

IM TREND

DAS MAGAZIN VON KEBA

AUSGABE 1/2016



Die Bankfiliale der Zukunft –

Wie Herausforderungen zu Chancen werden

Frankfurter Sparkasse – Wie Cash-Recycler die Vertriebsstrategie unterstützen

KEBA Rumänien feiert zehnjähriges Bestehen

KEBA[®]

Automation by innovation.

Unternehmen

- 2 Die Bankfiliale der Zukunft –
Wie Herausforderungen zu
Chancen werden

Österreich

- 4 Raiffeisenbank St. Martin-Lofer-
Weißbach: Cash-Recycling neben
der Skipiste

Deutschland

- 6 Frankfurter Sparkasse: Wie
Cash-Recycler die Vertriebs-
strategie unterstützen
- 9 Sparkasse Koblenz: Eine
konsequente Vertriebsstrategie
- 12 Flexibles Servicekonzept
für mehr Qualität
- 14 2000. Recycler in der
Sparkassen-Finanzgruppe

International

- 16 KEBA Rumänien feiert
zehnjähriges Bestehen

Dienstleistungs- automation

- 18 Die digitale Revolution in der Welt
der Paketautomaten

Bulgarisches Logistikunter-
nehmen setzt auf KEBA

Energieautomation

- 19 Internationale Automobil-
ausstellung IAA

Kooperation mit Loxone für das
Smart Home der Zukunft

Die Bankfiliale der Zukunft

Wie Herausforderungen zu Chancen werden

Banken haben es heutzutage schwer

Banken und Sparkassen wurden nachhaltig aus ihrer Komfortzone katapultiert und die Kosten-Ertrags-schere geht immer weiter auf. Damit wird Effizienz zum zentralen Thema und immer mehr Banken und Sparkassen beschäftigen sich mit dem Thema „neue Strukturen in Filialen“.

Kunden machen es sich leicht

Gleichzeitig hat die voranschreitende Digitalisierung die Kommunikation mit Kunden stark verändert. Kunden haben heute eine Vielzahl an Kontaktpunkten mit ihrer Bank – sei es in der Filiale, über Online oder Mobile Banking, über SB-Geräte, in sozialen Netzwerken, mit Call Centern usw.

Überall, jederzeit und wie der Kunde will

Zudem wurden die Kunden immer anspruchsvoller und flexibler. Sie wurden in den letzten Jahren zu Selbstbedienung „erzogen“ und wurden damit

immer unabhängiger und selbstständiger. Heute wollen sie ihre Bankgeschäfte abwickeln, wann und wo sie wollen. Dieses „customer empowerment“, die Forderung des Kunden nach „überall, jederzeit und wie ich will“, stellt für Banken und Sparkassen eine große Herausforderung dar.

In Kombination mit steigenden Kosten, geringen Zinsen, gesetzlichen Regulierungen, wirtschaftlich schwierigen Rahmenbedingungen und neuen Mitbewerbern (z.B. so genannten Fintechs) ist es nicht verwunderlich, dass Geldinstitute überlegen, einzelne Filialen zu schließen.

Hauptvertriebskanal Filiale

Filialen sind aber nach wie vor der Hauptvertriebskanal für Banken und Filialschließungen bergen die Gefahr, dass Kunden die Bank wechseln. Es gilt, die aktuellen Herausforderungen in Chancen zu verwandeln. Filialen sollten dabei in jedem Fall für Kunden attraktiv gestaltet sein.



Differenzierung von Filialtypen

Mit neuen Strukturen und Konzepten, z.B. der Verwendung unterschiedlicher Filialtypen (Beratungcenter, Servicefiliale, SB-Stelle) kann die Präsenz hoch gehalten und gleichzeitig die Kostenstruktur optimiert werden. Jeder Filialtyp bietet dabei ein unterschiedliches Serviceangebot – ganz nach dem Motto „der richtige Filialtyp am richtigen Standort“.

Neue Rollen für Mitarbeiter

Bei der Umsetzung neuer Filialkonzepte sind die Mitarbeiter der entscheidende Erfolgsfaktor. Mit der Definition neuer Rollen (weg vom tra-

ditionellen Schaltermitarbeiter hin zum Floor Manager) können Mitarbeiter von Routinetätigkeiten entlastet werden, um genügend Freiraum für Beratungstätigkeiten zu haben.

Omni- statt Multi-Kanal

Ein weiterer Lösungsansatz zur Steigerung der Kundenzufriedenheit und Kundenbindung ist das so genannte Omni-Kanal-Banking: Dabei sollen Transaktionen, die in einem Medium gestartet wurden (z.B. mobile Banking), nahtlos in einem anderen Kanal (z.B. SB) fortgesetzt werden können.

Grundbaustein Technologie

Technologie ist in jedem Fall der

Grundbaustein neuer Filialkonzepte, der diese erst ermöglicht. Sie entlastet die Mitarbeiter und erhöht gleichzeitig den Kundenservice.

In dieser und den nächsten Ausgabe der „Im Trend“ werden wir Ihnen immer wieder Banken und Sparkassen vorstellen, die die Herausforderungen bereits in Chancen verwandelt haben. Sie werden erfahren, wie sie dies umgesetzt haben und welchen Nutzen sie heute daraus ziehen.

Welche Lösung wir von KEBA schon bald für die Herausforderungen von heute und morgen bereit halten, erfahren Sie in der nächsten Ausgabe – Sie dürfen gespannt sein!



Ihr Franz Berger, MBA
Geschäftsbereichsleiter, KEBA Bank- und Dienstleistungsautomatation

Cash-Recycling neben der Skipiste



Wann wurde der KEBA-Recycler KePlus X6se bei Ihnen installiert?

Dir. Peter Faistauer: Den neuen Recycler haben wir seit Mai 2015. Wir hatten aber bereits zuvor zehn Jahre lang einen Einzahlungsautomaten mit Münzbeisteller von KEBA. Damals waren wir die vierte Bank in Salzburg, die einen Einzahler hatte.

