

Regionale Ökosysteme

WIEDERENTDECKUNG DER REGION ALS GEGENTREND ZU GLOBALEN PLATTFORMEN

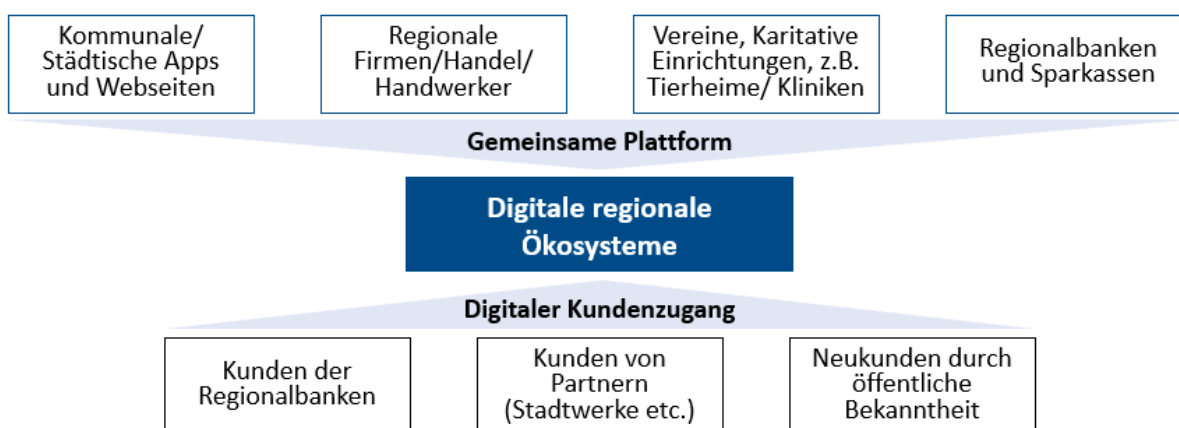
Investors Marketing beschäftigt sich seit vielen Jahren mit innovativen Ansätzen und neuen Geschäftsmodellen für Banken und Sparkassen im deutschsprachigen Raum. Einer der großen aktuellen Innovationstreiber für Regionalbanken ist der Aufbau sogenannter „Regionaler Ökosysteme“. In diesem White Paper möchten wir gerne einige Hintergründe und konkrete Umsetzungsoptionen für solche Regionalen Ökosysteme aufzeigen.

In den letzten Jahren erleben wir in Deutschland einen starken Trend zur Rückbesinnung auf Regionalität und regionale Produkte – quasi als Gegenteil zur starken Globalisierung der Nullerjahre. Seit der Corona-Krise hat sich diese Entwicklung noch weiter verstärkt: regionale Angebote sind schwer en vogue!

Parallel zur Wiederentdeckung der Region hat die Digitalisierung der Gesellschaft kontinuierlich zugenommen. E-Commerce-Anbieter und große Online-Plattformen drängen auf den Markt und greifen erfolgreich nach der Schnittstelle zum Kunden. Dies bedroht das Geschäftsmodell aller Regionalbanken, deren Erfolge der Vergangenheit auf dem engen Bespielen der Kundenschnittstelle beruht (alter Sparkassen-Slogan: Nähe ist bei uns kein Zufall).

Die regionalen Angebote im Internet sind heute jedoch oftmals sehr zersplittert und wenig aus Verbrauchersicht gedacht. Es existieren eine Vielzahl regionaler Apps von Gemeinden, kommunalen Unternehmen (Tourismusverbände, Stadtwerke, Verkehrsbetriebe), aber auch der Regionalbanken und der Unternehmen vor-Ort. Jede einzelne verfügt oftmals nicht über die kritische Masse an Nutzern und Traffic.

Ein digitales regionales Ökosystem bündelt diese Vielzahl an regionalen Onlineangeboten und Apps auf einer gemeinsamen Plattform. Damit erhöht sich die Bekanntheit und Reichweite jedes Partners schlagartig, denn über die Plattform können nicht nur die eigenen Kunden, sondern auch diejenigen der weiteren Partner sowie Neukunden erreicht werden.



