

Datengetriebene Marktbearbeitung im Firmenkunden-geschäft

BWGV und VR Data

Herausforderungen, Status Quo und erste Möglichkeiten für eine gezielte Umsetzung

Forum Firmenkunden

BWGV





Session-Hosts

Christian Mörtl
Simon Israel

Forum Firmenkunden

BWGV

Viele Grundlagen für eine datengetriebene Marktbearbeitung im FK-Geschäft liegen bereits vor

Strategische Einordnung	Im bundesweiten Strategieportfolio (BSP) gibt es die TOP-Initiative „Effizienzen und Potenziale im Firmenkundengeschäft“. Teile der dort festgehaltenen strategischen Ziele können mit Hilfe der Lösungen der VR Data erreicht werden (u.a. Ausschöpfung der Potenziale im Kundenbestand bei GK und GWK sowie Neukundenwachstum in den TOP-Segmenten). Weiterhin kann die VR Data bei der potenzialorientierten Vertriebssteuerung an verschiedenen Stellen unterstützen (u.a. Marktanteilsanalysen oder Verbesserung der Datenqualität).
Daten & Tools	Grundlage zur datengetriebenen Marktbearbeitung sind interne Bankdaten. Diese können zur Qualitätsverbesserung, zur Aufqualifizierung sowie zur Neukundenakquise um externe Daten der VR Data angereichert werden. Mit bereits vorhandenen Tools wie z.B. dem Impulsmanager, der Grobsegmentierung im BWS oder der GENO-Firmendatenbank können die Daten zielgerichtet im Rahmen der Marktbearbeitung verwendet werden.
Rolle des BWGVs	Der BWGV begleitet die BSP-Initiativen von der inhaltlichen Mitarbeit unter Einbeziehung der Anforderungen und Fachexpertisen der Banken in Baden-Württemberg bis hin zur Übersetzung der Anforderungen in die jeweilige Bankorganisation. Er ist als Transferbegleiter unterstützend Ihr Ansprechpartner, z.B. bei strategischer Einordnung der Themen und Anforderungen, bei der Auswahl der richtigen Tools und Partner, bei datenschutzrechtlicher Einordnung und natürlich beim Austausch von Erfahrungen und Best-Practise-Ansätzen.

Mit dem Vortrag wollen wir aufzeigen, dass VBRBs bereits heute mit datengetriebener Marktbearbeitung im Firmenkundengeschäft beginnen können!



BSP-Initiativen in Wirkung bringen: Rolle des BWGV

Übersicht aller BSP-Initiativen

Eine Top-Initiative:

Effizienzen und Potenziale in der Marktbearbeitung Firmenkundengeschäft

Projektbeteiligung – Sounding – Gremientransfer

Mitarbeit & **Sounding** in allen BSP-Initiativen *strategisch - operativ*	**Transparenz** zu Anforderungen schaffen & **Transferunterstützung**	Entwicklung von **Unterstützungs- & Kommunikationsleistungen**	**Vernetzung** mit allen relevanten **Beteiligten**

Gemeinsam an die „Werkbank“

Rückkopplung von Ergebnissen, Impulsen

& Anforderungen → Gremien & BSP-Projektorganisation

TRANSFER sicherstellen - Banken bei Umsetzung der BSP-Initiativen begleiten

Transparenz schaffen & **Grundsatzfragen** in BSP-Initiativen klären	Wirksame **Unterstützungs-leistungen** entwickeln & laufende Kommunikation sicherstellen	**Umsetzungsstände**, **Best-Practice-Ansätze** transferieren & regelmäßige **Reviews bzw. Check-Ups** anbieten	**Interessensvertretung** aller Banken sowie **Handlungs-empfehlungen & Rückkoppelungen**

ANFORDERUNG UND ZIEL:
Nutzenstifter für die Banken

Jede Bank ist befähigt, auf Basis ihrer Rahmenbedingungen, gesteckten Ambition sowie daraus abgeleiteten Prioritäten Transformation gezielt zu steuern.

Zielbild Datengetriebene Marktbearbeitung

Im Rahmen der BSP-Initiative werden alle Teilinitiativen im Zielbild gebündelt und entwickelt



Blick von Außen: Umfeldbedingungen im FK-Geschäft

Kundenzentrierung ist der Schlüssel

Exkurs: Kundengeschäft – Firmenkunden

zeb

Einlagen sowie Giro/ZV und Versicherungen werden bis 2030 maßgeblich das Wachstum der Erträge im Firmenkundengeschäft treiben

Prognose FK-Wallets bis 2030 (exkl. Investmentbanking)

Basisszenario[1)]

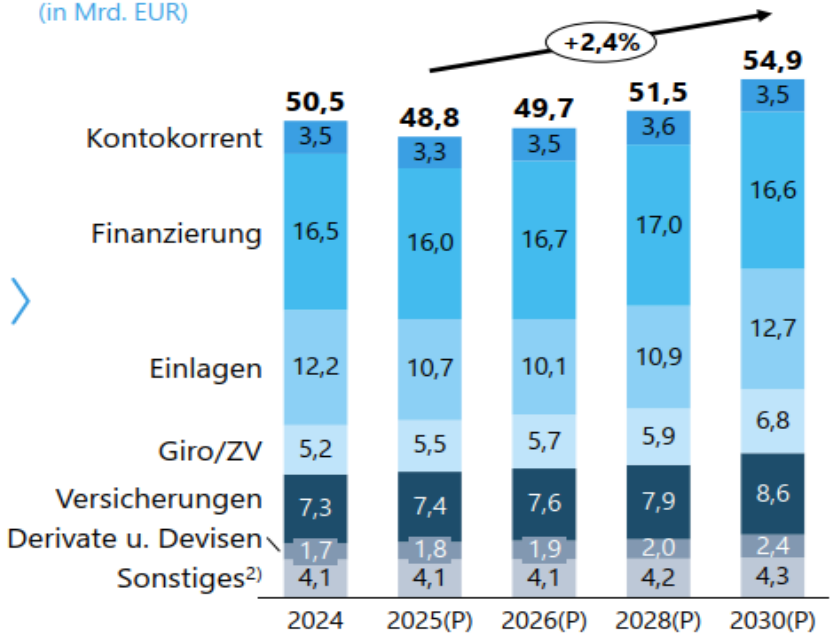
VWL-Rahmenbedingungen

- Keine exogenen Schocks[1)]
- Ø BIP-Wachstum ≈ 1,1%
- Ø Inflation ≈ 2,1%
- Kapitalmarktseitige Zinsstrukturerwartung

zeb-Volumen- und Margen-erwartungen ggü. 2025

- Kreditvolumen +1,4% p. a.
- Passivvolumen +1,4% p. a.
- Provisionen + 3,2% p. a.
- Aktivmarge nahezu konstant bei 1,5%
- Passivmarge steigt auf 1,0%

Prognose FK-Wallet
(in Mrd. EUR)



Treiber FK-Wallet 2030

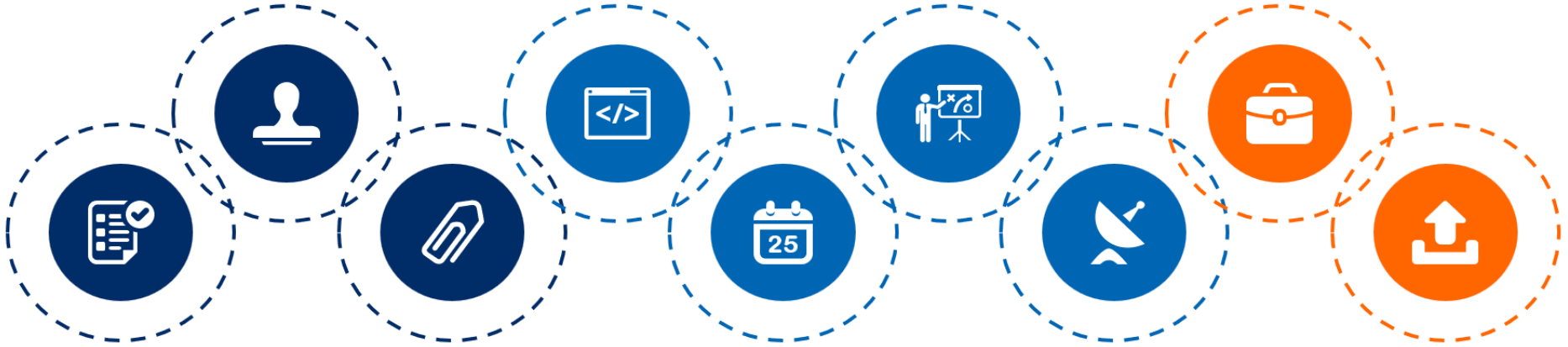
- Moderates Kontokorrentwachstum durch schwache Konjunkturdynamik; Konstanz der Finanzierungsstruktur und Marge
- Schwaches Investitionskreditwachstum durch schwache Konjunktur- und Investitions-dynamik, Konstanz der Marge
- Schwaches Einlagenvolumenwachstum aufgrund geringer Unternehmensgewinne; zinsstrukturbedingter Rückgang der Marge
- Weitere Pricingpotenziale und -anpassungen im Bereich Konto und Zahlungsverkehr (ca. alle 4 Jahre plus 20% Preiserhöhung)
- Wachstum im Versicherungsgeschäft durch Prämienwachstum bei Sachversicherungen
- Im Umfeld stark schwankender Zins- und Wechselkurse wächst Bedarf nach Absicherungsgeschäften

