

Plattform für Cross-Selling-Ansätze

S-points – ein Bonusprogramm für die Sparkassen startete am 1. April in Fürstenfeldbruck. Die Treue der Privatkunden zur Sparkasse soll sich künftig lohnen, in dem die Kunden von ihren Geldgeschäften zusätzlich profitieren.

Kunden werden in ihrem Finanzleben mit „Bonuspunkten“ belohnt. Das bedeutet: Kunden sammeln Punkte über Finanzgeschäfte, zum Beispiel Umsatz mit der Kreditkarte, Abschluss einer Baufinanzierung, regelmäßiges Sparen und andere Produkte. Diese tauschen sie dann in Prämien ein.

Der Sparkassen-Kunde entscheidet, wie er seine Punkte einsetzt. Er kann sich den Girokontopreis über die Finanzprämie zurückerstatten lassen, den neuen Apple iPod-touch bestellen oder eine andere Prämie aus dem Prämienangebot. Punkte können ebenfalls gespendet werden. Zudem sind auch zentrale Kooperationen in s-points integriert. Dies sind zum Beispiel Musicals, Hotels, Reiseveranstalter. Die Vorteile können in Form von ausgewählten Sonderangeboten, Rabatten, Zugaben oder limitierten Produktangeboten sein.

Einfachheit hält den Aufwand in Grenzen

„Alles gute Gründe, das neue Bonusprogramm in jedem Kundengespräch aktiv anzubieten“, findet Ludwig Horndasch, Geschäftsstellenleiter bei der Sparkasse. Besonders viel Wert wurde auf die Einfachheit gelegt. Alle Transaktionen werden automatisch zu Punkten verarbeitet. Es entsteht also kein manueller Aufwand in der täglichen Beratung. „Wir müssen weder Strichlisten führen, noch Punkte kleben“, freut sich Horn-



Vorstand beim Scherenschnitt (von links): Bernd Fröhlich, Dr. Peter Harwalik und der Vorstandsvorsitzende Klaus Knörr.

Foto Sparkasse

dasch. Von der Punkteermittlung, Punktegutschrift bis hin zur Einlösung der Punkte durch den Kunden erfolgt alles automatisch.

Plattform für alle Vertriebsthemen gefunden

Über die Kommunikationsmittel von s-points hat die Sparkasse seit dem 1. April eine „neue Plattform aktuelle Vertriebsthemen und Aktionen von Vorteilspartnern zielgruppengenau zu platzieren“, erläutert Dirk Hoogen, Leiter Unternehmenskommunikation. Neug-

keiten werden mehrfach im Jahr über Newsletter oder Punkte-Info-Mailings mitgeteilt, in denen die Teilnehmer auch ihren aktuellen Punktestand mitgeteilt bekommen.

Auf der Mitarbeiterauftaktveranstaltung erläutert Bernd Fröhlich, Vorstandsmitglied der Sparkasse Fürstenfeldbruck, die Gründe für die Einführung eines Bonussystems. „Mit der Einführung von s-points begegnen wir den aktuellen Anforderungen, die der Markt an uns stellt“, so Fröhlich. Er machte auf die Konkurrenz vor Ort aufmerksam, die „durch kostenlose Girokonto-

Angebote, die zum Teil sogar noch mit bis zu 50 Euro Startguthaben ausgestattet sind“ und deutete auf die Gefahr, trotz Marktführerschaft – gerade im Bereich des Ankerprodukts Girokonto – Kunden zu verlieren. Zusätzlich wolle man einen „exklusiven Status“ für alle Privatkunden schaffen, um so die Preisensibilität zu reduzieren.

Es ist heute so, dass die Kunden „dort zunehmend Finanzgeschäfte abschließen, wo sie attraktive Zusatzleistungen (Mehrwerte) bekommen – neben unserer hohen Qualität in der Beratung. Die Treue des Kunden zur Sparkasse Fürstenfeldbruck wird künftig belohnt“, so Fröhlich.

Neukundengewinnung zulasten des Wettbewerbers

„Künftig können wir uns die Sparkasse Fürstenfeldbruck ohne s-points nicht mehr vorstellen“, freut sich Projektleiter Matthias Straßl auf die kommenden Jahre mit dem Bonusprogramm. „Die überwiegende Zahl der Privatkunden wird s-points nutzen“, ist sich Straßl sicher, und hofft vor allem auch auf „die Gewinnung von einer ansprechenden Zahl von Neukunden – zulasten der Mitbewerber“.

Als erste bayerische Sparkasse hat sich Fürstenfeldbruck gleich im ersten Jahr hohe Ziele gesetzt. „Wir möchten 30 Prozent unserer Privatkunden in den nächsten neun Monaten als s-points-Teilnehmer gewinnen“, so Fröhlich und gibt – zusammen mit seinen Vorstandskollegen – den Startschuss, indem er ein rotes Band durchschneidet: Ziel sei es, „die Marktanteile zu sichern und langfristig auszubauen, ohne dabei den Status eines Qualitätsanbieters aufzugeben“. Betreiber des Programms s-points ist die S-IMK GmbH, Elsdorf. DSZ