

Pressemitteilung

Taunus Sparkasse und Frankfurter Volksbank ziehen erste Bilanz:

Kundinnen und Kunden sind von FinanzPunkten begeistert

- **Alle 26 geplanten Standorte betreiben erfolgreiches Kundengeschäft**
- **Breite positive Resonanz der Kundinnen und Kunden auf das „Share-a-Bank“-Prinzip**
- **Mehr als zehn weitere Interessenten wollen sich der Initiative anschließen**
- **„Voller Erfolg unserer gemeinsamen Idee“, bilanzieren beide Vorstandsvorsitzende**

Frankfurt am Main/Bad Homburg, 11. März 2021 – Taunus Sparkasse und Frankfurter Volksbank werten gut ein Jahr nach der Premiere des ersten FinanzPunktes die gemeinsame Initiative als vollen Erfolg. „Die Kundinnen und Kunden nehmen das bundesweit einzige flächendeckende Kooperationsmodell zwischen Sparkasse und Volksbank mit überwältigendem Erfolg an“, betonten Eva Wunsch-Weber, Vorstandsvorsitzende der Frankfurter Volksbank, und Oliver Klink, Vorstandsvorsitzender der Taunus Sparkasse, bei einer gemeinsamen Pressekonferenz.

Alle 26 Standorte seien mittlerweile am Markt etabliert und würden erfolgreiches Kundengeschäft betreiben. Nachdem bereits zwei weitere Sparkassen und Volks- und Raiffeisenbanken in Bayern und Baden-Württemberg das Konzept übernommen hätten, spreche man derzeit mit mehr als zehn weiteren Interessenten über den Einstieg in die Initiative. „Jetzt machen FinanzPunkte Schule in Deutschland“, so die Vorstandsvorsitzenden bei der Vorlage der ersten Bilanz.

Im Herbst 2019 hatten die beiden Wettbewerber angekündigt, mehr als 50 ihrer Standorte zusammenzulegen und in 26 FinanzPunkten im Hochtaunuskreis und im Main-Taunus-Kreis ihre Bankdienstleistungen und Beratung unter einem Dach anzubieten. Im Dezember 2019 folgte dann die Eröffnung der ersten Kooperationsfilialen. Dieser bislang einzigartige Weg in der Bankenwelt hatte im Inland – aber auch international – für großes Interesse gesorgt.

85 Prozent der Kundinnen und Kunden bewerten FinanzPunkte als positives Signal für die langfristige Präsenz vor Ort

Bei der jetzt vorgelegten ersten Bilanz betonte Eva Wunsch-Weber, dass Kundenbefragungen ein überzeugendes Bild ergeben hätten: „85 Prozent unserer befragten Kundinnen und Kunden sind hocheifrig, dass wir mit den FinanzPunkten die Präsenz vor Ort langfristig sichern und weiterhin für sie da sind.“ Drei von vier Kundinnen und Kunden verstehen demnach die Idee der FinanzPunkte als eine strategische Kooperation, um das wichtige Beratungs- und Kundengeschäft auch zukünftig zu sichern. „Trotz erfolgreicher Multikanalstrategien mit einer starken Online-Präsenz beider Häuser ist unseren Kundinnen und Kunden die Präsenz vor Ort nach wie vor extrem wichtig“, ergänzt Oliver Klink.

„Share a Bank“ ist ein Zukunftsmodell

Deutlich über den Erwartungen liegt die Nutzung der einzelnen FinanzPunkte mit bis zu 30 Serviceanliegen und bis zu vier Beratungsgesprächen am Tag. „FinanzPunkte haben sich damit quasi vom ersten Tag an auch als ein Beratungstreffpunkt herauskristallisiert“, sagt Oliver Klink. Die Beratung vor Ort führe durchschnittlich zu mehr als 1,2 Produktabschlüssen pro Standort und Tag. „Auch das ist richtig gut“, so Klink weiter.

Mit insgesamt rund 350.000 Bargeldabhebungen und rund 50.000 Bargeldeinzahlungen im Verlauf des vergangenen Jahres dienen FinanzPunkte nachweislich vor allem dem täglichen Bankgeschäft. Das Auszahlungsvolumen lag 2020 bei rund 100 Millionen Euro, das Einzahlungsvolumen deutlich über 50 Millionen Euro. Zusätzlich nutzten die Kundinnen und Kunden die SB-Terminals: Mehr als 500.000 SB-Transaktionen zählten beide Institute. Lediglich zehn Prozent der Überweisungen erfolgen per Belegscanner. „FinanzPunkte waren von Anfang an als weitgehend papierlose Standorte geplant. Dass nur noch jeder zehnte Kunde mit Papier in der Hand zu uns kommt, spricht für unser Konzept“, sagt Eva Wunsch-Weber.

