

Neukunden- adressen gewinnen und Bestands- potenziale nutzen

Erfahrungen mit der GENO-Firmen-
datenbank und dem Akquise-Monitor
– zwei Praktiker berichten.



Der Marketingetat der baden-württembergischen Volksbanken und Raiffeisenbanken hat zum Jahresbeginn 2019 und für die Dauer von drei Jahren eine Pauschallizenz für zwei Informationsdienstleistungen der GENO-RiskSolutions erworben. Alle Mitglieder des Etats können drei Jahre lang kostenlos die GENO-Firmendatenbank und den Akquise-Monitor nutzen, um mit Blick auf das Projekt Kundenfokus Firmenkunden das Firmenkundengeschäft in ihren jeweiligen Häusern weiter voranzubringen. Bei den beiden Tools geht es darum, die Banken bei der Neukundengewinnung zu unterstützen und die Potenziale im Kunden-

bestand besser auszuschöpfen. Darüber hinaus können die Mitgliedsbanken die Datenqualität verbessern und sich wertvolle Informationen über Bestandskunden und potenzielle Neukunden beschaffen.

Die Geno-Graph-Redaktion sprach mit zwei Praktikern – Markus Wudi, stellvertretender Bereichsleiter Firmenkunden Herrenberg der Volksbank Herrenberg-Nagold-Rottenburg eG, und Markus Müller, Prokurist und Leiter Baufinanzierung/Firmenkunden bei der Volksbank Beilsteinsfeld-Abstatt eG, die die Tools eingeführt haben, über ihre Erfahrungen in den vergangenen Monaten.



Markus Wudi (markus.wudi@vbhnr.de):
 „Durch den Akquise-Monitor bekommen wir jeden Monat eine Übersicht mit neuen und interessanten Adressen für unsere Neukundenakquise.“

Herr Wudi, Herr Müller, ihre Häuser nutzen schon seit einigen Monaten die GENO-Firmendatenbank und den Akquise-Monitor. Worin sehen Sie die Vorteile dieser beiden vertriebsunterstützenden Maßnahmen?

Markus Wudi: Die Vorteile liegen eindeutig in der Gewinnung von Neukundenadressen. Unsere Bank legt großen Wert auf die Gewinnung von Neukunden. Durch den Akquise-Monitor bekommen wir jeden Monat eine Übersicht mit neuen und interessanten Adressen für unsere Neukundenakquise für unser Geschäftsgebiet Herrenberg, Nagold und Rottenburg. Die Dateien sind sehr übersichtlich aufbereitet und werden getrennt nach Firmenkunden, Gewerbetreibenden und Privatkunden (Geschäftsführer von Firmen) zur Verfügung gestellt. Eine Datei enthält die Gesamtübersicht über die jeweiligen Neukunden. Die anderen Dateien beinhalten dann die einzelnen Firmeninformationen. Diese sind sehr detailliert und umfangreich aufbereitet. Neben Firmeninformationen werden Bilanzdaten, der Geno-Score, Handelsregisterinformationen sowie Bilanzkennzahlen zur Verfügung gestellt, welche die Selektion nach Potenzialen vereinfacht. Für weitergehende Informationen wird die GENO-Firmendatenbank genutzt. Im Ergebnis bekommt man ein umfassendes Bild über den Neukunden, welchen wir gewinnen möchten.

Ein weiterer Vorteil der monatlichen Datenversorgung ist die Regelmäßigkeit, mit welcher wir die Neukundenakquise betreiben können. Aufwendige Recherchen im Internet entfallen.

Markus Müller: Wir nutzen die beiden Instru-

mente unterschiedlich. Den Akquise-Monitor haben wir nicht zuletzt aufgrund der kostenlosen Nutzung abonniert, um hierbei auch erste Erfahrungen mit dem Akquise-Monitor zu sammeln. Wir nutzen vor allem Hinweise zu Bestandskunden. Für eine Akquise von Nichtkunden nutzen wir den Akquise-Monitor aktuell noch nicht. Zukünftig wollen wir insbesondere Firmenkunden mit einem bestehenden Privatkundenengagement in unserem Hause ansprechen.

Die GENO-Firmendatenbank nutzen wir sehr intensiv. Wir nutzen diese zum einen bei Bestandskunden, um unsere Datenqualität laufend zu verbessern. Andererseits aber auch, um uns bei Neukundenanfragen im Rahmen einer Gesprächsvorbereitung einen ersten Überblick über den Kunden zu verschaffen. Hierbei geht es vor allem um Gesellschafterstrukturen und eine erste Bonitätseinstufung (Geno-Score). In der Vergangenheit haben wir zur Gesprächsvorbereitung häufig eine kostenpflichtige Creditreform-Auskunft eingeholt.

Wie organisieren Sie den Akquise-Prozess mit dem Akquise-Monitor? Wie verteilen Sie die gelieferten Adressen auf die Berater?

Wudi: Die Vorselektion und Ermittlung von Potenzialen wird durch mich vorgenommen. Danach erfolgt eine Abstimmung mit unserem Bereichsleiter und die Zuordnung der Neukunden auf die Firmenkundenbetreuer und -berater. Die Erfassung erfolgt in einer Neukundenakquise-Datei.

Die Kontaktaufnahme erfolgt eigenverantwortlich über den jeweiligen Firmenkundenbetreuer/-berater. Die Ergebnisse aus den Telefonaten und Gesprächen werden systematisch erfasst und vierteljährlich unserem Vorstand in einem Reporting zur Verfügung gestellt.