Gerald Unterberger: Angeschafft haben wir den Einzahlungsautomaten 2005 im Zuge des Filialumbaus, da wir zu diesem Zeitpunkt das Konzept der bedienten Selbstbedienung eingeführt haben. Dank des Einzahlers für Banknoten und Münzen konnten wir den Nachttresor abbauen und so schon unsere Effizienz im Filialbetrieb steigern.

Faistauer: Der Einzahler war letztes Jahr schließlich am Ende seiner Lebensdauer. Und so mussten wir uns mit einer Neuanschaffung auseinandersetzen. Die Kombination des Einzahlers mit Münzbeisteller und des

Geldausgabeautomaten in nur einem Cash-Recycler mit geschlossenem Geldkreislauf lag da sehr nahe.

Markus Schmuck: Außerdem ist der Manipulationsaufwand immer größer geworden. Wir haben „manuelles Recycling“ betrieben und unsere Geldauszahlungsautomaten mit den eingezahlten Banknoten aus dem KEBA-Gerät befüllt. Das war auf Dauer nicht mehr tragbar.

Haben Sie die Entscheidung, den Geldausgabeautomaten gänzlich abzubauen und nur mehr auf einen Cash-Recycler zu setzen, bisher bereut?

Faistauer: Ich muss zugeben, unser Vorstand hatte zuerst die Befürchtung, ob wir mit nur einem Gerät auskommen werden. Da unsere Region stark vom Wintertourismus lebt, waren die Sommermonate, kurz nachdem das Gerät installiert worden war, nicht aussagekräftig. Erst jetzt sehen wir, wie erfolgreich der Recycler läuft. Wir hatten in der stärksten Zeit im Februar, in

der Faschingszeit, keinerlei Probleme mit Wartezeiten.

Weshalb haben Sie sich für einen Cash-Recycler von KEBA entschieden?

Faistauer: Wir waren schon mit dem Einzahlungsautomaten von KEBA sehr zufrieden, da die Stabilität des Gerätes schon damals sehr gut war. Als es um die Anschaffung eines Recyclers ging, war für uns somit klar, dass wir wieder auf die bewährte Qualität setzen wollen. Außerdem hat das Preis-Leistungs-Verhältnis beim KEBA-Recycler super gepasst.

Welche Vorteile haben Sie, Ihre Mitarbeiter und Ihre Kunden nun durch den Cash-Recycler?

Unterberger: Unsere Servicekraft wurde freigespielt, schon alleine, weil wir nun nur mehr ein Gerät servicieren müssen.

Hildegard Hagn: Das stimmt. Der Aufwand hat sich für mich deutlich

Oftmals wird angenommen, dass es für erfolgreiches Cash-Recycling große Geschäftsstellen mit mehreren Cash-Geräten benötigt. Die Raiffeisenbank St. Martin-Lofer-Weißbach mit drei Bankstellen und zwölf Mitarbeitern beweist das Gegenteil: In ihrer Hauptgeschäftsstelle in Lofer gibt es nur mehr ein Cash-Gerät, nämlich einen Cash-Recycler mit Münzeinzahlungsfunktion von KEBA, der alle Cash-Transaktionen in SB abwickelt. Grund genug, der kleinen Gemeinde im Pinzgauer Saalachtal (Salzburg) einen Besuch abzustatten.



Raiffeisenbank St. Martin-Lofer-Weißbach

reduziert. Zuvor war ich zirka vier bis fünf Stunden pro Woche mit der Entleerung und Servicierung des Einzahlungsautomaten mit anschließender Notenprüfung und mit dem Befüllen des Geldausgabeautomaten beschäftigt. Mittlerweile sind es nur noch ein, maximal zwei Stunden. Jetzt habe ich nur mehr ein Gerät zu Servicieren mit deutlich weniger Noten. Man merkt auch, wie sehr das Gerät weiterentwickelt wurde: Es läuft sehr stabil, wie der alte Geldausgabeautomat und ist auch weniger empfindlich, sodass ich es weniger reinigen muss.

Faistauer: Eine zusätzliche Kostenersparnis haben wir außerdem, weil wir weniger Bargeld bei der GSA (GeldServiceAustria) bestellen müssen. Der geschlossene Geldkreislauf senkt die Kosten für die Bargeldver- und -entsorgung.

Warum ist der Recycler bei Ihnen in einem versperrbaren Raum positioniert?

Schmuck: Wir haben viele Geschäftskunden, vorwiegend Wirte, Bergbahnen und Après-Ski-Bars, die erst abends einzahlen, wenn es schon dunkel ist. Da hat sich die versperrbare Nische als sehr praktisch erwiesen. Unsere Kunden haben dadurch ein höheres Sicherheitsgefühl.

Faistauer: Der einzige Nachteil besteht darin, dass unsere Kunden das Gerät zum Teil schwieriger finden. Sie gehen immer wieder dorthin, wo vorher der Geldausgabeautomat stand. Wir werden noch einige Adaptionen vornehmen, also besser beschildern und Marketingmaßnahmen setzen, um auch die Auszahlung am Recycler noch attraktiver zu machen. Unsere Kunden werden da keinen Unterschied merken, denn die

Transaktionsgeschwindigkeit ist extrem hoch. Die Schnelligkeit der Auszahlung ist absolut vergleichbar mit einem Geldausgabeautomaten.

Generell arbeiten wir täglich daran, unsere Kunden zu den SB-Geräten zu bringen. Wir glauben an das Konzept der bedienten Selbstbedienung, denn so können wir auch ältere Kunden für moderne Technik begeistern.

Im Gespräch:

Dir. Peter Faistauer (1. Geschäftsleiter)
Gerald Unterberger (2. Geschäftsleiter)
Markus Schmuck
(Kundenberatung und Schalter)
Hildegard Hagn
(Hauptkassa und Schalter)

Seit 2013 ist die Frankfurter Sparkasse Kunde von KEBA auf dem Gebiet der SB-Cash-Recycling-Geldautomaten. 2015 hatte sich der österreichische Hersteller gegen die Konkurrenz in einer erneuten Ausschreibung durchgesetzt und unterstützt seither die Sparkasse noch intensiver bei

Frankfurter Sparkasse



Thomas Heck und Sascha Beege
von der Frankfurter Sparkasse



Wie Cash-Recycler

Seit 2006 betreibt die Frankfurter Sparkasse Cash-Recycling-Automaten, also Geldautomaten mit geschlossenem Bargeldkreislauf. Mit dem Herstellerwechsel auf diesem Gebiet 2013 setzte das Institut vermehrt die Recycler von KEBA KePlus R6se ein, wobei seither kontinuierlich die Neu- und Ersatzbeschaffung dieser Systeme zur Unterstützung der Vertriebsstrategie erfolgt.

