

Neue Wege für die Sparkasse Prignitz: Mehr Beratung in den Filialen!

Die Sparkasse Prignitz modernisiert ihre Filialen mit mehr Beratung und digitalen Angeboten, um Kundenwünsche besser zu erfüllen.

Die Sparkasse Prignitz stellt sich neu auf und möchte das Kundenerlebnis in ihren zwölf Filialen deutlich verbessern. Der neue Vorstand, bestehend aus Markus Volke, dem Vorstandsvorsitzenden, und Frank Nauruhn, hat kürzlich die Geschäfte von ihren Vorgängern übernommen und bringt frischen Wind in die Bank. „Wir wollen präsenter und stärker im Kundengeschäft verankert sein“, sagt Volke und spricht damit ein neues Ziel in der Geschäftsausrichtung an.

In der Vergangenheit wurde der Kundenservice als nicht ausreichend wahrgenommen, und das möchte die Sparkasse nun ändern. Das Hauptaugenmerk liegt darauf, eine intensive Beratung anzubieten. Gerade in Zeiten, in denen immer mehr Kunden digitale Alternativen nutzen, sieht die Sparkasse den Bedarf, ihr Angebot sowohl offline als auch online zu erweitern.

Videoberatungen und digitale Kommunikation

Eines der neuen Konzepte wird die Videoberatung sein. In den Filialen, die nicht ganztägig geöffnet sind, sollen Kunden die Möglichkeit erhalten, per Video oder Telefon Beratungsgespräche mit Mitarbeitern der Sparkasse zu führen. „Das normale Tagesgeschäft, das der Kunde woanders im Internet machen kann, muss auch in der Filiale gehen“, erläutert

Volke diese Neuerung. Damit wird eine Brücke zwischen digitalem und persönlichem Service geschlagen.

Die Filialen sollen zwar weiterhin erhalten bleiben, jedoch wird es Anpassungen bei den Öffnungszeiten geben. „Die Filiale der Zukunft hat an einzelnen Tagen geöffnet, das aber nicht rund um die Uhr“, beschreibt Volke. Dies ermöglicht den Mitarbeitern, sich intensiver um die Kunden zu kümmern, wenn die Filiale geöffnet ist.

Zusätzlich wird auch das Online-Angebot ausgebaut. Geplant ist, Versicherungen direkt im Internet anzubieten. Volke und Nauruhn betonen, dass diese digitale Erweiterung nicht als Konkurrenz zu den Filialen betrachtet wird, sondern vielmehr als Ergänzung, die den Bedürfnissen modernster Bankkunden gerecht wird.

Marktführerschaft und Kundenzufriedenheit

Die Sparkasse Prignitz ist im Bereich der Girokonten von Privatkunden marktführend mit einem Anteil von 53 Prozent. Besonders erfreulich ist der Anstieg junger Kunden unter 31 Jahren. „Das Interesse dieser Altersgruppe an unserer Sparkassen-App hat sicher dazu beigetragen“, erklärt Nauruhn, was darauf hindeutet, dass moderne Banking-Lösungen von den jüngeren Generationen geschätzt werden.

Was die Bilanz angeht, sind die beiden Vorstandsmitglieder mit der Bilanzsumme von 1.038 Millionen Euro und den Kundeneinlagen von insgesamt 898 Millionen Euro sehr zufrieden. Die Sparkasse zeigt somit eine gute, gesunde Finanzlage, was in der heutigen Zeit von großer Bedeutung ist.

Volke und Nauruhn haben klare Vorstellungen zur Verbesserung der Kreditvergabe, die in der Vergangenheit oft von langen Durchlaufzeiten geprägt war. Sie setzen sich hohe Ziele, um die Prozesse für die Kunden zu optimieren. „Die Durchlaufzeiten

dauern uns hier aktuell noch zu lange, da wollen wir schneller werden“, heißt es konkret.

Die Sparkasse Prignitz verfolgt mit ihren innovativen Ansätzen das Ziel, ihre Präsenz in der Region zu stärken. So bleibt die Orientierung am Kunden im Mittelpunkt der neuen Strategie, während gleichzeitig die Gestaltung des Bankgeschäfts der Zukunft im Fokus steht.

Der Wettbewerb im Finanzdienstleistungssektor

Der Finanzdienstleistungssektor in Deutschland ist stark umkämpft, insbesondere in ländlichen Regionen wie der Prignitz. Neben der Sparkasse Prignitz treten verschiedene Banken und Online-Anbieter auf den Plan, die ähnlich wie die Sparkasse ihre Services kontinuierlich anpassen, um den Bedürfnissen der Kunden gerecht zu werden.

Durch die Zunahme von digitalen Bankdienstleistungen und spezialisierten FinTech-Unternehmen sind die traditionellen Banken gefordert, ihre Angebote zu modernisieren. Die Möglichkeit, Bankgeschäfte online abzuwickeln, hat für viele Verbraucher an Attraktivität gewonnen, was die Sparkasse veranlasst hat, ihr digitales Angebot zu erweitern. Laut dem Bankenverband nutzen bereits 90% der Deutschen Online-Banking-Dienste (Quelle: **Bankenverband**).

Kundenzufriedenheit und Trends

Die Zufriedenheit der Kunden ist für Banken von entscheidender Bedeutung. Aktuelle Studien zeigen, dass persönliche Beratung und schneller Service immer wichtiger werden. Eine Umfrage des Instituts für Handelsforschung ergab, dass rund 75% der Verbraucher ihre Bank wegen unzureichender Beratung wechseln würden (Quelle: **IFH Köln**). Die Sparkasse Prignitz hat dies erkannt und strebt durch neue Angebote, wie die

Videoberatung, eine Steigerung der Kundenzufriedenheit an.

Unter den jüngeren Kunden wachsen bevorzugte Kommunikationskanäle wie Chat-Funktionen und Messaging-Apps. Diese Trends beeinflussen die Gestaltung des Kundenservices bei Banken maßgeblich. Die Sparkasse Prignitz setzt daher auf ähnliche Dienstleistungen, um konkurrenzfähig zu bleiben und die Erwartungen der jüngeren Zielgruppe zu erfüllen.

Nachhaltigkeit im Bankwesen

Ein weiterer Aspekt, der zunehmend in den Fokus rückt, ist die Nachhaltigkeit. Banken, darunter auch Sparkassen, werden mehr denn je für ihre sozialen und ökologischen Auswirkungen verantwortlich gemacht. Die Sparkasse Prignitz könnte ihre Strategien in Zukunft anpassen, um umweltfreundliche Finanzprodukte anzubieten und transparente Informationen über ihre Einsatzmöglichkeiten zu kommunizieren.

Nachhaltige Investments und ethisches Banking gewinnen an Bedeutung. Verbraucher verlangen Dienstleistungen, die soziale Verantwortung und ökologische Nachhaltigkeit umfassen. Die Integration solcher Konzepte kann nicht nur zur Erhöhung der Kundenzufriedenheit beitragen, sondern auch neue Zielgruppen erschließen und das Image der Bank positiv beeinflussen.

Details

Besuchen Sie uns auf: n-ag.de