Müller: Wie bereits erwähnt, nutzen wir aktuell die Informationen hauptsächlich bei Bestandskunden. Hierbei handelt es sich um Hinweise, falls der Privatkunde zum Beispiel eine neue Firma gegründet hat oder sich Veränderungen in der Geschäftsführung ergeben haben. Die Verteilung erfolgt dann in der Regel an die zuständigen Berater.

Wie häufig und bei welchen Anlässen nutzen Sie die GENO-Firmendatenbank?

Müller: Wir nutzen die Datenbank mehrmals im Monat, je nach Bedarf und Kundenterminen.

Wudi: Der häufigste Einsatz erfolgt aktuell zur Recherche und Identifizierung von potenziellen Neukunden.

Setzen Sie die GENO-Firmendatenbank auch in der Marktfolge ein, um zum Beispiel zu überprüfen, ob die Konzernstruktur von Bestandskunden in Ihrem Hause korrekt abgebildet ist?



Markus Müller (markus.mueller@vb-bia.de):
 „Die GENO-Firmendatenbank nutzen wir zum einen bei Bestandskunden, um unsere Datenqualität laufend zu verbessern. Andererseits aber auch, um uns bei Neukundenanfragen im Rahmen einer Gesprächsvorbereitung einen ersten Überblick über den Kunden zu verschaffen.“

Müller: Ja, die Firmendatenbank wird auch in der Marktfolge genutzt. Sie dient hier dazu, Gesellschafterstrukturen zu überprüfen, oder auch Daten im Rahmen von AnaCredit zu ergänzen. Eine weitere Überlegung ist, wenn unsere Kunden eine gewisse Abhängigkeit zu Debitoren oder Kreditoren haben, diese auch im Hinblick auf Bonität und Gesellschafterstrukturen zu prüfen.

Wudi: Nein, ein Einsatz der Datenbank in der Marktfolge erfolgt bisher nicht. Wir nutzen den Weg der elektronischen Handelsregistermeldungen (HR-Monitor der GENO-RiskSolutions, Anm. der Redaktion), um unsere Datenqualität bei Bestandskunden aktuell und hoch zu halten. Dies ist zentral in unserem Bereich ZB Kredit und Produktion organisiert. Vertriebsunterstützend bekommen wir im Markt von dieser Stelle ebenfalls Meldungen von Nichtkunden, welche wir dann ebenfalls als potenzielle Neukundenadressen aufnehmen können.

Gibt es Wünsche an die GENO-RiskSolutions: Dinge, die Sie vermissen oder Anregungen zur Verbesserung und Weiterentwicklung?

Wudi: Bisher nicht. Wir sind gesamtbankweit sehr erfolgreich in der Neukundenakquise unterwegs und gut vorangekommen. Wir schätzen die Unterstützung durch den Geno-Akquise-Monitor, dieser trägt maßgeblich zur Adressgewinnung und Identifizierung von potenziellen Neukunden bei.

Müller: Wichtig wäre, dass die GENO-Firmendatenbank regelmäßig weiterentwickelt wird. Dies könnte zum Beispiel die Anreicherung um die LEI Nummer, Steuernummer oder perspektivisch die sogenannte WirtschaftsID sein. Auch wäre eine Verknüpfung der Daten zu agree21 sicherlich eine sinnvolle Ergänzung.

*Die Fragen stellte Gunter Endres,
verantwortlicher Redakteur Geno Graph.*

Verbreitung steigt stetig

Die GENO-Firmendatenbank und der Akquise-Monitor finden in der Genossenschaftlichen FinanzGruppe eine immer größere Verbreitung. Mittlerweile haben drei regionale Marketing-etats Rahmenverträge mit der GENO-RiskSolutions geschlossen. Die DZ Bank hat im August 2019 ebenfalls eine Lizenz erworben und nutzt die Datenbank unter anderem in der gemeinsamen Marktbearbeitung mit den Volksbanken und Raiffeisenbanken. Eine Verlinkung mit dem VR-GeschäftsNavigator befindet sich aktuell in der Umsetzung. Mittelfristig strebt die GENO-RiskSolutions eine noch bessere Verzahnung mit agree21 an. Über eine bestehende agree-Schnittstelle können zwar bereits Daten ausgetauscht werden, eine tiefere Integration in den Bankarbeitsplatz BAP ist aber auf alle Fälle wünschenswert. Die GENO-RiskSolutions führt bereits entsprechende Gespräche mit der Fiducia & GAD IT AG. ■

Zugriff auf die GENO-Firmendatenbank

Auf die GENO-Firmendatenbank können die Mitgliedsbanken des regionalen Marketingetats über VR-Works zugreifen. Der Link zur Datenbank befindet sich in VR Works im Register Tools unter dem Menüpunkt GENO-Monitor. Eine spezielle Einrichtung ist nicht erforderlich. Die Administration erfolgt selbstständig durch die Bank.

Nutzung des Akquise-Monitors

Um den Akquise-Monitor nutzen zu können, muss die Bank nicht zuletzt aus Datenschutzgründen einen Service- und einen DSGVO-Vertrag schließen, da die Durchführung im Rahmen einer Auftragsverarbeitung gemäß der neuen EU-Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) erfolgt. Banken, die den Akquise-Monitor noch nicht nutzen, können die GENO-RiskSolutions formlos per E-Mail an info@geno-risksolutions.de kontaktieren.