1) Keine weitere Eskalation des Russland-, Taiwan- und Irankonflikts sowie des Zollkonflikts USA/EU/CHINA; 2) Sonstiges: Wertpapier, Avale, Leasing, AHF
Quelle: zeb.FK-Walletmodell

KOMPLEXITÄT UND THEMENVIELFALT IM ZIELBILD „DATENGETRIEBENE MARKTBEARBEITUNG“ SEHR HOCH

Blick von Innen: zentrale Herausforderungen

Firmenkundengeschäft bereits im Fokus?



Hohe Komplexität im Zielbild „Datengetriebene Marktbearbeitung“

Fehlende strategische Klarheit, stark heterogene Ausgangspositionen, Voraussetzungen und Ambitionen

Prioritäten-Konflikte, Ressourcenengpässe, Fehlendes KnowHow

Informationsflut, Umsetzungsdruck, Release-Dynamik

Transformation im laufenden Geschäftsbetrieb herausfordernd

Zusammenhänge, Schnittstellen & Abhängigkeiten im Alltag schwer zu managen

Voraussetzungen bzw. Bereitschaft für Standards sehr unterschiedlich

Zum Teil geringe Messbarkeit (GuV, Vertriebserfolge) erster Erfolge sorgt für Fragezeichen und zurückhaltende Umsetzungsenergie

Ein Stimmungsbild aus Ihren Häusern – Bitte nehmen Sie an der kurzen Mentimeter-Abstimmung teil

1	Gehen Sie auf www.menti.com und geben dort folgenden Code ein: 8218 9997 Alternativ scanen Sie den QR-Code auf dieser Seite
2	Bitte beantworten Sie die beiden Fragen: 1. Spielt „Datengetriebener Marktbearbeitung im Firmenkundengeschäft“ in Ihrem Hause schon eine Rolle? 2. Welche zentralen Anforderungen haben Sie aus Ihrem Blickwinkel an den Vertrieb mit Daten?
3	Wir werden die Ergebnisse in unserem Vortrag kurz bewerten und in der weiteren Arbeit berücksichtigen.

Mit Hilfe von Lösungen der VR Data lässt sich bereits heute eine datengetriebene FK-Marktbearbeitung ideal unterstützen

1. Strategischer Status-Quo

Kundensegment	Marktpotenzial (in Mio. EUR)	Anzahl der Firmen im Geschäftsgebiet
Geschäftskunden (bis 250 TEUR)	135,5	3.857
Gewerbekunden (250-500 TEUR)	16,0	224
Mittelstand (0,5-6 Mio. EUR)	396,0	494
Oberer Mittelstand (6-50 Mio. EUR)	338,1	112
Relevanter Teilmarkt*	**885,7**	**4.687**
Große Unternehmen (ab 50 Mio. EUR)	277,7	25
Gesamtmarkt**	**1.163,4**	**4.712**

2. Grundlagen für Markbearbeitung

01

Die VR Data stellt der Genossenschaftsbank einen IDA-Standardbericht zur Verfügung.

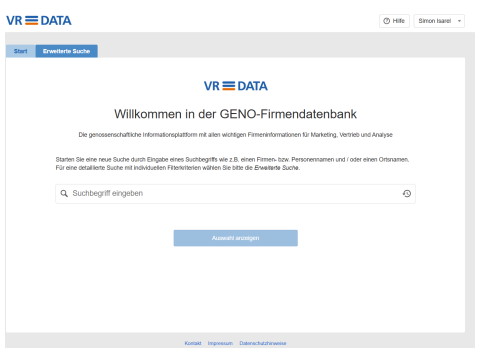
02

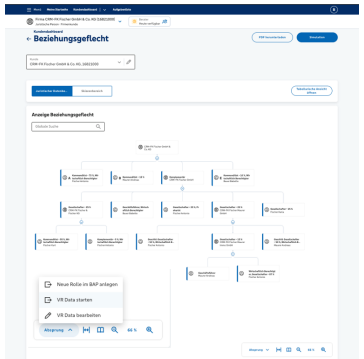
Die Bank übermittelt der VR Data über einen gesicherten Weg die damit erzeugte Kundenliste.

03

Die VR Data produziert innerhalb weniger Tage die Ergebnisse, die die Bank z.B. per aCI-Batch automatisiert in agree21 einpflegen kann.

3. Unterstützung in Markbearbeitung





4. Konkrete Impulse fürs FK-Geschäft

Nachfolge-Algorithmus

- Der Nachfolge-Algorithmus wurde gemeinsam mit der DZ BANK Corporate Finance entwickelt.
- Ziel ist die Identifikation von Firmen, die sich höchstwahrscheinlich für Nachfolgeberatung interessieren, ausschließlich im Kundenbestand der Bank, weil Nachfolgeberatung in der Regel kein „Türöffner" ist.
- Kriterien sind u.a., dass alle Gesellschafter älter sind als 55 Jahre (nach Auflösung der Gesellschafterstruktur bis hin zu den natürlichen Personen), bestimmte Rechtsformen und Branchen, ab einer bestimmten Umsatzschwelle und einem bestimmten Jahresüberschuss.

Factoring-Scanner

- Der Factoring-Scanner wurde gemeinsam mit der VR Factoring entwickelt.
- Ziel ist die Identifikation von Firmen, die sich höchstwahrscheinlich für Factoring interessieren. Im Kundenbestand der Bank und im Geschäftsgebiet der Bank (Potenzielle Neukunden im Geschäftsgebiet).
- Kriterien sind u.a. bestimmte Branchen, ein hohes Umlaufvermögen, inhabergeführte Unternehmen ab einer bestimmten Umsatzschwelle und einem bestimmten GENO-Score. Bei Bestandskunden zusätzlich eine große Ausschöpfung des vorhandenen KK-Kreditrahmens (Inanspruchnahme / KK-Linie).

Import-/Exportscore

- Import-/Exportscore wurde gemeinsam mit der DZ BANK Corporate Finance entwickelt und unterstützt bei der Potenzialermittlung für das Auslandsgeschäft.
- Der Import-Export-Score nimmt Werte zwischen 0 und 100 an. Je höher der Wert ist, desto wahrscheinlicher ist es, dass die betreffende Firma im Auslandsgeschäft tätig ist.
- Der Score berechnet sich auf Basis verschiedener Kriterien, wie z.B. mehrsprachige Internetseite, Tochter- oder Mutterunternehmen im Ausland, In Tätigkeitsbeschreibung enthaltene Begriffe wie Import oder Export.

Private Banking

Aktuell in Entwicklung

- Vermögen entsteht häufig aus einer unternehmerischen Tätigkeit. Zielkunden fürs Private Banking sind daher v.a. Gesellschafter und ggf. auch Geschäftsführer von aktuell erfolgreichen oder in der Vergangenheit (Erben) erfolgreichen Unternehmen.
- Erste Ideen für geeignete Kriterien wurden erarbeitet: u.a. Identifikation von Gesellschaftern und Geschäftsführern mit Geschäftsanteilen >x bzw. Umsatz der Firma >x
- Wir suchen interessierte Banken, die die Kriterien mit uns weiter verproben!

Die MPA FK liefert wertvolle Impulse für den strategischen Status-Quo im FK-Geschäft

1. Strategischer Status-Quo

Vereinfacht gesagt, gibt die MPA FK Antworten auf die folgenden zwei grundlegenden Fragen im Firmenkundengeschäft:

01

Wie groß ist der Kuchen im Geschäftsgebiet der Bank?

