

Landesbank Berlin AG/Berliner Sparkasse | Firmenkunden Zukunftswerkstatt

Ausgangssituation und Projektauftrag

Ziel der Landesbank Berlin AG/Berliner Sparkasse im Firmenkundengeschäft ist es, die sich aus den Markt- und Wettbewerbstrends ergebenden Chancen konsequent zu nutzen und in klare Wettbewerbsvorteile für sich und ihre Kunden umzusetzen. Um dies zu erreichen, wurde auf Basis der zeb/-Zukunftsstudie „Firmenkundengeschäft der Zukunft“ das Projekt „Firmenkunden Zukunftswerkstatt“ aufgesetzt, in welchem der Einfluss der relevanten Trends zunächst für die Langfristplanung quantifiziert wurde, um darauf aufbauend ein Zielbild 2020 für die Landesbank Berlin/Berliner Sparkasse zu konzipieren.

Projekthinhalte und Vorgehen

Grundlage hierfür bildete eine strategische Analyse, in der Stärken und Schwächen der Aufstellung im Firmenkundengeschäft herausgearbeitet sowie Bedrohungen und Chancen identifiziert und quantifiziert wurden. Anschließend konnten aus dem Analyseergebnis strategische Eckpfeiler und konkrete Handlungsfelder abgeleitet werden (vgl. Abb. 1).

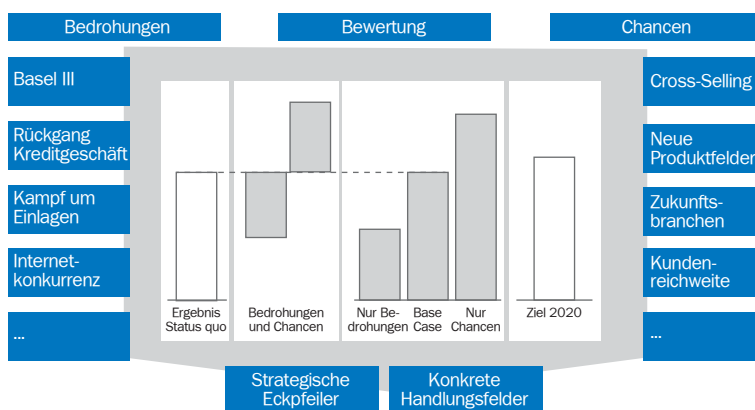


Abb. 1: Bewertung Chancen und Risiken

Ausgangspunkt für die zweite Projektphase waren die gemeinsam priorisierten Bedrohungen und Chancen für das Firmenkundengeschäft. In den zwei Projektsträngen „Steigerung von Ertrag und Ergebnis“ und „Stärkung der Risikofähigkeit“ wurde in neun Teilprojekten ein Zielbild für die erfolgreiche Aufstellung in 2020 erarbeitet. Ein wichtiger Erfolgsfaktor für die Akzeptanz der Projektergebnisse war dabei die breite Mitwirkung der Mitarbeiter und Führungskräfte der Landesbank Berlin/Berliner Sparkasse, die aufgefordert waren, nach ihren persönlichen Erfahrungen und Interessen an der Projektarbeit teilzunehmen.

Neben der Koordinationsfunktion im zentralen Projektmanagement lag der Schwerpunkt der zeb/-Begleitung auf den Teilprojekten „Kundensegmentierung/Zielbild Vertriebsoberfläche“, „Gewerbekunden“ und „Mittelständische Firmenkunden“.

Im Teilprojekt „Kundensegmentierung/Zielbild Vertriebsoberfläche“ sind folgende Kernergebnisse erarbeitet worden:

- / Paradigmenwechsel von wertorientierter Segmentierung nach Ist-Deckungsbeiträgen zu potenzialorientierter Segmentierung nach Unternehmensgrößenklassen und dem daraus resultierenden Geschäfts- und Ertragspotenzial
- / Zuordnung aller vertriebslich relevanten Funktionsbereiche zu den zukünftigen Kundensegmenten
- / Konzeption von an Kundensegmenten ausgerichteten Betreuungsmodellen zur Sicherstellung bedarfsgerechter Adressierung der Kundenbedarfe auf Basis einer segmentdifferenzierten Positionierungsmatrix (vgl. Abb. 2)

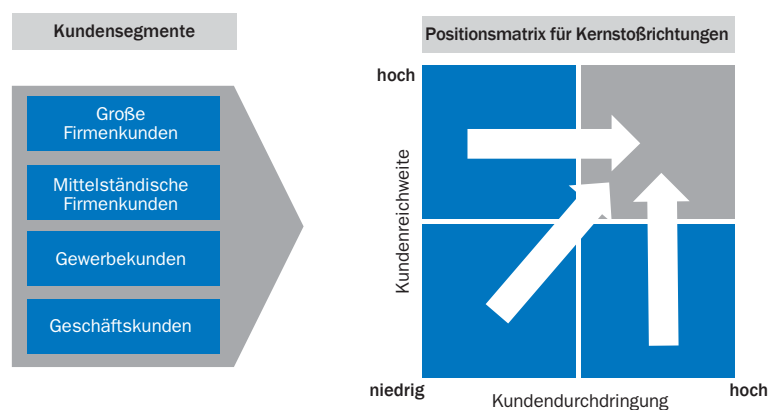


Abb. 2: Segmentdifferenzierte Priorisierungsmatrix

Im Teilprojekt „Gewerbekunden“ wurde ein besonderes Augenmerk auf die Schaffung neuer Betreuungsstandards und Initiierung innovativer Produktideen für Berliner Gewerbetreibende gelegt, um damit die bestehenden Kundenverbindungen zu sichern und sich klar im Segment der Geschäfts- und Gewerbekunden zu positionieren.

Im mittelständischen Firmenkundengeschäft soll der Fokus neben der adäquaten, bedarfsgerechten Betreuung der bestehenden Kunden künftig auf die Ausweitung der Marktreichweite durch einen systematischen Neukundengewinnungsprozess gelegt werden.

Ausblick

Die Landesbank Berlin/Berliner Sparkasse wird die Konkretisierung und Umsetzung des Zielbildes für 2020 konsequent weiterverfolgen und dabei den Weg der weitestmöglichen Einbeziehung von Mitarbeitern in die Projektarbeiten fortsetzen. Sie verfolgt damit das Ziel, die Position als wichtigster Partner der Berliner Unternehmer und Unternehmen durch ein zukunftsfähiges Geschäftsmodell weiter zu festigen.



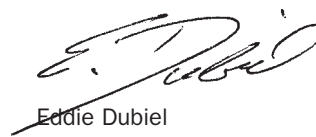
Michael Jänichen
Geschäftsbereichsleiter Firmenkunden
Landesbank Berlin AG/
Berliner Sparkasse



Bartho Schröder
Leiter Geschäftsfeldstab Firmenkunden
Landesbank Berlin AG/
Berliner Sparkasse



Christian Rupp
Senior Manager
zeb/



Eddie Dubiel
Manager
zeb/