Gewerbekunden begrüßen das Angebot ausdrücklich

Insbesondere Gewerbetreibende vor Ort begrüßen ausdrücklich die FinanzPunkte. Mehr als 90 Prozent der befragten Gewerbetreibenden finden es sehr wichtig, dass es damit eine Banking-Möglichkeit vor Ort gibt und bekräftigen, dass dies wichtig für die Attraktivität der Gemeinde sei. Mehr als 80 Prozent der Gewerbetreibenden haben schon einmal einen FinanzPunkt besucht. Jede zweite Bargeldeinzahlung erfolgt durch einen Geschäfts- oder Gewerbetreibenden.

Zufriedene Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter empfehlen FinanzPunkte als attraktiven Arbeitsplatz

Überwältigend ist die Resonanz der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in den FinanzPunkten. Mit einem Zufriedenheitswert von 100 Prozent empfehlen sie die Arbeit in den weitestgehend papierlosen und modernen Standorten. Mehr als 95 Prozent sind begeistert von der technischen Ausstattung. „Zufriedene Teams in den FinanzPunkten sind unsere besten Markenbotschafter“, sagt Oliver Klink. Die Attraktivität zahle sehr eindeutig auch auf die beiden Marken – Frankfurter Volksbank und Taunus Sparkasse – ein. „FinanzPunkte strahlen sehr positiv aus und stützen das Markenimage beider Institute“, so Eva Wunsch-Weber.

Starke Unterstützung von Bürgermeisterinnen und Landräten

FinanzPunkte unterstützen die Attraktivität der Gemeinden. Alle befragten Bürgermeisterinnen und Bürgermeister empfehlen die Nutzung der FinanzPunkte und sehen darin einen echten Vorteil, um auch andere Gewerbe und den lokalen Handel langfristig vor Ort zu sichern und damit die Wohnattraktivität zu erhöhen. Deshalb unterstützen auch sieben von zehn Bürgermeisterinnen und Bürgermeister aktiv die Initiative. „Dies gilt umso mehr, weil sich viele unserer Wettbewerber zunehmend aus der Fläche verabschieden und ihre Filialen aufgeben“, sagt Oliver Klink.

Die Verwaltungsratsvorsitzenden der Taunus Sparkasse und Landräte der Region, Michael Cyriax und Ulrich Krebs, haben von Anfang an den mutigen Schritt beider Finanzhäuser gelobt. Die Initiative sei für Kundinnen und Kunden und Gemeinden gleichermaßen ein überaus wichtiges Signal, Bankgeschäft vor Ort anzubieten. Hans-Dieter Hillmoth, Aufsichtsratsvorsitzender der Frankfurter Volksbank, kommentiert die erste Bilanz: „Aus der Idee der FinanzPunkte ist binnen eines Jahres eine starke, erfolgreiche Partnerschaft mit viel Perspektive und Potenzial geworden – und das bei einem weiterhin klar bestehenden Wettbewerb beider Institute.“

Mehr als zehn weitere interessierte Institute – FinanzPunkte machen Schule in Deutschland

Nachdem vor Kurzem in Weiden/Oberpfalz ein FinanzPunkt zwischen der Raiffeisenbank Oberpfalz NordWest eG und der Sparkasse Oberpfalz Nord erfolgreich dem Kundengeschäft übergeben wurde, startete zuletzt der Austausch mit weiteren, deutlich mehr als zehn interessierten Instituten aus ganz Deutschland.

Beide Vorstandsvorsitzenden betonen, dass es bei den Gesprächen um die Übernahme der „Blaupause“ gehen würde – also der Verträge, die bereits den Landes- und Bundeskartellbehörden, aber auch Bundesbank und BaFin bekannt sind. „Von Anfang an waren alle Verträge so konzipiert, dass sie ohne weitere Prüfungen für alle Institute offen gestaltet sind“, sagt Oliver Klink. Damit würden aufwändige Informations- und Abstimmungsrunden mit den verschiedenen zuständigen Behörden entfallen. „Bei unserer gemeinsamen Idee stehen die Kundinnen und Kunden im Mittelpunkt“, so Oliver Klink. Dieser Gedanke sei entscheidend.