02

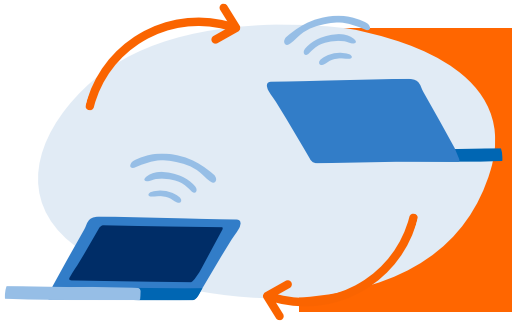
Wie groß ist der Anteil der Bank an diesem Kuchen?

Oder anders formuliert: Wie groß ist das Potenzial im Firmenkundengeschäft im Geschäftsgebiet einer Volksbank Raiffeisenbank?

- → gemessen an der Anzahl an Firmenkunden
- → gemessen am Kreditvolumen
- → nach Branche und Kundensegment
- → im Zeitverlauf, jeweils über 3 Jahre

Die MPA FK kombiniert die echten Kundendaten der Bank mit weiteren Datenquellen

1. Strategischer Status-Quo



Die **Ermittlung** der **Marktpotenziale** und der **Marktanteile** erfolgt auf der Basis von **drei Datenquellen:**

- **Kreditnehmerstatistik der Deutschen Bundesbank**
  Regionalstatistik, d.h. auf Bundeslandebene
- **Firmendaten eines externen Datenanbieters**
  Firmen im Geschäftsgebiet der Bank, nach Branche und Kundensegment
- **Daten der Bank**
  Datenexport auf der Basis eines IDA-Standardberichts

Potenziale und aktuelle Situation werden auf unterschiedlichen Ebenen für eine VBRB ermittelt

1. Strategischer Status-Quo

Kundensegment	Marktpotenzial (in Mio. EUR)	Anzahl der Firmen im Geschäftsgebiet
Geschäftskunden (bis 250 TEUR)	135,5	3.857
Gewerbekunden (250-500 TEUR)	16,0	224
Mittelstand (0,5-6 Mio. EUR)	396,0	494
Oberer Mittelstand (6-50 Mio. EUR)	338,1	112
Relevanter Teilmarkt*	**885,7**	**4.687**
Große Unternehmen (ab 50 Mio. EUR)	277,7	25
Gesamtmarkt**	**1.163,4**	**4.712**

Branche	Anzahl der Firmen-kunden der Bank	Anzahl der Firmen im Geschäftsgebiet	Kundenreichweite
Land- und Forstwirtschaft, Fischerei und Aquakultur	128	181	70,7%
Energie und Wasserversorgung; Entsorgung; Bergbau und Gewinnung von Steinen und Erden	96	229	41,9%
Verarbeitendes Gewerbe	315	487	64,7%
Baugewerbe	293	471	62,2%
Handel	525	993	52,9%
Verkehr und Nachrichtenübermittlung	53	121	43,8%
Dienstleistungsgewerbe (einschl. freier Berufe)	1.148	2.230	51,5%
Gesamt	2.558	4.712	54,3%

Branche	Marktanteile im relevanten Teilmarkt* (in %)		
	31.12.2023	31.12.2024	31.12.2025
Land- und Forstwirtschaft, Fischerei und Aquakultur	42,3%	40,7%	42,3%
Energie und Wasserversorgung; Entsorgung; Bergbau und Gewinnung von Steinen und Erden	16,9%	24,3%	22,9%
Verarbeitendes Gewerbe	46,6%	46,0%	44,7%
Baugewerbe	33,7%	35,7%	36,1%
Handel	23,8%	24,5%	24,9%
Verkehr und Nachrichtenübermittlung	23,3%	24,3%	30,1%
Dienstleistungsgewerbe (einschl. freier Berufe)	26,9%	28,4%	28,5%
Gesamt	29,2%	30,8%	30,7%

Datenpakete helfen bei der Datenqualität, unterstützen vertrieblich bzw. verbessern die Segmentierung

Datenpakete für juristische Personen

- **A** Registerabgleich der Firmenstammdaten
- **B** Identifikation der KMU im Kundenbestand
- **C** Erweiterte Firmenstammdaten
- **D** Bilanzen & GENO-Score
- **E** Nachhaltigkeit (ESG/Taxonomie-Verordnung)
- **G** Grobsegmentierung FK

Datenpakete für sonstige Firmen*

- **S** Gewerbetreibende und Freiberufler
- **G** Grobsegmentierung GuF

Relevante Datenpakete zur Datenqualitätsverbesserung sowie Segmentierung

*Alle nicht in einem Register geführte Firmen inkl. kommunale Institutionen und kirchliche Einrichtungen

Der Prozess hierzu ist sehr einfach – Neben Bestandskunden können so auch potenzielle Neukunden ermittelt werden

01



Die VR Data stellt der Genossenschaftsbank einen IDA-Standardbericht zur Verfügung.

02



Die Bank übermittelt der VR Data über einen gesicherten Weg die damit erzeugte Kundenliste. Bei Bedarf ergänzt um die Postleitzahlen des Geschäftsgebietes zur Ermittlung der Neukunden.

03

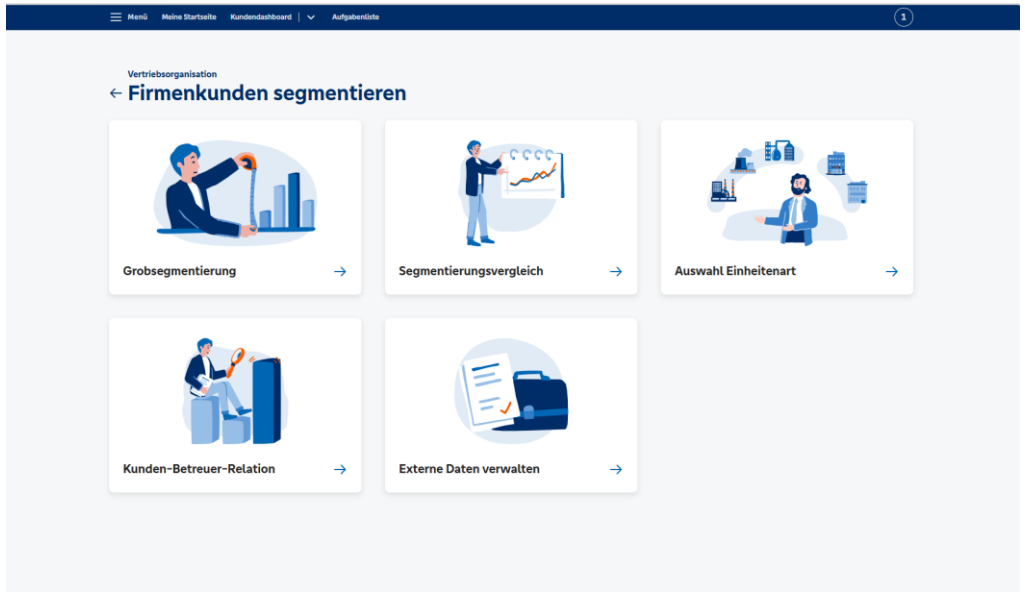


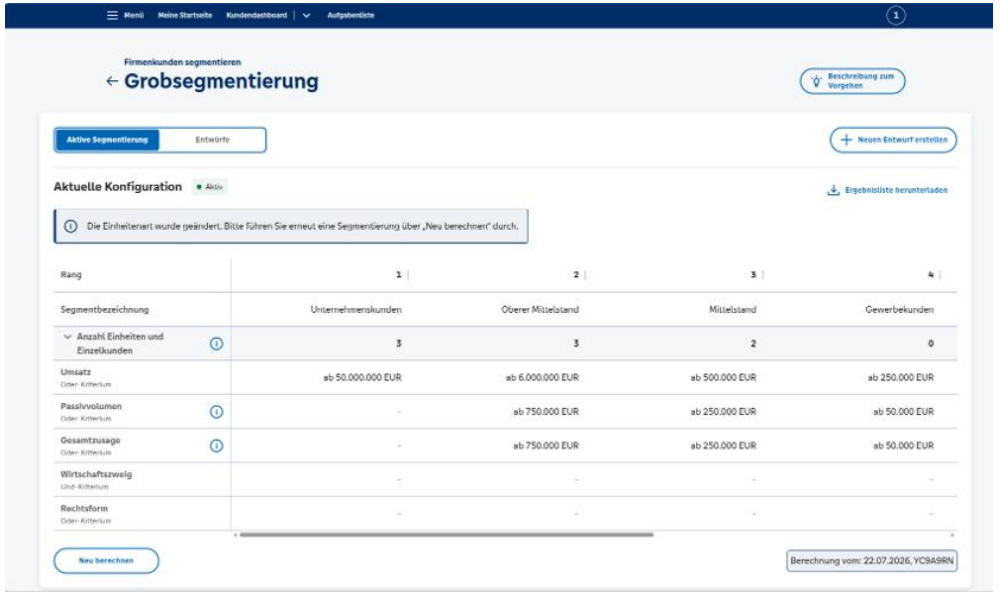
Die VR Data produziert innerhalb weniger Tage die Ergebnisse, die die Bank z.B. per aCI-Batch automatisiert in agree21 einpflegen kann.