Sparkassen und Volksbanken sind ein idealer Initiator eines solchen regionalen Ökosystems. Sie spielen schon immer eine große Rolle als zentrales Netzwerk einer Region, da sie sowohl den Zugang zu einer

großen Anzahl von Privatkunden als auch zu Firmenkunden und Kommunen haben. Mit dem Aufbau eines eigenen Ökosystems können Regionalbanken dieses Netzwerk erstmals systematisch kommerzialisieren und ihre Substanz auch in der digitalen Welt nutzen.

Für Volksbanken und Sparkassen stellt der Aufbau einer digitalen regionalen Plattform damit die logische Weiterentwicklung ihrer Digitalisierungsstrategie dar. Um die Kundenschnittstelle nicht zu verlieren, dürfen Regionalbanken und Sparkassen sich nicht länger als singulärer Spieler auf dem Finanzmarkt verstehen, sondern müssen ihre Angebote möglichst komplementär in solche Ökosysteme einbringen. Vergleichsportale wie Check24 sind längst ernstzunehmende Wettbewerber und haben sich selbst zu Ökosystemwelten entwickelt, die eine vollständige Belegung der Kundenschnittstelle anstreben.

Regionalbanken und Sparkassen profitieren somit in besonderer Hinsicht von regionalen Ökosystemen:

- Sie bekommen Kontrolle über die Schnittstelle zum Kunden, indem Sie über die Plattform ihre Bankprodukte alltagstauglich in der Lebenswelt des Kunden platzieren
- Sie werden so selbst zum Plattform-Betreiber und bekommen die Hoheit über Wissen des Kundenverhalten durch das Sammeln und Auswerten von Daten
- Sie erhalten den Zugang zu einer großen Anzahl von Neukunden im Ökosystem – besonders interessant sind hierbei die Kunden der anderen Netzwerkpartner

Doch auch die anderen Netzwerkpartner profitieren vom regionalen Ökosystem: die Kommunen profitieren von einer steigenden Kaufkraft und Steuereinnahmen durch Bindung und Zuzug von Menschen, die Unternehmen und Händler erhalten wiederum durch regionale Ökosysteme Zugang zu einer breiteren Kundenbasis und können sich zugleich von internationalen Konzernen abgrenzen. Und selbstverständlich profitieren primär auch die Endkunden, da sie künftig alles Relevante aus der Region auf einem Blick, in einer App, finden. Damit wird der Wunsch nach Einfachheit und Bequemlichkeit optimal bedient, wie unzählige Marktforschungen zeigen.

REGIONALE ÖKOSYSTEME – AM BEISPIEL DER HEIMAT-APP

Basierend auf dem Wissen über die Kundennutzen hat Investors Marketing gemeinsam mit einer Sparkasse und weiteren regionalen Partnern das regionale Ökosystem der Heimat-App entwickelt und eingeführt. Es handelt sich dabei um eine offene, vollständig digitale Plattform, die den angeschlossenen Partnern eine einfache Integration ihrer regionalen Angebote ermöglicht.

Die Heimat-App unterscheidet sich zu anderen Lösungen hinsichtlich vier Gesichtspunkte. Erstens, die Heimat-App wurde aus Sicht von regionalen Unternehmen entwickelt und ist vollständig darauf ausgerichtet. Zweitens, die Plattform ermöglicht eine einfache Integration von Partnern und deren Angeboten. Drittens, neuer regionaler Content lässt sich einfach mit (fertigen) nationalen Inhalte kombinieren. Und viertens, die Heimat-App liefert nicht nur eine technische Lösung, sondern auch die wichtigsten Business Prozesse (Datenschutzkonzept, Vertragsanbindung der Partner).