Kosten im Plan – Präsenz in der Fläche effizient und langfristig gesichert

Taunus Sparkasse und Frankfurter Volksbank hatten zur Premiere der FinanzPunkte angekündigt, gemeinsam bis zu fünf Millionen Euro in die Umsetzung des zukunftsweisenden Projektes zu investieren. „Wir liegen nach Abschluss der Umbauarbeiten voll im Plan“, sagt Eva Wunsch-Weber. Auch die seinerzeit erhofften Synergieeffekte bei den laufenden Kosten seien nahezu komplett erreicht.

Geschäftsstellen gehören zu einer echten Multikanalstrategie

„Die vergangenen Monate haben gezeigt, dass die Kundinnen und Kunden die Initiative FinanzPunkt annehmen und sehr wohl verstanden haben, dass wir trotz der gemeinsam genutzten Räumlichkeiten selbstverständlich Wettbewerber bleiben“, betonen beide Vorstandsvorsitzenden. „Die Kundinnen und Kunden können sich vor Ort für das Institut ihres Vertrauens entscheiden. Damit sind die FinanzPunkte auch ein Beitrag zur Erhaltung der lokalen Infrastruktur in der Region“, ergänzt Eva Wunsch-Weber. Oliver Klink kommentiert: „Je stiefmütterlicher wir unsere Geschäftsstellen behandeln, desto unattraktiver wirken diese. Folgen wir der allgemeinen Kostenlogik, dann stoßen wir all diejenigen vor den Kopf, die uns vor Ort brauchen. In jedem Fall wird das Versprechen einer Erreichbarkeit über alle – wirklich alle – Kanäle immer weiter ausgehöhlt. Dagegen setzen FinanzPunkte ein klares Signal.“

Für die gemeinsame Initiative gibt es eine eigene Internetpräsenz, auf der Kunden und Interessierte alle notwendigen Informationen erhalten: www.FinanzPunkt.de

Über die Taunus Sparkasse

Die Taunus Sparkasse mit Sitz in Frankfurt/-Höchst, Bad Homburg v.d.H. und Hofheim am Taunus gehört mit einer Bilanzsumme von über 5,8 Milliarden Euro zu den erfolgreichsten Sparkassen im Sparkassenverband Hessen-Thüringen und darüber hinaus. Mit rund 800 Mitarbeitern und 68 Filialen und Geschäftsstellen im Hochtaunuskreis und im Main-Taunus-Kreis hat sie sich in den vergangenen Jahren eine herausragende Marktposition in der Region erarbeitet. Seit Jahren kontinuierlich steigende Kundenzahlen und eine im Vergleich zu anderen Geldinstituten sehr hohe Kundenzufriedenheit zeichnen die Taunus Sparkasse aus. Die 1907 gegründete Taunus Sparkasse weist traditionell kontinuierlich und deutlich steigende Geschäftszahlen aus. Allein die Bilanzsumme konnte über eine Ausweitung echten Kundengeschäftes in den vergangenen acht Jahren um mehr als 40 Prozent gesteigert werden. Die Taunus Sparkasse engagiert sich seit vielen Jahren in der Region – allein 2019 mit mehr als zwei Millionen Euro.

www.taunus-sparkasse.de

Über die Frankfurter Volksbank

Die Frankfurter Volksbank gehört mit einer Bilanzsumme von rund 12,9 Mrd. Euro und einer Gesamtkapitalquote von 21,6 Prozent zu den größten und kapitalstärksten Genossenschaftsbanken in Deutschland. Mit ihren rund 1.500 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern betreut sie mehr als 600.000 Privatkunden sowie gewerbliche und mittelständische Firmenkunden in der Metropolregion Frankfurt/Rhein-Main. Nahezu jeder zweite Kunde ist zugleich Mitglied der Bank, was die Frankfurter Volksbank zu der mit weitem Abstand mitgliederstärksten deutschen Volksbank macht. Dank ihrer besonderen Kundennähe ist sie seit ihrer Gründung im Jahr 1862 ein verlässlicher Partner des privaten und gewerblichen Mittelstandes in ihrem Geschäftsgebiet. Die enge Verbundenheit mit den Menschen und Institutionen in der Region kommt auch durch die vielfältige Unterstützung des gesellschaftlichen Lebens zum Ausdruck – ob im kulturellen, sozialen oder sportlichen Bereich.

www.frankfurter-volksbank.de

Ansprechpartner für die Presse

Lars Dieckmann

Pressesprecher Taunus Sparkasse

l.dieckmann@tsk.de

Tel.: 06172 270-72852

Kristin Lorenz

Leiterin Unternehmenskommunikation Frankfurter Volksbank

presse@frankfurter-volksbank.de

Tel.: 069 2172-10197