Matchingquoten je Kundengruppe:

Juristische Personen	Eingetragene Vereine	Gewerbetreibende und Freiberufler
97,8%	**46,2%**	**48,3%**

FK-Segmentierung als Grundlage der Marktbearbeitung – Abbildung im BWS oder mit Hilfe von weiteren Partnern





- Eine Möglichkeit zur Segmentierung im FK-Geschäft ist die Grobsegmentierung im BWS – hier lassen sich externe Umsatzdaten der VR Data für bessere Ergebnisse integrieren
- Zusätzlich gibt es weitere Partner in der GFG die Ihr Haus bei der FK-Segmentierung unterstützen können – BWGV hilft bei der Auswahl, auch hier sind externe Umsatzdaten der VR Data nutzbar.

Die GENO-Firmendatenbank ist ein wertvolles Tool zur Marktbearbeitung im FK-Geschäft innerhalb der GFG

3. Unterstützung in Markbearbeitung

- Die GENO-Firmendatenbank ist online zugänglich: direkt über das Internet, über zwei Absprungpunkte im BWS, über den VR GeschäftsNavigator der DZ BANK und im BWGV auch über VR-WORKS bzw. zukünftig über das Mitgliederportal.
- Bundesweit nutzen mittlerweile bereits 47% aller Volksbanken Raiffeisenbanken die GENO-Firmendatenbank. Gewichtet nach Bilanzsumme liegt die Nutzungsquote sogar bei 55%! Aktuell haben über 10.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Genossenschaftsbanken einen aktiven Zugang.
- Sie dient als wertvolles Tool in der Markbearbeitung. Z.B. zur Vorbereitung auf Kundentermine, zur Bestandsüberwachung oder zur Potenzialselektion in der Vertriebssteuerung.



Sie umfasst einen breiten Datenkranz über alle wirtschaftlich aktiven Firmen in Deutschland

3. Unterstützung in Markbearbeitung

Breite des Datenumfangs*

→ Alle Firmen mit Sitz in Deutschland: vom Kiosk um die Ecke bis zum weltweit tätigen Konzern

Tiefe des Datenumfangs

→ Juristische Personen: Unternehmensdaten, GENO-Score, Bilanzdaten, Gesellschafterstruktur

→ Gewerbedaten: Unternehmensdaten

Aktualität der Daten

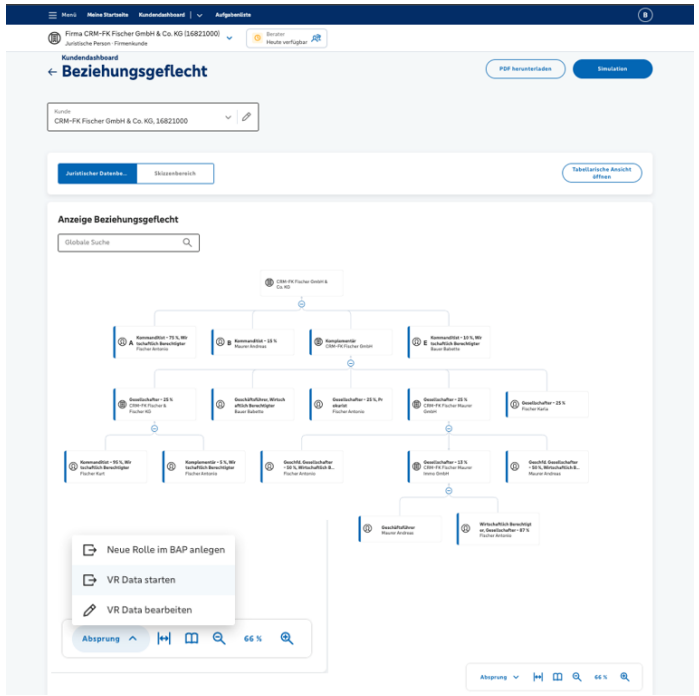
→ wöchentliche Aktualisierung; Bilanzdaten basieren auf den rechtlichen Normen zur Bilanzpublizität, d.h. 1x jährlich, spätestens 1 Jahr nach dem Bilanzstichtag, meist keine GuV-Daten, teilweise nur wenige Bilanzpositionen (gemäß den unterschiedlichen Publizitätspflichten für Kleinstunternehmen und kleine, mittlere und große Kapitalgesellschaften)

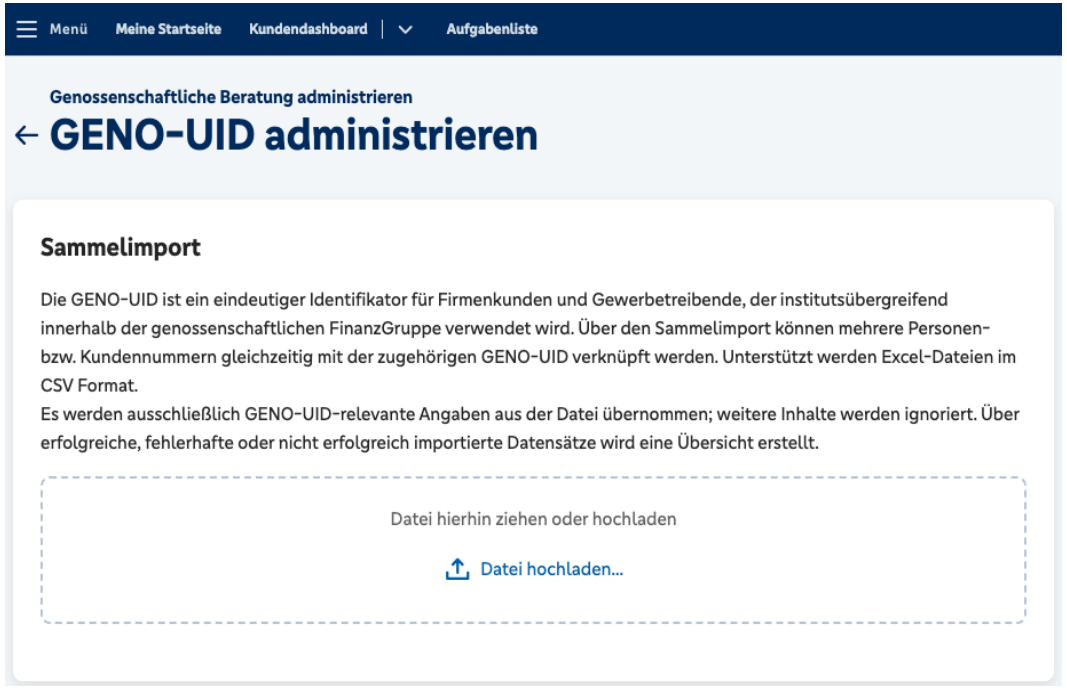
→ Recherche-Auftrag, über den die Nutzenden kostenlos Aktualisierungs-Aufträge erteilen können.

* In der GENO-Firmendatenbank sind insgesamt Informationen über rd. 7,4 Mio. Firmen enthalten. Ca. 2,3 Mio. registerliche geführte Firmen und rund 3,4 Mio. sonstige Firmen. Zusätzlich zu den rund 5,7 Mio. wirtschaftlich aktiven Firmen sind rd. 1,7 Mio. wirtschaftlich inaktive Firmen in der Datenbank. Dies ist häufig ebenfalls interessant, weil evtl. noch Konten abgewickelt werden oder Ähnliches.

Im Rahmen der Marktbearbeitung kann die GENO-Firmen-datenbank auch direkt über den BWS aufgerufen werden

3. Unterstützung in Markbearbeitung





Über „Stammdaten“ und das „Beziehungsgeflecht“ ist der Absprung aus dem BWS in die GENO-Firmendatenbank möglich. Mittlerweile gibt es einen Massenimport der GENO-UIDs, damit man als Banker direkt die im BWS ausgewählte Firma auch in der GENO-Firmendatenbank angezeigt bekommt.