Damit die Heimat-App als wirklicher Mehrwert empfunden wird, kann jeder Nutzer seine wichtigsten Themen als Schnellzugriff hinterlegen und so die App für sich personalisieren. Darüber hinaus beinhaltet die App das erste regionale Cashbackprogramm in Deutschland. Die Kunden zahlen einfach mit ihrer GiroCard und erhalten automatisch Gutschriften von den Handels- und Gastropartnern.

Gutscheine für Unternehmenspartner oder Rückerstattungen beim Online-Shopping bei über 500 Geschäften runden die umfangreiche Vorteilswelt der Heimat-App ab.

Regionalbanken und Sparkassen haben durch die App die Möglichkeit, ihre Bankprodukte clever in den Alltag der Kunden zu integrieren und Vertriebsimpulse zielgenau dort zu positionieren. Die Bank setzt sich so quasi ins Herz des Kunden – in sein Smartphone, dort wo sich bei vielen Menschen immer mehr das halbe oder sogar ganze Leben abspielt. Dort gilt es die „digitale Nummer 1“ zu werden und so die Schnittstelle zu Kunden und Neukunden zu belegen.

Das Geschäftsmodell der Heimat-App wird so auf mittelfristige Sicht eine sich selbstfinanzierende Plattform. Die Partner des Ökosystems bringen sich mit ihren Kompetenzen auf der Plattform ein und sorgen so für die Attraktivität der Plattform für die Nutzer. Viele Nutzer bedeutet wiederum viele Absatzchancen und damit Einnahmequellen für die Plattform, die insbesondere über Werbung und Produktvermittlungen profitiert. Attraktiv ist zudem, dass die Kosten unter allen beteiligten Partnern aufgeteilt werden.

Beim Aufbau eines regionalen Ökosystems gilt es jedoch, einige Erfolgsfaktoren zu beachten. Das Plattform-Angebot muss vor allem einen konkreten Nutzen im Alltag der Menschen schaffen, um eine ausreichend große Anzahl an aktiven Nutzern erreichen zu können, d.h. es muss zuallererst aus Sicht der Nutzer gedacht werden. Dies ist ein Hauptfehler, warum viele Plattformprojekte (wie z.B. die „Marktplätze der Sparkassen“) in der Vergangenheit nicht funktioniert haben. Daher muss die Plattform kundenzentriert gestaltet werden, insbesondere bei der Integration von Bankprodukten in den Alltag der Kunden. Zuerst der Kundennutzen (z.B. Traumwohnung finden) – dann das Bankprodukt (Wir finanzieren den Traum).

Die Aktivitäten sollten zudem vom Betreiber als langfristige Investition ausgerichtet sein mit dem kurzfristigen Ziel, die Nutzerzahlen schnell zu steigern. Für Aufbau und Betrieb der IT-Infrastruktur sollten dafür erfahrene Technikpartner eingebunden werden, um eine kurze Entwicklungszeit als zentralen Wettbewerbsvorteil zu gewährleisten.

Investors Marketing verfügt genau über diese notwendige Marktkenntnis und Erfahrung, um die Erfolgsfaktoren konkret in die Praxis umzusetzen und Regionale Ökosysteme umzusetzen.

VORSTELLUNG UND EXPERTISE INVESTORS MARKETING AG

Investors Marketing ist eine mit **100% auf den Finanzmarkt** fokussierte Managementberatung. Zu unseren Kunden gehören Sparkassen, Volksbanken, Raiffeisenbanken, Großbanken, Versicherungen und Asset Manager im deutschsprachigen Raum.

Seit Jahren sind wir gefragter Partner für neue Geschäftsmodelle und innovative Wachstumsstrategien. Investors Marketing hat das exklusive Vertriebsrecht der Heimat-App für den deutschsprachigen Raum und bietet die Plattform gerne interessierten Regionalbanken für eine Nutzung in ihrem Geschäftsgebiet an. Investors Marketing unterstützt dabei sowohl im technischen Aufbau der App, als auch in der inhaltlichen und geschäftspolitischen Ausgestaltung.

Sprechen Sie uns an!