Strategischer Partner

2015 ging KEBA erneut in einer Ausschreibung für die Cash-Recycler als strategischer Partner hervor und wird so der Frankfurter Sparkasse bis zum

finalen Ausbau in Summe rund 80 Systeme zur Verfügung stellen. Thomas Heck begründet die Entscheidung folgendermaßen: „KEBA hat uns in allen Disziplinen überzeugt. Beeindruckt haben uns aber vor allem die beispielhafte Zusammenarbeit während der Ausschreibungsphase und der stabile Produktionsbetrieb.“

Zuverlässigkeit

„Die Stabilität und Zuverlässigkeit der Cash-Recycler konnte durch den Einsatz der KEBA-Systeme nochmals messbar verbessert werden. Das zeigt sich im Produktionsbetrieb deutlich“, erklärt Herr Beege. An rund 40 der

über 90 Standorte kommen die zuverlässigen Cash-Recycler final zum Einsatz, die grundsätzlich in Kombination mit mindestens einem Geldautomaten die SB-Geldversorgung sicherstellen.

Intuitive Bedienung

Neben der Zuverlässigkeit spielt auch die einfache Bedienbarkeit für alle, die mit dem Gerät in Berührung kommen, eine große Rolle. „Unsere Kunden und Mitarbeiter betonen die einfache und intuitive Bedienung. Und auch der Multivendor-Dienstleister, der mit der Wartung der Systeme beauftragt ist, bestätigt uns dies“, so Sascha Beege. Für ihn bilden die Cash-Systeme von

der Umsetzung der Vertriebsstrategie im Hinblick auf die SB-Umgebung. Ein Rück- und Ausblick mit Thomas Heck (Abteilungsleiter ORG/IT-Service-Retailbanking) und Sascha Beege (verantwortlich für den Bereich Bankautomation).



die Vertriebsstrategie unterstützen

KEBA innerhalb der SB-Umgebung somit eine wesentliche Säule für den Erfolg der Filiale: „Über den gesamten Life-Cycle, insbesondere der Phasen Installation und Betrieb, ist die einfache und effiziente Handhabung der Systeme ein wesentlicher Erfolgsfaktor.“

Experimentierfelder

Auf die Frage, wo der Trend im Banken-, SB- und Filialumfeld hingehe, hat Herr Heck klare Vorstellungen: „Ich persönlich finde es immer schwer, Trends zu beurteilen, deshalb spreche ich lieber von Experimentierfeldern, also Themengebieten, mit denen wir uns beschäftigen müssen oder wol-

len, um für die Zukunft Klarheit zu finden. Von diesen Experimentierfeldern gibt es für mich drei: Erstens die Frage, wie unser Kunde erleben kann, dass die Online-Welt stärker mit der realen Welt in der Filiale verknüpft wird.

Zweitens beschäftigen wir uns mit der Frage, welchen Mehrwert die Interaktion mit den Kunden über SB-Geräte bietet – auch wenn ich hier der Meinung bin, dass das Kerngeschäft von Geldautomaten jeglicher Art nach wie vor die Bereitstellung bzw. das Handling von Bargeld sein wird.

Das dritte Experimentierfeld sind Filialkonzepte und damit zusammenhän-

gend die Frage, inwieweit die Kombination aus mitarbeiter- und kundenbedienten SB-Geräten flexible Einsatzmöglichkeiten bieten kann.“

„In der nun mehr als drei Jahren andauernden Partnerschaft mit KEBA wurden Herausforderungen immer als gemeinsame Aufgabe verstanden und auch so gelöst.“

Thomas Heck

Lesen Sie weiter auf Seite 8.

Frankfurter Sparkasse: Ein Beispiel moderner Filialgestaltung



Filiale Dreieich-Sprendlingen

Das in 2006 für die vertrieblichen Einheiten entwickelte und modernisierte Filialkonzept sieht die Unterstützung der SB-Cash-Lösungen durch Cash-Recycling-Systeme vor.

Dieses Konzept wurde in 2015 modifiziert, ohne die Grundelemente zu verändern. Ziel ist es, die Filialen baulich so zu gestalten, dass die Kommunikation zum Kunden bestmöglich gewährleistet ist. Dies geschieht beispielsweise durch die stärkere Verbindung zwischen dem Beratungsbereich und dem Servicebereich.

Am Standort Dreieich-Sprendlingen ist so ein moderner SB-Bereich entstanden, der auch als Kontaktpunkt zu den Kunden fungiert. In den Beratungszimmern sorgen große Bildschirme für eine stärkere Vernetzung der unterschiedlichen Kanäle zur Kundenansprache, zum Beispiel dank Online-Beratung.

„SB-Systeme unterstützen den Erfolg einer Filiale.“
Sascha Beege



Eine konsequente Sparkasse Koblenz Vertriebsstrategie

Mit einer durchgängigen SB-Philosophie und ihrer konsequenten Umsetzung hat es die Sparkasse Koblenz geschafft, die teuren Bargeldprozesse zu reduzieren und die Produktivität in den Filialen zu erhöhen. „Im Trend“ bat Klaus-Dieter Plaggenmeier (Bereichsleiter Unternehmensservice ORG-IT) zum Gespräch.

Die Sparkasse Koblenz hat bereits recht früh mit Selbstbedienung und bedienter Selbstbedienung (SB-Kasse) begonnen. Wann nahm das seinen Anfang?