Gemeinsam mit Partnern aus der GFG wurden konkrete produktspezifische Affinitäten entwickelt

4. Konkrete Impulse fürs FK-Geschäft

Aktuell in Pilotierung

Nachfolge-Algorithmus

- Der Nachfolge-Algorithmus wurde gemeinsam mit der DZ BANK Corporate Finance entwickelt.
- Ziel ist die Identifikation von Firmen, die sich höchstwahrscheinlich für Nachfolgeberatung interessieren, ausschließlich im Kundenbestand der Bank, weil Nachfolgeberatung in der Regel kein „Türöffner“ ist.
- Kriterien sind u.a., dass alle Gesellschafter älter sind als 55 Jahre (nach Auflösung der Gesellschafterstruktur bis hin zu den natürlichen Personen), bestimmte Rechtsformen und Branchen, ab einer bestimmten Umsatzschwelle und einem bestimmten Jahresüberschuss.

Factoring-Scanner

- Der Factoring-Scanner wurde gemeinsam mit der VR Factoring entwickelt.
- Ziel ist die Identifikation von Firmen, die sich höchstwahrscheinlich für Factoring interessieren. Im Kundenbestand der Bank und im Geschäftsgebiet der Bank (Potenzielle Neukunden im Geschäftsgebiet).
- Kriterien sind u.a. bestimmte Branchen, ein hohes Umlaufvermögen, inhabergeführte Unternehmen ab einer bestimmten Umsatzschwelle und einem bestimmten GENO-Score. Bei Bestandskunden zusätzlich eine große Ausschöpfung des vorhandenen KK-Kreditrahmens (Inanspruchnahme / KK-Linie).

Import-/Exportscore

- Import-/Exportscore wurde gemeinsam mit der DZ BANK Corporate Finance entwickelt und unterstützt bei der Potenzialermittlung für das Auslandsgeschäft.
- Der Import-Export-Score nimmt Werte zwischen 0 und 100 an. Je höher der Wert ist, desto wahrscheinlicher ist es, dass die betreffende Firma im Auslandsgeschäft tätig ist.
- Der Score berechnet sich auf Basis verschiedener Kriterien, wie z.B. mehrsprachige Internetseite, Tochter- oder Mutterunternehmen im Ausland, In Tätigkeitsbeschreibung enthaltene Begriffe wie Import oder Export.

Private Banking

- Vermögen entsteht häufig aus einer unternehmerischen Tätigkeit. Zielkunden fürs Private Banking sind daher v.a. Gesellschafter und ggf. auch Geschäftsführer von aktuell erfolgreichen oder in der Vergangenheit (Erben) erfolgreichen Unternehmen.
- Erste Ideen für geeignete Kriterien wurden erarbeitet: u.a. Identifikation von Gesellschaftern und Geschäftsführern mit Eigenkapitalanteil >1 Mio. bzw. Umsatz der Firma >10 Mio.
- Wir unterscheiden zwischen unterschiedlichen Kategorien in Bezug auf die jeweilige Firma
- Aktuell läuft die erste Pilotierung, weitere Banken hierzu werden gesucht

Beispielhafter Prozessablauf macht Zusammenspiel zur Affinitäten-Nutzung mit Verbundunternehmen deutlich

4. Konkrete Impulse fürs FK-Geschäft

SCHRITT 1



Vertrag mit Verbund-unternehmen und VR Data

Für DSGVO-Konformität

SCHRITT 2



ADMIN-Formular an VR Data

Zur technischen Umsetzung

SCHRITT 3



IDA-Abfrage von VR Data

Ausführung per Doppelklick

SCHRITT 4



Daten-anreicherung von VR Data

Factoring-Scanner entdeckt Potenziale

SCHRITT 5



VR Data übermittelt Potenziale

An Bank und Verbund-unternehmen

SCHRITT 6



Verifizierung der Potenziale

Bank und Verbund-unternehmen stimmen Maßnahmen ab

Auszug beispielhafter Steckbrief Kategorie 1 „Die Firma ist Kunde der Volksbank“

4. Konkrete Impulse fürs FK-Geschäft

Volksbank Raiffeisenbank Musterhausen

VR DATA

PRIVATE BANKING - Firma im Kundenbestand der Bank

STAMMDATEN DER FIRMA

Firmenname	**AS Strömungstechnik GmbH**	Geno-Score	A (2024)
Straße	Elly-Beinhorn-Str. 7	Beschäftigte	94 (2024 bilanziert)
PLZ Ort	73760 Ostfildern	Umsatz	10.583.000 € (2023 bilanziert)
Bundesland	Baden-Württemberg	Bilanzjahr	2024
HR-Nummer	Stuttgart HRB 224744	Rohergebnis	10.166.336,72 €
Telefon	07112205480	Jahresüberschuss	-
Fax	07112205829	Bilanzsumme	10.780.012,95 €
E-Mail	info@asstroemungstechnik.de	Anlagevermögen	5.915.146,55 €
Internetseite	www.asstroemungstechnik.de	Umlaufvermögen	4.838.741,01 €
Branchencode (WZ25)	C 33190	Liquide Mittel	1.812.620,45 €
Branche (WZ25)	Reparatur von sonstigen Ausrüstungen	Eigenkapital	4.896.737,53 €
Gründungsdatum	01.01.1987		
Rechtsformcode	64	Verbindlichkeiten	3.255.828,42 €
Rechtsform	Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH)	Bankverbindlichkeiten	-
Import-Export-Score	-		
GENO-UID	4270486		
Link zur Geno-DB	https://fdb.vrdata.de/company/4270486/overview/		

STAMMDATEN DER FIRMA BEI DER BANK

Personennummer	Daten der Bank	Ort Registergericht	Daten der Bank
Firmenname	Daten der Bank	Registernummer	Daten der Bank
Straße	Daten der Bank	Kundenberater	Daten der Bank
PLZ Ort	Daten der Bank	Kundenberater E-Mail	Daten der Bank

ZIELKRITERIEN FÜR DIE SELEKTION DIESER ADRESSE

Firma hat mindestens einen Potenzialkunden Private Banking
Zielkriterium Geschäftsführer: Firmenumsatz > 10 Mio. EUR
Zielkriterium Gesellschafter: Eigenkapitalanteil > 1 Mio. EUR

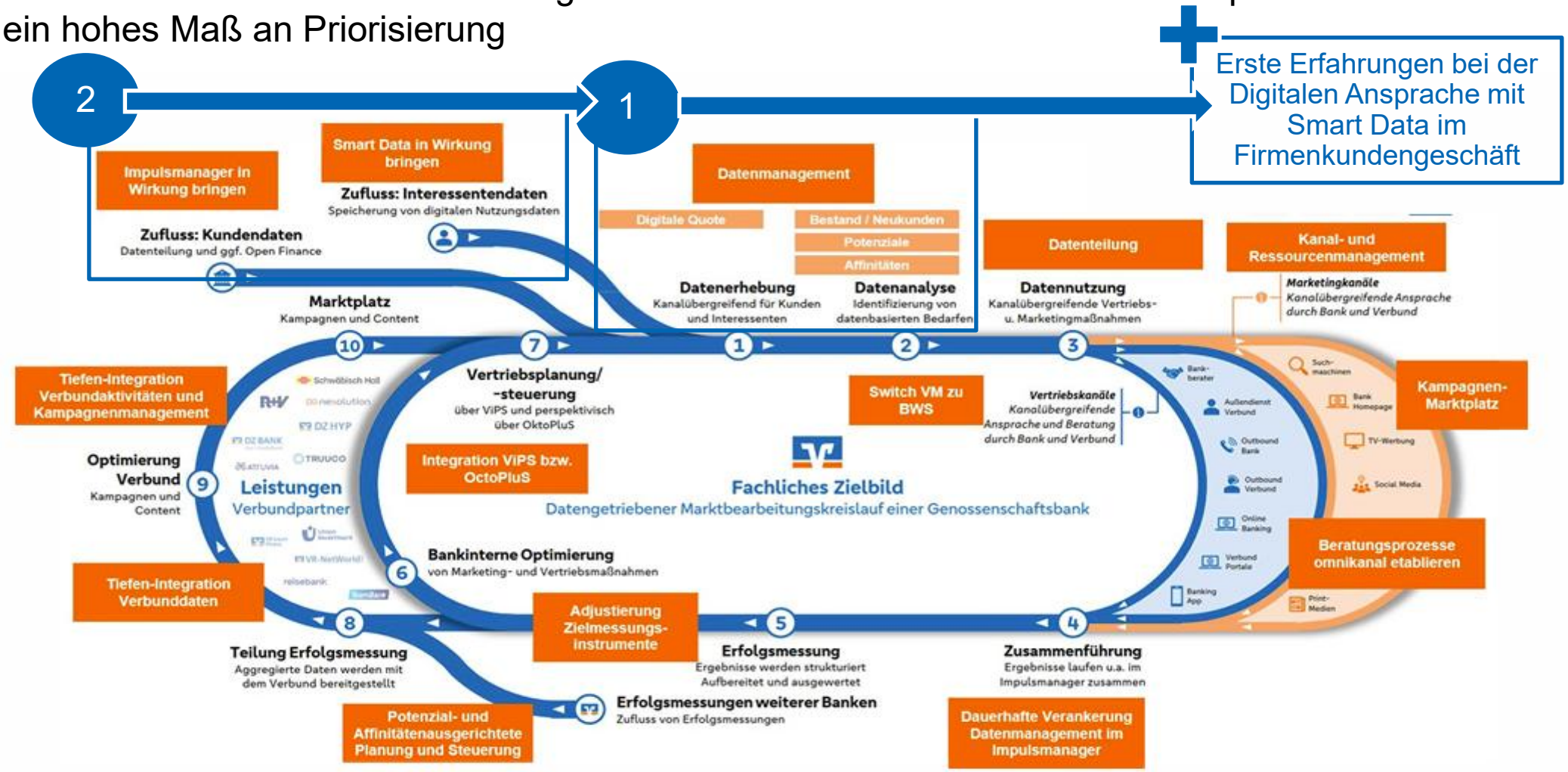
GESCHÄFTSLEITUNG (maximal 10)

