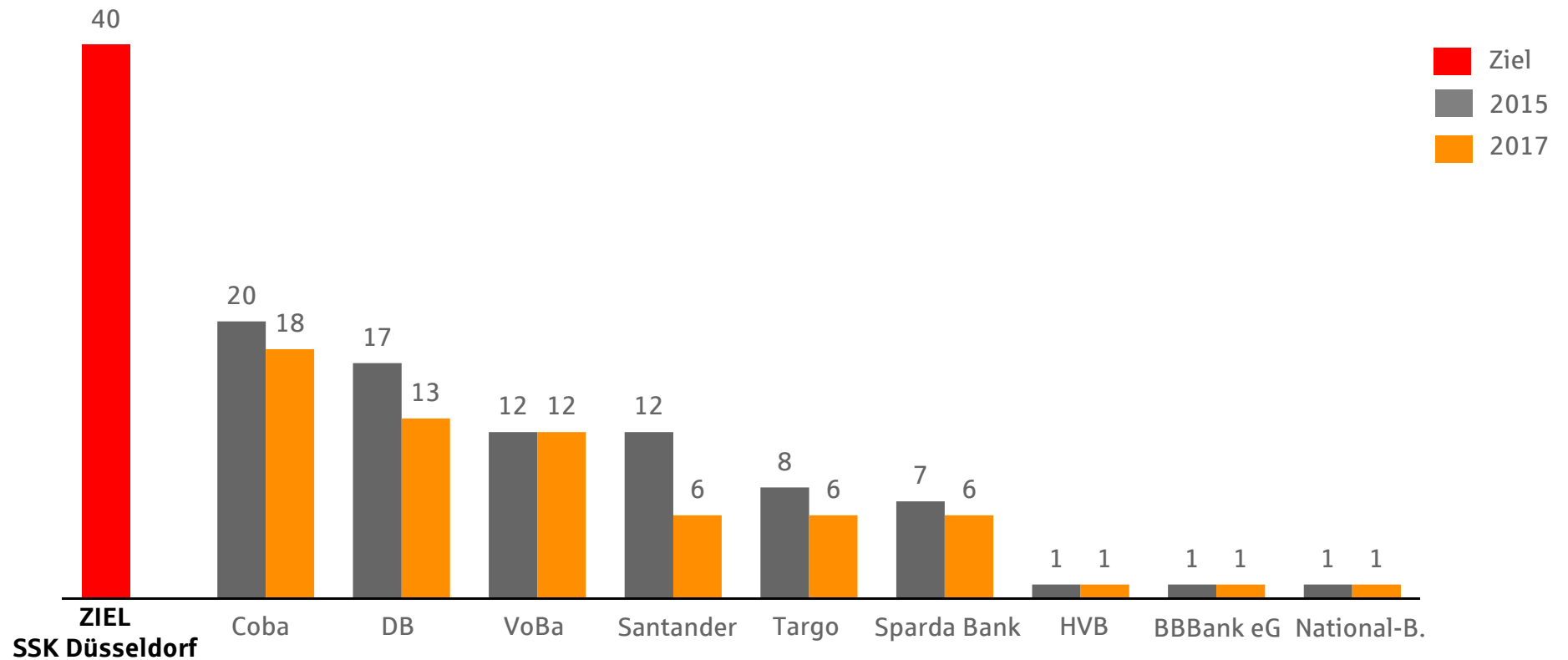
Welche Standorte werden in SB umgewandelt?

Bei sechs Standorten stehen den Kunden in Zukunft weiterhin die SB-Geräte zur Verfügung

Fusionierender Standort	Adresse		Alternativer Standort	Adresse	i SB	
Friedrichstadt	Friedrichstraße 42	----->	Unterbilk Bilk	Bilker Allee 77 Brunnenstraße 75		Zeitpunkt der Umwandlung: 28.02.2019
Monheim -Süd	Friedrichstraße 23-25	----->	Monheim am Rhein	Krischerstraße 7		
Münsterstr.	Münsterstraße 126	----->	Derendorf	Collenbachstraße 10		Zeitpunkt der Umwandlung: 31.10.2019
Pempelfort	Duisburger Straße 32	----->	Derendorf	Collenbachstraße 10		
Altstadt	Bolkerstraße 17	----->	Berliner Allee	Berliner Allee 33		
Lierenfeld	Reisholzer Straße 34-36	----->	Eller	Gertrudisplatz 16 - 18		

Wie sieht unser Filialnetz dann im Vergleich zum Wettbewerb aus?

Die SSK Düsseldorf hat weiterhin mit deutlichem Abstand das größte Filialnetz



Veränderungen für die Kunden im Überblick

Mit den Anpassungen der neuen Privatkundenstrategie schaffen wir mehr Raum für die Beratung unserer Kunden



Mehr Raum für Beratung

1. Ausweitung der Beratungszeiten

Beratungstermine können zwischen 08:00-19:30 Uhr vereinbart werden.

2. Erhöhung der Beraterkapazitäten

Umfassende, ganzheitliche Beratung, zur Abdeckung aller Kundenbedürfnisse mit entsprechenden Spezialisten unter einem Dach.

3. Mobile Beratung

Beratungstermine können zukünftig auch beim Kunden stattfinden.

4. Einfach, immer und überall: Multikanalberatung

Kompetente und qualifizierte Beratung ist auch ortsunabhängig möglich.