Bereits Ende der 1990er Jahre haben wir uns mehr in Richtung SB orientiert und uns dazu entschlossen, alle personenbezogenen Serviceprozesse, bei denen Bargeld involviert ist, zu automatisieren. Die konsequente Umsetzung dieser SB-Kasse-Philosophie hatte zum Ziel, die teuren Bargeld- und Serviceprozesse im Zusammenhang mit der Bargeldbearbeitung und -logistik zu reduzieren und die Produktivität zu erhöhen. Konkret hieß das Senkung der Personalkosten und Steigerung der Kundenzufriedenheit. Nach und nach verschwanden unsere Kassen und mitarbeiterbedienten AKT-Systeme aus unseren Geschäftsstellen. So hatten wir relativ schnell die Auszahlungen automatisiert. Nun war es nur konsequent, auch die Einzahlungen automatisiert abzuwickeln.

Haben Sie hierbei zuerst monofunktionale Einzahlern eingesetzt oder gleich von Beginn an Cash-Recycling-Systeme?
Wir haben uns von Anfang an für Cash-Recycler entschieden, um die

bisher manuell am Schalter angenommenen Einzahlungen deutlich abzubauen und die größten Einsparpotenziale zu realisieren. Das stellte kein Problem dar, denn die Recycling-Funktionalität war ja 2002 von der EZB freigegeben worden und wurde zum damaligen Zeitpunkt auch schon durch unser Rechenzentrum unterstützt.

Wurden die Recycler pauschal eingesetzt oder individuell je nach Geschäftsstelle?

Grundlage für die Einsatzentscheidung war die Kalkulation mit den Mehrkosten für die Cash-Recycler-Geräte und

den reduzierten Kosten für entfallene Prozesse und Dienstleistungen des Werttransportunternehmens. Demnach lag der Break-Even-Point bei ca. 4500 SB-fähigen Einzahlungen pro Jahr und je Geschäftsstelle.

2013 haben wir die Strategie weiterentwickelt und die Bargeldprozesse nochmals einer intensiven Prüfung unterzogen. Ergebnis war, den Grenzwert noch weiter zu senken. Heute setzen wir ab 1.500 Einzahlungen pro Jahr und Geschäftsstelle auf einen Cash-Recycler.

Lesen Sie weiter auf Seite 10.



„Unser Vertrieb baut auf SB als zentrales Element unserer Vertriebsstrategie. Wir brauchen keinen AKT, sondern hohe Stabilität bei den SB-Geräten!“

Klaus-Dieter Plaggenmeier
Bereichsleiter Unternehmensservice ORG-IT

Wie die **Sparkasse Koblenz** mit SB die Produktivität in ihren Filialen erhöht...



Die Sparkasse Koblenz setzt auf hoch verfügbare Cash-Recycler von KEBA

Gibt es Filialen, in denen ausschließlich Cash-Recycler stehen?

Unsere Strategie ist es, überall einen Geldausgabeautomaten aufzustellen, da wir ja keine Kassen mehr haben. Bei einer entsprechenden Einzahlungsquote in der Geschäftsstelle wird statt dem GAA ein Cash-Recycler installiert. Wenn die Frequenz für Auszahlungen höher ist, kommt ein weiterer GAA zum Einsatz. Bei einer Tendenz zu mehr Einzahlungen, stellen wir einen zweiten Cash-Recycler auf. Die Cash-Recycling-Geldautomaten gehören in 95% aller Geschäftsstellen zur Basisausstattung und sind somit ein wichtiger Bestandteil unserer Vertriebsstrategie.

Wie haben Ihre Kunden auf die Verlagerung der Transaktionen zu SB reagiert?

Unsere Kunden haben die Veränderun-

gen sehr begrüßt. Sie schätzen die Vorteile eines 24-Stunden-Service, ohne dabei auf unsere Geschäftszeiten achten zu müssen. Für unser Haus galt, neben den Prozessvorteilen auch die Sicherheit durch reduzierte Bargeldbestände zu erhöhen. Der geschlossene Geldkreislauf reduzierte darüber hinaus die WTU-Kosten.

Sie sind erst seit kurzem Kunde von KEBA und haben die Recycler seit 2014 im Einsatz. Möchten Sie unseren Lesern verraten, wie es dazu kam?

Unsere verstärkte SB-Strategie aus dem Jahr 2013 resultierte in einem deutlichen Mehrbedarf an Cash-Recycling-Systemen. Deshalb haben wir uns dazu entschieden, die Geräte von KEBA zuerst in einer Pilotierungsphase von unseren Kunden und Mitarbeitern testen zu lassen.

Wie verlief diese Testphase des KEBA-Recyclers?

Wir haben den KePlus R6se neun Monate lang bewusst in unserer Geschäftsstelle mit der stärksten SB-Frequenz getestet, um ihn wirklich auf Herz und Nieren zu prüfen. Neben den kaufmännischen und technischen Daten, bei denen die Vorteile gegenüber Mitbewerbern bereits überwogen, konnten wir so auch einen Eindruck unserer Kunden gewinnen. Das Ergebnis war verblüffend: Die Kunden gingen zum KEBA-Gerät und fanden die Bedienung einfach und intuitiv – und das obwohl wir keinerlei Werbung für das Gerät gemacht haben und sie das Gerät des Wettbewerbers gewohnt waren.

Auch unsere Mitarbeiter, die technisch mit dem Gerät umgehen mussten, fanden das KEBA-Gerät gut, da sie sehr selten eingreifen mussten und das Handling durch den übersichtlichen Geräteaufbau einfach war.

Welche Konsequenzen hatte die erfolgreiche Pilotierung des KEBA-Gerätes?

Wir haben uns für KEBA als neuen Lieferanten unserer Cash-Recycling-Systeme entschieden und zehn Geräte gekauft, um weitere Geschäftsstellen im Frühjahr 2015 damit auszustatten. Aufgrund der hohen Stabilität der KEBA-Recycler haben wir auch einen „Ringtausch“ gemacht und die KePlus-Systeme an stark frequentierten Orten aufgestellt. Der Grund dafür liegt auf der Hand: Bei einer hohen Frequenz und einer Strategie ohne Kassen brauchen wir beste Stabilität und können uns keine Stillstandszeiten leisten.