Position	Name	Geburtsdatum	Ort	Match-Status	Abweichung in den Bankdaten	Personennummer bei der Bank	Zielkriterium
Geschäftsführer	Andreas Szeteli	24.03.1959	Filderstadt	kein Treffer			Potenzialkunde Neu
Geschäftsführer	Thomas Raißer	14.01.1963	Stuttgart	kein Treffer			Potenzialkunde Neu
Geschäftsführer	Nico Andreas Fischer	16.03.1993	Filderstadt	Treffer	Filderstadt (Stuttgart)	12345678	Potenzialkunde Bestand

- Die ersten beiden Seiten zeigen alle Infos zur spezifischen Firma.
- Stammdaten aus der FDB, ausgewählte Stammdaten der Bank, Daten der Manager und Gesellschafter.
- Jeder Manager /Gesellschafter wird mit den Privatkunden aus der Kundenliste der Bank abgeglichen.
- Auf Folgeseiten werden die Privatpersonen detailliert beschrieben.
- Es findet ein Matching mit dem Kundenbestand statt.
- Verlinkungen zur GENO-FDB für weitere Details.

Zielbild Datengetriebene Marktbearbeitung

Die Vielzahl an Teilinitiativen und Umsetzungsschritten macht die Transformation komplex und erfordert ein hohes Maß an Priorisierung



Einwilligungslösung (EWE FK) / Status Quo

EWE FK

- Fachliche Konzeption ist erfolgt
- Technische Realisierung zu großen Teilen ebenso
- Rechtliche Würdigung derzeit in Abstimmung

Projekt „Datenteilung in der GFG“: Lenkungskreis am 01.09.2026

In den nächsten Monaten werden den Banken vier zusätzliche Einwilligungen im Zustimmungsmanagement bereitstehen

Einwilligungslösungen
Zielkundengruppen und zeitliche Umsetzungs- und Rolloutplanung

Einwilligungslösungen im Fokus des Projekts	Zielkundengruppe für die Einholung der Einwilligungen	Zeitplanung zur Umsetzung
Einwilligung Datenverarbeitung Privatkunden (EWE PK)	Alle DSGVO-relevanten Privatkunden in 15 Bundesländern	Die Einwilligungslösung wurde im Mai 2023 eingeführt. Inzwischen haben über 75% (~15 Mio.) der DSGVO-relevanten Kunden mit KK-Konto ihre Einwilligung erteilt
Regionale Einwilligungslösung für Banken in Niedersachsen (EWE Nds) *Details: siehe Folgeseite*	Alle DSGVO-relevanten Privat- und Firmenkunden (Selbstständige und Unternehmer) in Niedersachsen	
Werbeeinwilligung (UWG)	Alle natürlichen Personen, die bisher keine Einwilligung zum bestehenden Formular erteilt haben	Technische Umsetzung; *Migration des bestehenden Formulars ins Zustimmungsmanagement im Online Banking*
Einwilligung Datenverarbeitung Firmenkunden (EWE FK)	Alle DSGVO-relevanten Firmenkunden (Selbstständige und Unternehmer) in 15 Bundesländern	Konzeption; Technische Umsetzung; *Verschiebung um ein Quartal*
Datenteilungsklausel (DTK)	Alle DSGVO-relevanten Privat- und Firmenkunden	Konzeption; Technische Umsetzung

Q2/26 | Q3/26 | Q4/26 | Q1/27 | Q2/27

Erläuterungen

- **EWE PK:** Lösung ist bereits etabliert – über 90% der GB holen die EWE PK ein
- **EWE Nds:** Formular ist mit dem LfD Nds abgestimmt und der Rollout für Banken in Nds ist planmäßig erfolgt
- **Werbeeinwilligung (UWG):** Das bestehende Formular bleibt bestehen – zusätzlich wird es in das Zustimmungsmanagement aufgenommen
- **EWE FK:** Entwurf von Osborne Clarke liegt vor und wurde in Q2/Q3 mit dem Plenum der Rechtsexperten abgestimmt – Verzögerung um ein Quartal aufgrund der DSK-Einreichung
- **DTK:** Wording-Team arbeitet an einer nutzerzentrierten Variante

Legende zur Zeitplanung: Konzeption ■ Umsetzung ▲ Rollout

20

Prozess leitet alle Umsetzungsschritte: Relevant sind die richtigen Fragestellungen.

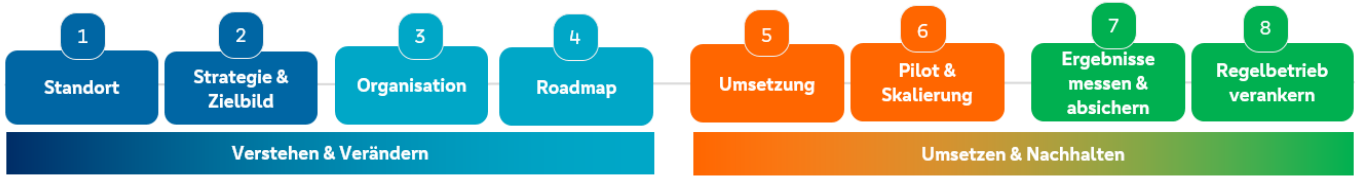


LEITFRAGEN

- Was sind zentrale Anforderungen der Initiative?
- Verstehen wir das Zielbild & können wir es für unsere Organisation übersetzen?
- Mit welchen Themen sollen wir starten?
- Was haben wir schon begonnen?
- Welche Inhalte aus der Initiative helfen für unsere Zielbilderreichung?
- Welche Auswirkungen hat die Umsetzung einzelner Maßnahmen auf die gesamte Organisation?
- Was ist schon umsetzbar?

Auf dem Weg zum Zielbild

„Datengetriebene Marktbearbeitung“

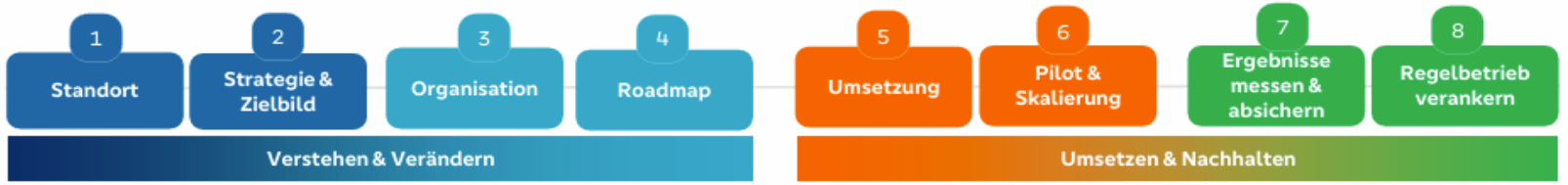


5 konkrete „Anfasspunkte“ zum Start:

Abbildung: Phasen der Umsetzung im Zielbild



1–2	STRATEGIE & ZIELBILD	**EINORDNUNG:** Wo stehen wir ? *Status quo* – Wohin wollen wir ? *Ambition* Was ist wichtig? Was ist sinnvoll? Was ist umsetzbar?
3–4	TRANSFORMATION	**ÜBERSETZEN:** Wie organisieren wir uns? Welche Vorhaben bringen uns zum Ziel? Wie planen und gestalten wir die Umsetzung?
5–6	UMSETZUNG	**AUFSTELLEN:** Wie bringen wir getroffene Maßnahmen sichtbar und wirksam ins Tun? Wo werden diese eingesetzt? Wie bringen wir Ergebnisse in die Organisation?
7–8	NACHHALTEN	**UMSETZEN:** Wie erzeugen wir dauerhaft und erfolgreich Wirkung? Wie stellen wir dauerhafte Verankerung sicher? Wie lernen wir als Organisation ständig weiter?



