

Ergebnisse für den Projektstart „digital unterstützter Vertrieb LWI“ in der VR Bank Rhein-Neckar.

Zusammenfassung der Ergebnisse aus bisherigen Meetings zwischen Matthias Höchst, Armin Kesel und Christian Köhler und insbesondere aus dem Meeting vom 20.08.2025 mit folgenden Teilnehmern: Stephanie Knapp, Dilan Suözer, Tobias Szach, Matthias Höchst, Armin Kesel, Christian Köhler

Ausgangspunkt war das folgende von Matthias skizzierte Bild aus dem ersten Meeting:



😊 **Leitspruch der Bank zu diesem Thema „das Digitale ist das Normale, das Persönliche ist das Besondere“**

Geplant ist die Erstellung einer **modularen** Microsite, mit der sehr flexibel, individuell und personalisiert **Bestandskunden und potenzielle Neukunden zum Thema LWI** angesprochen werden können.

Generell sollte die Microsite folgende Elemente beinhalten können (Startprojekt / MVP wird einen zu definierenden Teil davon enthalten):

- Texte und Links
- Videos (real und auch KI-basiert)
- Podcasts
- Lead-Qualifizierungs-Tools wie FinCo oder sonstige Rechen- und Beratungstools
- KI-Basierte Chatbots
- Zuschaltung eines Beraters oder Beauftragung eines Rückrufs
- Anmeldung für weitere zukünftige Informationen in diesem Format (Aufbau eines Newsletters)
- Weiterempfehlungstool

=> Ziele:

- ✓ unterhaltsame, sympathische, digital/persönliche Ansprache mit der Hinführung von digital affinen Kunden auf die Selbstabschlussstrecke und mit dem motivierenden Hinweis: „in wenigen Minuten via Smartphone abzuschließen und dabei sehr flexibel im Handling - kann jederzeit verändert / angepasst / entnommen werden. => **Online-Abschlüsse**
- ✓ Information über Neuigkeiten
- ✓ Bindung von Kunden
- ✓ Generieren von **qualifizierten Leads**

Grundsätzliche **Anmutung der Microsite-Ansprache**

- einfach und klar (O-Ton Mattias: „reduziert“)
- nicht überfrachtet - weniger ist mehr (keine „Textwüsten“ auf der Ebene 1)
- sympathisch
- regional
- personalisiert auf Kunden und Berater) und damit persönlich - Berater könnte damit beispielsweise mit einem individuellen Text oder einer Videobotschaft seine zugeordneten Kunden ansprechen (beraterindividuelle Microsite)
- barrierefreie User-Experience

Weitere Anforderungen an Funktionalitäten / Ausbaustufen

- Tracking des Klick- und Absprungverhaltens auf der Microsite
- Transport von persönlichen Daten / Einwilligungserklärungen in das Banksystem
- KI-basierte Elemente (Chatbot / Videos)
- Direkter Onlinesupport auf der Klickstrecke durch Zuschaltung von Beratern (KDC)

Vorschlag für ein Startprojekt:

Upselling Bestandskunden + Weiterempfehlung

Zielgruppe: digital affine Kunden, die schon ein Investment in der LWI-Vermögensverwaltung aber noch keinen Sparplan haben (mit positiver Gesamtperformance)

Ziele:

- Bestätigung der Kauf-Entscheidung Würdigung der LWI seit Bestehen (Philosophie, Nachhaltigkeitsansatz mit regionaler Wirkung, Nutzen, Ergebnisse), externe Preise, Ranglistenpositionierungen der Bank etc.
- Info über das bequeme, komfortable Handling online (mit dem Smartphone von zu Hause aus): Abschluss, Nachkauf, Sparplan, Änderungen.
Wie funktioniert die Strecke, wie lange dauert es: Convenience hervorheben, ev. kurzes Videotutorial anbieten.
- Möglichkeit einer Onlineterminvereinbarung zum gemeinsamen Durchlaufen der Strecke (hybride Beratung), ebenso Möglichkeit einer Präsenz-Terminvereinbarung mit Berater anbieten.
- Bestandskunden direkt online zum Nachkauf oder zu ratierlichem Vermögensaufbau motivieren. Vorteil des ratierlichen Investierens aufzeigen.
- Information über konkrete regionale Nachhaltigkeitsprojekte.
- Weiterempfehlung (Kunden werben Kunden)

Zusammenfassend:

1. Generieren von **Direktabschlüssen** (Upselling) **online**
 2. Generieren von **qualifizierten Leads** (Kunden, die nicht direkt online abschließen wollen)
 3. **Neue Kunden** durch Weiterempfehlung
- ⇒ Ausspielen des Links zur Microsite per Banner im Banksystem sowie E-Mailings bei definierten Zielkunden sowie persönliche Ausspielung durch noch auszuwählende, affine Berater. In späteren Ausbaustufen auch Vertrieb / Nachfassen über KDC möglich

Weitere Ideen aus dem Meeting vom 20.8.2025:

- Abräumsparen positionieren (aktueller Stand wird von uns geklärt)
- Nutzen ratierlichen Investierens hervorheben,- ev. auch auf den Kunden personalisiert: was wäre in einem kundenindividuellen Zeitraum mit einem ratierlichen Investment herausgekommen?)
- 12 MSV-Kündiger mit einer entsprechenden Onlineinfo bespielen.
- Kundenveranstaltungen mit einer entsprechenden Microsite-Botschaft nachzufassen
- neuen SEO-Spezialisten einbinden

Next Steps

- Vertriebsmanagement benennt ein **Team LWI-Online:**
 - Zieltermin festlegen (Ende Q4 2025?)
 - Definition der Zielkunden für den Startpiloten
 - Konzeption eines vertriebsstarken Micrositeaufbaus inklusive technischer Umsetzung / Vertriebsmanagement, Matthias
 - Einbindung der Marktbereiche bei der Entwicklung der Vertriebstory sowie Benennung affiner Berater, die auch bereit sind, ein persönliches Ansprachevideo zu drehen zusammen mit Steffi und Tobias
 - Definition der Wege zum Auspielen der Microsite
- Klärung der Projektstruktur / Kommunikationswege, gerne auch zusammen mit Armin Kesel

Angebote seitens Union-Investment wenn gewünscht:

- Unterstützung bei der Projektorganisation durch Armin Kesel in einer Co-Projektleiter-Rolle.
- Organisation eines Kick-Offs für alle Projektteilnehmer
- Information zu UI-Services / fertigen Modulen / Arbeitsergebnissen, die für das Projekt hilfreich sein können und deren Bereitstellung, wo sinnvoll (ChatBot / Finanzcoach der Union Investment, Contentlösungen. Smart Data Modelle nutzen, um Qualität der Termine zu erhöhen: Union Bankkunden-Analyse; Was ist zusätzlich geplant bei Union; Kennenlernen der VisualVest Online-Studie
- Gemeinsam notwendige Weiterentwicklungen / Individualisierungen definieren und vorantreiben
- Organisation eines Erfahrungsaustausches Bank / UI sowie zwischen Banken mit ähnlichen Projekten
- Fachliche Mitarbeit im Projekt wo gewünscht