Wie hoch ist die Verfügbarkeit der KEBA-Recycler in Ihrem Haus?

Die Cash-Recyclersysteme von KEBA leisten in der Spitze über 100.000 Transaktionen und wir erreichen Verfügbarkeiten von 98% und mehr – zu einem Geldausgabeautomaten gibt es hier keine Unterschiede. Daher bieten wir unseren Kunden auch eine Rund-um-die-Uhr-Qualitätsgarantie mit einer 24-stündigen Verfügbarkeit unserer SB-Geräte an.

Wo liegt ihre SB-Quote heute?

Wir haben nur noch in zwei Geschäftsstellen konventionelle Kassen. 97% aller Auszahlungen werden in SB abgewickelt, die restlichen 3% über White Card – das sind z.B. Sparauszahlungen. Unsere Zielvorgaben waren, mindestens 80% der SB-fähigen Einzahlungen automatisch abzuwickeln. Diesen Wert haben wir für einen Großteil unserer Geschäftsstellen bereits erreicht.

Digitalisierung, sinkende Zinsen und Omni-Kanal-Banking – wie reagieren Sie auf die aktuellen Herausforderungen?

Mit der Automatisierung unserer Bar-

geldprozesse haben wir schon vor Jahren einen Schritt vorweg gemacht und unsere Kostenstruktur in dieser Hinsicht bereits optimiert.

Unser Geschäftsstellennetz bleibt trotz oder gerade wegen der Digitalisierung unser Kernelement. Wir bleiben in der Fläche, werden aber auf das veränderte Kundenverhalten reagieren und mit einem konsequenten Multikanalansatz dem Kunden dorthin folgen, wohin er sich bewegt – und das ist auch im medialen Umfeld. Deshalb werden wir den medialen Vertrieb ausbauen und mehr qualifizieren, sodass der Kunde in diesem Umfeld neben Service- und Transaktions-Dienstleistungen auch Finanzangebote bekommt und diese auch direkt abschließen kann.

Viele Banken und Sparkassen beginnen auch, ihre Geschäftsstellen zu differenzieren und überlegen sich genau, wo sie welche Dienstleistungen anbieten.

Das künftige Geschäftsmodell muss eine den Kundenbedürfnissen angepasste, veränderte Vertriebsstrategie mit einer Mischung aus stationä-

ren und medialen Kanälen entsprechen. Das wird in Zukunft dazu führen, dass wir nicht mehr alle Dienstleistungen in allen Geschäftsstellen anbieten können. In kleinen Geschäftsstellen sind die Geschäftszahlen zu gering, um die geforderte Qualität dort vorhalten zu können. Deshalb setzen wir uns damit auseinander, qualifizierte Beratungsleistungen künftig in Beratungszentren anzubieten. Der DSGVO unterstützt diese Stoßrichtung mit seiner Strategie „Vertrieb der Zukunft“.

Am Ende möchten wir noch gemeinsam in die Zukunft blicken. Wo geht für Sie der Trend im SB-Bereich hin?

Künftig werden sich in der Kunden-selbstbedienung die Strukturen deutlich verändern. Neben weiteren qualitativen Dienstleistungen und Services mit Produktabschluss müssen wir im Cash-Bereich unseren Kunden mit dem QR-Code und der NFC-Technologie eine weitere Unterstützung und einfachere Serviceprozesse anbieten. Verbände, Rechenzentren und Hersteller von SB-Geräten müssen hier zusammenarbeiten und auf die Bedürfnisse unserer technik-affinen Kunden eingehen, um nicht in Rückstand zu geraten.



Flexibles Servicekonzept für mehr Qualität

Welches Servicekonzept verfolgt KEBA?

Maas: Unser Konzept im Bereich Service ist sehr flexibel. Es ist eine Mischung aus Multivendor-Strategie mit autorisierten Servicepartnern und Unterstützung durch eigene KEBA-Keytechniker. Ich wage zu behaupten, dass dieses Konzept bei Geldautomaten-Herstellern in Deutschland einzigartig ist.

Wie sieht dieses Konzept genau aus?

Satzinger: Wir haben unser Konzept an den Kundenwünschen ausgerichtet und glauben an marktoffene Multivendor-Strategien. Konkret heißt das, dass wir ausgewählte Partnerschaften mit führenden Anbietern für Multivendor-Services pflegen. Unsere Servicepartner sind banqtec AG und synfis GmbH, die beide bundesweit tätig sind, sowie Amrehn & Partner GmbH, die vor allem regional in Nordbayern stark sind. Zudem werden die Servicepartner und auch unsere Kunden durch KEBA-Keytechniker unterstützt, die das Zentrum des „technischen Dreiecks“ Kunde – Servicepartner – KEBA sind.

Welche Strategie verfolgt KEBA dahinter?

Satzinger: Unser Servicegedanke basiert auf drei Säulen. Erstens wollen wir natürlich eine dauerhafte Zufriedenheit unserer Kunden sicherstellen.



Georg Maas (Spartenleiter Customer Service) und Christian Satzinger (Leiter Service Deutschland) im Gespräch

Zweitens muss ein zuverlässiger Support über den gesamten Produktlebenszyklus gewährleistet sein. Und drittens wollen wir unseren Kunden einen flächendeckenden, qualitativ hochwertigen Service bieten. Diese drei Ziele erreichen wir alle mit unserem hybriden Servicekonzept.

Seit wann besteht das Konzept?

Satzinger: Mit dem Eintritt in den deutschen Markt 2004 wurde die Entscheidung getroffen, den Service nicht mit einer eigenen Mannschaft zu bewerkstelligen, sondern mit ausgewählten Servicepartnern zu kooperieren. Wir haben bewährte Partner gesucht, die entsprechendes Wissen im Bereich Service und am deutschen Markt hatten. Sie haben enorm viel dazu beigetragen, dass wir in Deutsch-

land Fuß fassen konnten. Heute betreuen und servicieren unsere Partner zirka 5.000 installierte KEBA-Cash-Recycling-Geldautomaten.