Erste Grundvoraussetzungen schaffen

- Zielbild-Klarheit
- Ambitionsklarheit
- Datenklarheit
- Kundenklarheit
- Aktivitätenklarheit



Die Bank startet mit einer klaren Ambition – nicht mit der Technik.

Vernetzung Vertriebsmanagement und Bereich Firmenkunden

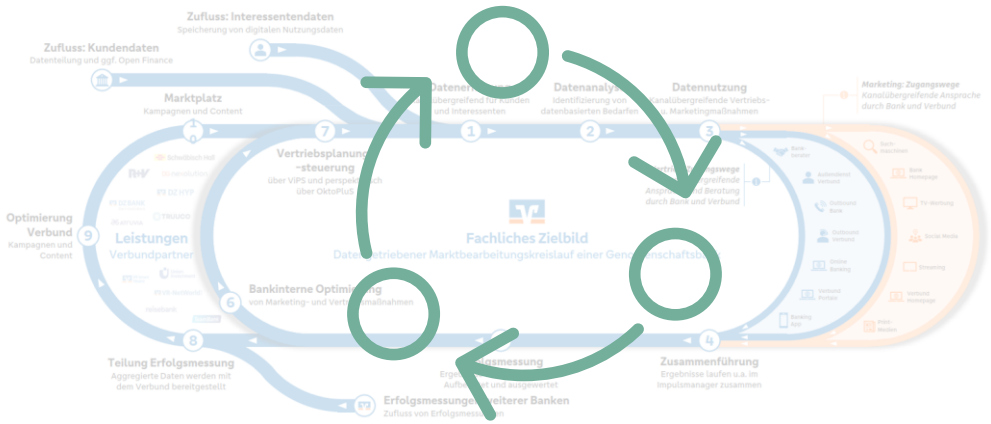
STANDORTBESTIMMUNG

- Strategie & Ambition DGMB
- Klarheit zum Zielbild
- Organisation & Kapazität
- Daten, EWE, Erreichbarkeit
- Impulsmanager, BWS, Smart Data
- Akzeptanz & Controlling

AMBITION

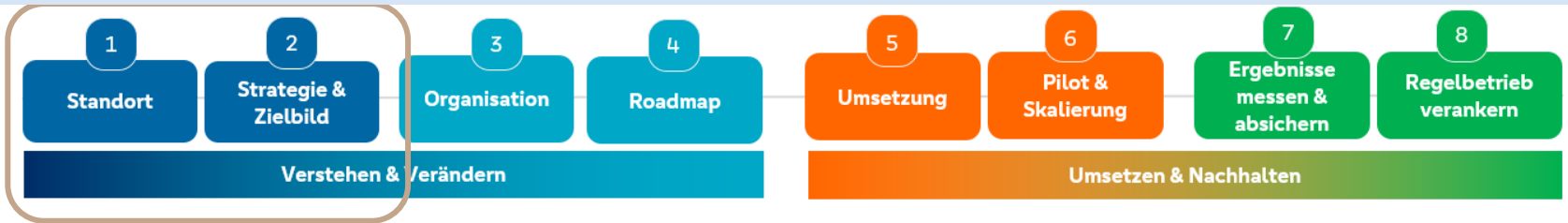
- Strategische Einordnung Firmenkundengeschäft?
- Welche Zielgruppe im Firmenkundengeschäft? (Segmentierung)
- Welche Themen und über welche Kanäle?

LERNENDEN VERTRIEBSKREISLAUF DEFINIEREN



Wichtig: Komplexität auf ein bankindividuelles Minimum reduzieren

Thema setzen – Ziele definieren – Wechselwirkungen transparent machen



Ein Verantwortlicher verbindet Vertriebsmanagement, Daten und Markt.

Ownership, Kernteam und 4–6-Wochen-Takt ersetzen parallele Einzelprojekte.

Run-the-bank *operativ*

Vertriebs- und Impulsmanagement

organisieren – priorisieren – steuern

Impulswelten, Zielgruppen & Content Firmenkunden

„Kundeninteraktion denken und gestalten“

Vertriebliche Datenqualität & Zielgruppendefinitionen

„Kunden erreichen, wo sie sind“

Prozesse & Kanäle

„Barrierefrei Interaktion über verfügbare Kanäle“

Reporting & Change

„Erfolge sichtbar machen, lernen und befähigen“

Top-down

Bottom-up

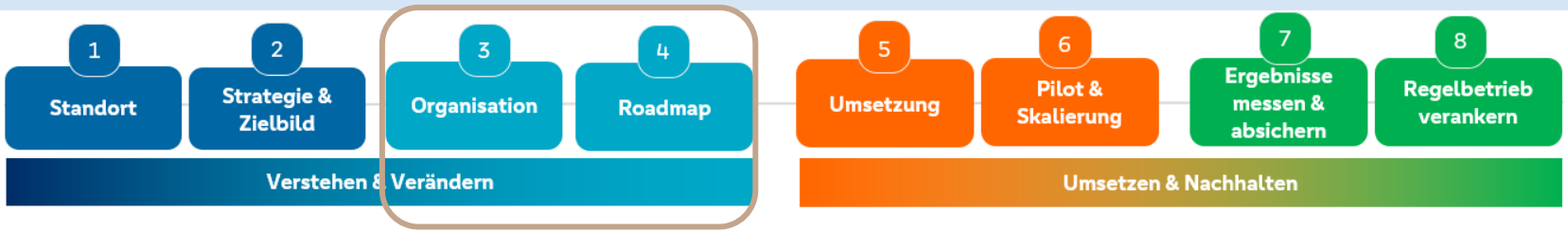
Change-the-bank *strategisch*

Management-Board *alle 4-6 Wochen*

- Entscheidungsträger Vertrieb - Vorstand
- Entscheidungen: Start - Stopp - Priorität
- Kapazität, Engpässe, Abhängigkeiten
- Vernetzung & Querschnitt weitere Prioritäten

→ Ergebnis: kurz- und mittelfristige Roadmap stück für stück qualifizieren

Einbinden Bereich Firmenkunden



Erste UseCases im Firmenkundenschäft anwenden und Erfahrungen bewerten

Standard vor Individualität: Kundenreisen Ende-zu-Ende denken, bauen, ausspielen, messen, skalieren.

Smart-Data UseCases Firmenkunden einbinden

entwickeln und organisieren

„Thema und Use-Case“

Zielgruppe

Prozesse

Schnittstellen I Betroffene

„Kunde im Fokus“

Journey

Kanal

Routing

call-to-action

ausspielen und messen

„Umsetzen“

Aktionsplan im Impulsmanager

Aufgaben im Vertrieb und Kommunikation an Kunden

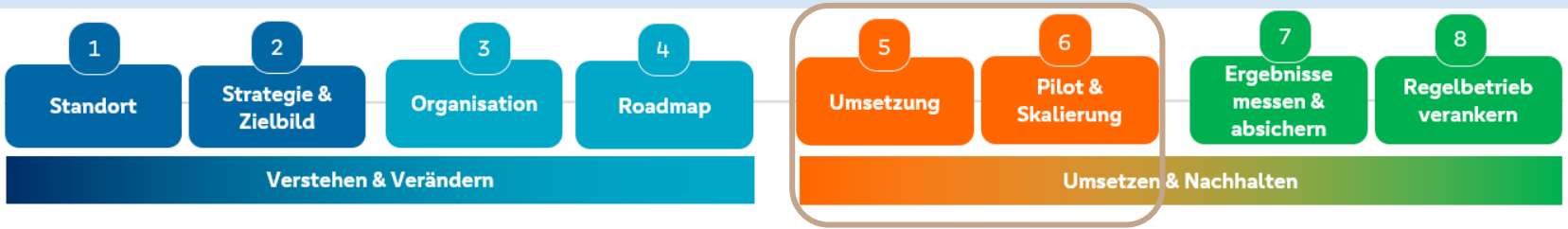
„Ergebnis“

Dashboard

OKE

Kunden-/Mitarbeiterbefragung

skalieren („Lernschleife“)



Es entsteht ein Lernendes Vertriebssystem entlang des Kundeninteraktionspfades.

Messbare Signale steuern Zielgruppe, Kanal, Content & die nächste Priorisierung.

Firmenkunden-Aktivitäten in den Regelbetrieb überführen

Datengestützte Zielkundenauswahl → **Wahrnehmung erzeugen** → **Kunden-Interesse leiten / steuern** → **Lead aktiveren und konvertieren** → **Kundenberatung** → **Kauferlebnis / Produktabschluss** → **Nachkaufbetreuung**

REICHWEITE JE THEMA UND ZIELGRUPPE

Einwilligungen I Zugangsdaten

AKTIVITÄT JE KANAL

angezeigt - geklickt - gestartet

CONVERSION

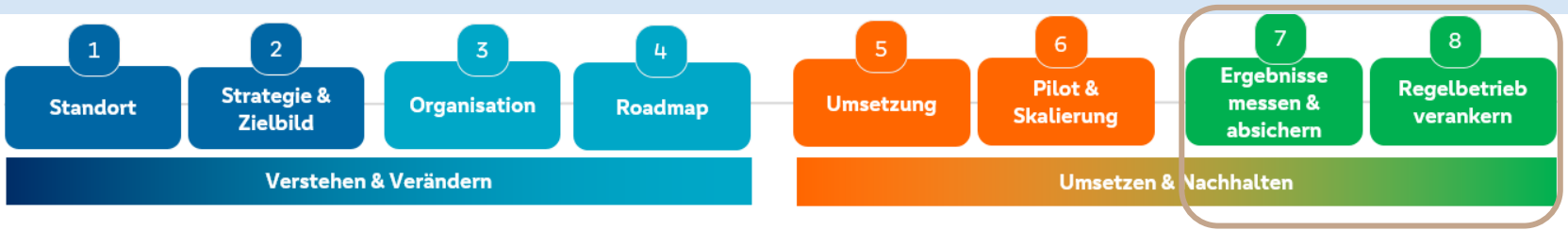
Termin - Beratung – Abschluss
Selbstabschluss

WIRTSCHAFTLICHKEIT

DB - Kanalkosten

REGELBETRIEB INSTITUTIONALISIEREN

Wöchentlich: Wirkung/Kapazität und Ableitungen

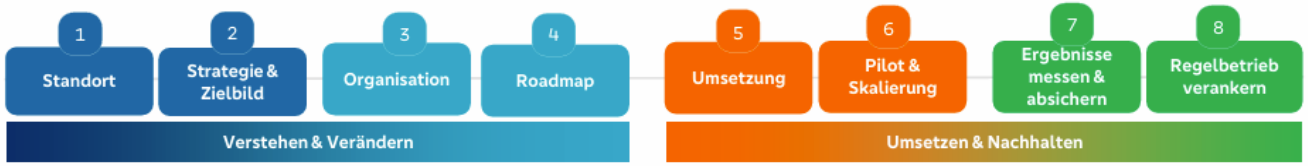


Aufruf: Pilotbank gesucht

Durchführung der gezeigten Schritte



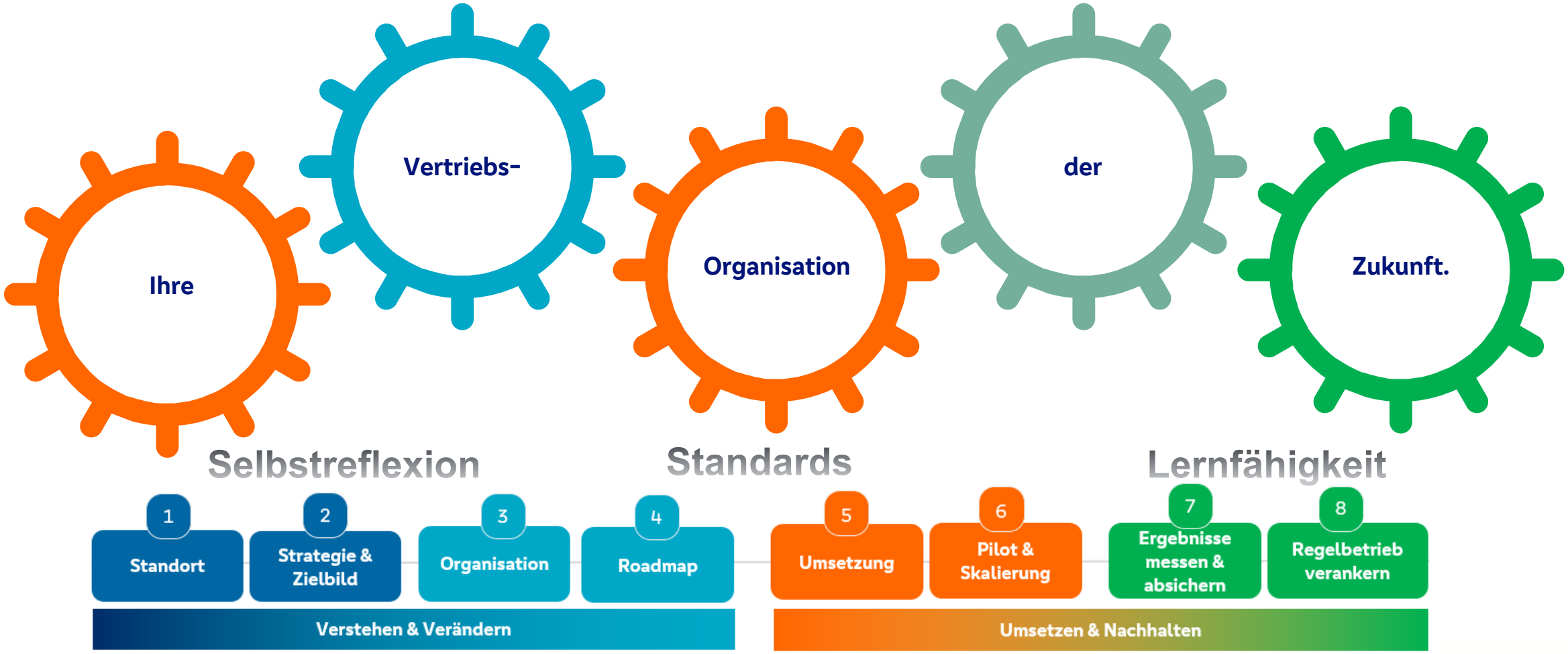
1–2	STRATEGIE & ZIELBILD	EINORDNUNG: Wo stehen wir ? *Status quo* – Wohin wollen wir ? *Ambition* Was ist wichtig? Was ist sinnvoll? Was ist umsetzbar?
3–4	TRANSFORMATION	ÜBERSETZEN: Wie organisieren wir uns? Welche Vorhaben bringen uns zum Ziel? Wie planen und gestalten wir die Umsetzung?
5–6	UMSETZUNG	AUFSTELLEN: Wie bringen wir getroffene Maßnahmen sichtbar und wirksam ins Tun? Wo werden diese eingesetzt? Wie bringen wir Ergebnisse in die Organisation?
7–8	NACHHALTEN	UMSETZEN: Wie erzeugen wir dauerhaft und erfolgreich Wirkung? Wie stellen wir dauerhafte Verankerung sicher? Wie lernen wir als Organisation ständig weiter?



Wer fühlt sich berufen?

- Standort, Ambition und Organisatorische Voraussetzungen schaffen
- Datenmodell aufstellen und Kundentransparenz schaffen zusammen mit VR Data/BWGV
- Readiness-Check „Grundvoraussetzungen schaffen für Einsatz von Smarten Daten in FK“
- Roadmap zur Umsetzung aufstellen
- CheckUp „Umsetzungsserfolge“

Fazit: Alles hängt zusammen.



Lassen Sie uns in den Dialog gehen!

Christian Mörtl



Simon Israel



Danke für Ihre Aufmerksamkeit!

Wir freuen uns auf Ihre Fragen. Was geben Sie uns mit?

Ihre Ansprechpartner für den Dialog

Christian Mörtl

BWGV



+49 172 892 8809

christian.moertl@bwgv-info.de

Baden-Württembergischer Genossenschaftsverband e.V.
Heilbronner Straße 41
70191 Stuttgart

Simon Israel

VR Data GmbH



+49 162 293 7085

simon.israel@vr-data.de

VR Data GmbH
Heilbronner Straße 41
70191 Stuttgart