Welche Vorteile haben Banken und Sparkassen konkret durch dieses Konzept? Wäre ein Eigenservice für Geldinstitute nicht besser?

Maas: Unser marktoffenes Multivendor-Servicekonzept steht bei unseren Kunden für Qualität und Flexibilität.

Die von uns autorisierten Servicepartner bieten hochwertigen Multivendor-service auch für Nicht-KEBA-Produkte an. Damit haben unsere Kunden serviceseitig nur einen Ansprechpartner, was die Service-Komplexität enorm reduziert. Daneben können Geldinstitute aber auch direkt über KEBA einen

Wie KEBAs einzigartiges Servicekonzept in Deutschland den Fokus auf Qualität und Flexibilität legt

Hersteller-Servicevertrag abschließen. Es gibt natürlich Kunden, denen dies wichtig ist und auch diese Kunden wollen wir zufriedenstellen. Die Flexibilität, zwischen diesen unterschiedlichen Ansätzen wählen zu können, ist uns wichtig.

Satzinger: Ein ganz zentraler Faktor unseres Servicekonzeptes ist meines Erachtens auch, dass all unsere

Servicepartner etablierte und von uns autorisierte Servicepartner sind. Durch die Autorisierung stellen wir die Qualität sicher.

Das bietet Banken und Sparkassen einen wichtigen Schutz, denn in den Servicepartner-Verträgen bzw. im Zuge der Autorisierung wird genau definiert, welche Leistungen unsere Servicepartner anbieten dürfen. Zudem müssen

alle Servicepartner ein Training bzw. eine Ausbildung bei KEBA durchlaufen.

Das Wissen rund um unsere Geräte wird so direkt in den Ausbildungen und Schulungen weitergegeben und wird für PREMIUM-Techniker auch jährlich aufgefrischt und erweitert.



KEBA-Service-Team in Deutschland

Kevin Thieme (Bereich Süd), Gunnar Hunger (Bereich Nord), Frank Räse (Bereich West), Christian Satzinger (Leiter Service Deutschland), Konstantin Prax (Bereich Ost) und Service Manager Jens Kämpfe (von links nach rechts)

Die Kombination aus KEBA-Keytechnikern und erfahrenen Servicepartnern sind ein wichtiger Erfolgsfaktor für KEBA am deutschen Markt. Christian Satzinger und sein Team sowie die knapp 300 Servicetechniker der KEBA-zertifizierten Servicepartner sorgen bundesweit für erstklassigen Service.

Von den Vorgesprächen bis zu den erfolgreichen Pilotierungen sind die KEBA-Keytechniker sehr nah am Kunden und stehen diesem über den gesamten Lebenszyklus für viele Anliegen zur Verfügung. Alle Mitarbeiter im KEBA-Service Team sind viele Jahre mit an Bord – einige sogar seit dem Markteintritt in Deutschland im Jahre 2004!

Als Erfolgsrezept gilt vor allem die enge Vernetzung zwischen allen KEBA-Bereichen in Linz, jenen direkt vor Ort in Deutschland und den autorisierten Servicepartnern. Der enge Draht zu Amrehn & Partner GmbH, banqtec AG und synfis GmbH und deren Servicetechnikern, welche im kompletten Bundesgebiet in den unterschiedlichen Kundensegmenten verteilt agieren, ermöglichen kurze Wege, ein hohes Maß an Flexibilität und die bestmögliche Betreuung der Kunden.

Kreissparkasse Ludwigsburg



Neben Cash-Recyclern hat die Kreissparkasse auch KEBA-Selbstbedienungsterminals im Einsatz.

Bewährte Partnerschaft

Die Kreissparkasse Ludwigsburg ist, gemessen an der Bilanzsumme, die zweitgrößte Sparkasse in Baden-Württemberg und nimmt im bundesweiten Sparkassenranking Platz 16 ein. Bereits seit 2008 ist sie Kunde von KEBA – zum damaligen Zeitpunkt wurden die ersten zwei Recycling-Geldautomaten von KEBA in der Hauptstelle installiert.

„Die Geräte liefen von Anfang an sehr stabil und wir waren von der herausragenden Performance positiv überrascht“, schildert Martin Gresser, Leiter Organisation und IT. Die KEBA-Geräte haben so sehr überzeugt, dass die Kreissparkasse Ludwigsburg seither im Bereich Cash-Recycling ausschließlich auf KEBA vertraut.

Kontinuierlicher Ausbau der Installationsbasis

„Als wir 2010 unsere neuen Selbstbedienungsterminals in den Markt eingeführt haben, konnten wir die Kreissparkasse Ludwigsburg auch von diesen Systemen überzeugen“, erzählt Matthias Ahrens, Vertriebsleiter Sparkassen bei KEBA.

Die Sparkasse erteilte einen Rahmenauftrag über 85 KePlus K6-Kontoserviceterminals, die bis 2011 installiert wurden und sich seitdem im Kundenbetrieb bewähren.

Letztes Jahr musste sich die Kreissparkasse Ludwigsburg mit der Neanschaffung von Geldautomaten beschäftigen. Bestätigt durch die gute Zusammenarbeit und die positiven

Erfahrungen mit den zuvor gelieferten Systemen entschied man sich, noch im selben Jahr 19 KePlus R6se-Cash-Recycler bei KEBA zu bestellen.

2000. Recycler für die deutschen Sparkassen

Das zuletzt ausgelieferte System dieses Rollouts war nun zugleich der 2000. Cash-Recycler von KEBA im deutschen Sparkassenmarkt – und ein idealer Anlass für Gerhard Luftensteiner (Vorstandsvorsitzender der KEBA AG) und Matthias Ahrens (Vertriebsleiter Sparkassen Deutschland), nach Ludwigsburg zu reisen, um dort Dr. Heinz-Werner Schulte (Vorstandsvorsitzender der Kreissparkasse Ludwigsburg) zu treffen und ihm zu diesem erfreulichen Anlass eine Torte zu überreichen.

KEBA installiert den 2000. Cash-Recycler innerhalb der Sparkassen-Finanzgruppe Deutschland

Gemeinsam mit der Kreissparkasse Ludwigsburg feierte KEBA kürzlich einen wichtigen Meilenstein: Der insgesamt 2000. Cash-Recycler von KEBA innerhalb der S-Finanzgruppe Deutschland wurde bei der Kreissparkasse installiert. Grund genug für alle Verantwortlichen in Ludwigsburg zusammenzukommen.

Stetiger Ausbau der Marktposition

Gerhard Luftensteiner dazu: „Wir haben in den vergangenen Jahren unsere Marktposition in Deutschland kontinuierlich ausgebaut. Vor allem die Sparkassen haben für uns einen hohen Stellenwert. Ich bin deshalb besonders stolz, heute den bereits 2000. KEBA-Recycler bei der Kreissparkasse Ludwigsburg zu feiern.“ In ganz Deutschland sind bereits knapp 4.700 Recycler des österreichischen Herstellers KEBA installiert, 2.000 davon allein

bei den Sparkassen. KEBA konnte seinen Marktanteil am Recycler-Markt in Deutschland in den letzten Jahren kontinuierlich steigern. Fast jede zweite Sparkasse ist mittlerweile Kunde der KEBA.

Kernmarkt Deutschland

„Deutschland ist und bleibt einer unserer Kernmärkte. In einer Zeit, in der die Bankenwelt von enormem Umschwung gezeichnet ist, ist es uns wichtig, ein beständiger Partner für unsere Kunden zu sein“, unterstreicht

Gerhard Luftensteiner die Bedeutung des deutschen Marktes.

Intensive Partnerschaft

KEBA war es von Beginn an wichtig, den Weg einer intensiven Partnerschaft mit ihren Kunden zu gehen. Auch die Kreissparkasse Ludwigsburg kann dies bestätigen: „Neben den Produkten ist es vor allem die Handschlagqualität und das partnerschaftliche Verhältnis zu KEBA, das wir besonders zu schätzen wissen“, meint Dr. Heinz-Werner Schulte.



Kreissparkasse Ludwigsburg

Mit einer Bilanzsumme von rund 9,9 Milliarden Euro (bezogen auf das Geschäftsjahr 2015) ist die Kreissparkasse Ludwigsburg nicht nur Marktführer in ihrem Geschäftsgebiet, sondern auch eine der größten Kreissparkassen in Deutschland. Kundeneinlagen von rund 6,5 Milliarden Euro und ein Kreditvolumen von mehr als 5,3 Milliarden Euro sind das Ergebnis partnerschaftlicher Zusammenarbeit mit den Privat- und Firmenkunden sowie mit den Kommunen im Landkreis Ludwigsburg.

Nähe – kein Zufall, sondern Absicht

Für das Finanzinstitut ist Nähe zum Kunden wichtigstes Ziel. Denn die Kreissparkasse Ludwigsburg fühlt sich in besonderer Weise den Menschen verpflichtet. In ökonomischer, ökologischer und sozialer Hinsicht. Mehr als 100 Filialen stehen dem Kunden zur Verfügung – moderne Center für Immobilien, Private Banking, Unternehmenskunden, Firmenkunden und Gewerbekunden sowie eine Versicherungsagentur für persönlichen Service. Mit knapp 1.740 Mitarbeitern und 176 Ausbildungsplätzen ist die Kreissparkasse Ludwigsburg zudem wichtiger Arbeitgeber und einer der größten Ausbildungsbetriebe in der Region.

KEBA Rumänien feiert sein 10-jähriges Bestehen



„Wir haben ein schlagkräftiges Team aufgebaut, das sich mit Leidenschaft und großem Engagement der Service- und Software-Entwicklung widmet.“

Elena Turda,
General Manager von KEBA Rumänien

Marktbereiter in Rumänien

KEBA ist – auch in Rumänien – für seine Innovationen bekannt und hat die Cash-Recycling-Technologie am rumänischen Markt eingeführt.

Auch heute nimmt das österreichische Automatisierungsunternehmen die führende Position in diesem Bereich ein. Das rumänische Tochterunternehmen

überwacht darüber hinaus das größte Netzwerk von Bankterminals im Land und hat dafür eine eigene Hochleistungs-Ticketing- und Monitoring-Lösung entwickelt.

Eine der wichtigsten Errungenschaften des Unternehmens in den letzten zehn Jahren war die Unterstützung eines bedeutenden rumänischen Bankinstitutes bei der Umsetzung einer kassen- und bargeldlosen Filiale.

Engagiertes Team

„Wir sind stolz auf die Entwicklung von KEBA in Rumänien. Wir konnten sehr schnell das Vertrauen unserer Kunden gewinnen, indem wir ihnen ganzheitliche, qualitativ hochwertige Lösungen bieten, die an ihre jeweiligen geschäftlichen Anforderungen angepasst sind. Im Vergleich zum Vorjahr konnten wir so einen 35%igen Anstieg der Bankterminals verzeichnen. Dies war nur



KEBA Automation S.R.L. feierte erst kürzlich sein 10-jähriges Bestehen auf dem rumänischen Bankenmarkt. Die 10-Jahres-Feier im Kreise von Mitarbeitern, Kunden und Partnern in Bukarest war ein gelungener Abend, der genügend Raum bot, um auf die Errungenschaften der vergangenen Jahre zurückzublicken und sich gemeinsam für die Zukunft einzustimmen.



möglich durch das Vertrauen unserer Kunden und das stetige Wachstum unseres Teams, das überaus kompetent agiert“, sagt Elena Turda.

„SB-Banking gewinnt mehr und mehr Boden in Rumänien und KEBA unterstützt die Banken in diesem Bestreben, indem es die innovativsten Instrumente dafür anbietet. So können die Kunden unserer Kunden kostbare Zeit sparen. Mit Qualität aus Österreich, unserer

Erfahrung von fast 50 Jahren Automatisierung, zahlreichen Auszeichnungen und einem leistungsfähigen, engagierten Team punkten wir weltweit – und so auch in Rumänien“, ergänzt Gerhard Luftensteiner, Vorstandsvorsitzender KEBA AG.

Zukünftige Pläne

Die zukünftigen Unternehmenspläne von KEBA Rumänien beinhalten

unter anderem die Entwicklung neuer Dienstleistungen für den Bankenbereich und die Einführung einer neuen Gerätegeneration.

Auch im Logistikbereich gibt es bedeutende Entwicklungen in Rumänien: KEBA Rumänien wird ein sehr ehrgeiziges Logistikautomatisierungsprojekt implementieren, die eine wesentliche Änderung für den lokalen Markt darstellen wird.



Die digitale Revolution in der Welt der Paketautomaten



In Zeiten der zunehmenden Digitalisierung (siehe „Im Trend“ Ausgabe 1/2015) und des stetig wachsenden e-commerce ist es nicht verwunderlich, dass sich auch KEBA immer mehr mit neuartigen Technologien und digitalen Medien auseinandersetzt. Aus diesem Grund präsentierte der österreichische Technologieführer nun erstmals auch eine neue Form der Präsentation und Kommunikation auf der

Postexpo, der größten Fachmesse für Post- und Logistiklösungen. Mit einer eigens kreierten „Augmented Reality App“ konnten Besucher die Paketstation KePol virtuell erleben.

„Augmented Reality“ oder „erweiterte Realität“ bezeichnet die computergestützte Erweiterung der Realitätswahrnehmung. Häufig wird darunter die visuelle Darstellung von Informati-

onen verstanden, also die Ergänzung von Bildern oder Videos mit computergenerierten Zusatzinformationen oder virtuellen Objekten mittels Einblendung und Überlagerung. Um einen Eindruck von dieser virtuellen Form der Produktpräsentation zu erlangen, folgen Sie diesem Link: <https://www.youtube.com/watch?v=v4f8mVMRQTg> oder scannen Sie diesen QR-Code:



Bulgarisches Logistikunternehmen Econt Express setzt auf KEBA



Econt Express Ltd. ist das größte Logistikunternehmen in Bulgarien und der Platzhirsch im Paketgeschäft. Insgesamt stehen Kunden im ganzen Land mehr als 500 Econt-Shops zur Verfügung, in denen Pakete abgeholt und aufgegeben werden können. Zusätzlich zu diesen werden seit dem letzten Jahr laufend KePol-Paketstationen installiert, um die Abholung und Rückgabe der Pakete rund um die Uhr zu ermögli-

chen. In der finalen Ausbaustufe sollen es bis zu 200 der Automaten von KEBA sein. Das Besondere daran: Econt Express nutzt das volle Leistungsspektrum der KEBA-Paketautomatisierungslösung. Neben der Last Mile (Zustellung) und der First Mile (Abgabe) steht auch das Drucken von Paketmarken oder die Lieferung von einem Paketautomaten zu einem anderen Paketautomaten zur Verfügung.

Direkter Draht zu den großen Automobilisten KEBA auf der Internationalen Automobilausstellung IAA

Erstmals war KEBA im September 2015 mit einem eigenen Stand auf der Internationalen Automobilausstellung in Frankfurt vertreten. Das Sonderthema „Elektromobilität“ wurde im Rahmen der IAA auf der Veranstaltung „New Mobility World“ behandelt – zahlreiche Aussteller gaben sich die Ehre.

KEBA präsentierte erstmalig KeContact P30, die Stromladestation der nächsten Generation, die seit Kurzem erhältlich ist. Mit der neuesten Wallbox wird Strom laden intelligenter denn je, denn KeContact P30 ermöglicht neue Anwendungen, wie die Vernetzung mit Photovoltaikanlagen, die Einbindung

ins Smart Home oder die Abrechnung. Außerdem können Personen mit Firmenfahrzeugen dank KeContact P30 die zu Hause geladene Energie einfach gegenüber der Firma oder dem Leasingunternehmen abrechnen.



Kooperation mit Loxone für das Smart Home der Zukunft



Umweltbewusste Besitzer von Elektrofahrzeugen können schon heute ihre Stromladestation von KEBA mit dem Loxone Smart Home-System verbinden. Das Auto wird damit abhängig vom Energieertrag der Photovoltaik-Anlage und dem Verbrauch des restlichen Hauses geladen.

Kommunikation zwischen Wallbox und Miniserver

Mit der Loxone Smart Home-Inte-

gration bieten Loxone und KEBA eine komfortable Lösung für die Kopplung von Photovoltaikanlage, E-Ladestation und Elektroauto.

Mehr als intelligentes Laden des Elektroautos

Möglich wird das durch so genanntes intelligentes Lastmanagement mit vielen Vorteilen für die Anwender: Der Ladevorgang des Elektroautos kann mit der neuen Lösung bei-

spielsweise automatisch aktiviert werden, wenn Strom am günstigsten ist (Nachtstarife). Energieverbraucher können aber auch mittels der ansprechenden Loxone-App ausgeschaltet werden, damit mehr Energie für die Fahrzeug-Ladung zur Verfügung steht. Wenn das Elektroauto vollgeladen ist, werden die anderen Verbraucher (wie z.B. Pumpen) automatisch wieder eingeschaltet.



Der direkte Draht zu **KEBA**

**Haben Sie Fragen oder Anregungen?
Benötigen Sie weitere Informationen?**

**Wir freuen uns auf Ihre
Kontaktaufnahme!**

Österreich / International:

KEBA AG, A-4041 Linz, Gewerbepark Urfahr

Corinna Resch

Tel.: +43 732 7090-27441, E-Mail: rc@keba.com

Deutschland:

KEBA GmbH Automation,

D-73037 Göppingen, Leonhard-Weiss-Straße 40

Claudia Wolter-Brandt

Tel.: +49 7161 9741-21, E-Mail: wob@keba.com

KEBA AG Headquarters, Gewerbepark Urfahr, A-4041 Linz,
Telefon: +43 732 7090-0, Fax: +43 732 730910, keba@keba.com

KEBA Gruppe weltweit

China • Deutschland • Italien • Japan • Niederlande
Österreich • Rumänien • Südkorea • Taiwan
Tschechische Republik • Türkei • USA

www.keba.com



KEBA[®]

Automation by innovation.