

SparkassenZeitung



ARBEIT & LEBEN | Coronakrise / Homeoffice

Wenn das Zuhause zur Beratungszone wird

Wie funktioniert Homeoffice in Zeiten von Corona? Zwei Kundenberater der Kreissparkasse Esslingen-Nürtingen und der Stadt- und Kreissparkasse Erlangen Höchstadt Herzogenaurach erzählen vom Arbeitsalltag in den eigenen vier Wänden.

Die Coronapandemie hat auch Giusi Grippo's Arbeitsalltag auf den Kopf gestellt. Sie ist Gewerbekundenberaterin bei der Kreissparkasse Esslingen-Nürtingen. Seit ungefähr vier Wochen betreut die 34-Jährige ihre Kunden ausschließlich von zu Hause aus.

Die Kundenbetreuung in den eigenen vier Wänden klappt ausgezeichnet, wie die Sparkassen-Mitarbeiterin aus Filderstadt erzählt. „Mit Homeoffice mache ich nur positive Erfahrungen. Auch wenn ich den persönlichen Kontakt zu den Kunden und den Kollegen sehr vermisste, schätze ich es enorm, zu Hause zu arbeiten.“ Für die zweifache Mutter ist das eine große Erleichterung: „So lassen sich Arbeit und Kinderbetreuung in der aktuellen Situation gut unter einen Hut bringen.“ Die Sparkasse stellte ihr einen Laptop zur Verfügung und dazu eine Handreichung zum mobilen Arbeiten. Im Leitfaden wird Schritt für Schritt erklärt, wie der Arbeitsplatz im Homeoffice eingerichtet werden muss. Der Schwerpunkt liegt auf dem Datenschutz. Der Zugriff auf das Geschäftssystem der Sparkasse erfolgt über einen gesicherten Zugang. Weitere Vorgaben sind zum Beispiel die Durchführung regelmäßiger Updates, die Verwendung starker Passwörter und die Einwahl über den ausgegebenen Token.



© privat

Giusi Grippo im Homeoffice: „Nur positive Erfahrungen.“

Datenschutz wird groß geschrieben

„Daten, die unter das Bankgeheimnis fallen, werden gegenüber Familienmitgliedern selbstverständlich unter Verschluss gehalten“, so Grippo.

„Bankunterlagen haben auf dem Küchentisch nichts verloren.“ Am Ende des Tages werden alle Unterlagen im Arbeitszimmer eingeschlossen. Technische Probleme seien bislang keine aufgetreten.

Von ihren Kunden – dazu gehören unter anderen

Veranstaltungstechniker, Gastronomen und Anwälte – bekam sie nur positive Rückmeldung. „Sie schätzen es sehr, dass ich auch unter diesen schwierigen Umständen weiterhin für sie da bin.“ Sollte es während des Beratungsgesprächs einmal zu Störungen kommen, etwa durch die

Kinder, kann sie auf das Verständnis ihrer Kunden zählen: „Viele von ihnen arbeiten auch im Homeoffice.“

Auch die Kommunikation mit den Kollegen und Vorgesetzten per E-Mail oder Telefon funktioniert reibungslos. Die einzige Herausforderung von Homeoffice sieht Giusi Grippo in der Abgrenzung von Arbeit und Freizeit: „Sich selbst geregelte Arbeitszeiten und Pausen aufzuerlegen ist nicht so einfach und muss eingeübt werden.“

Im Homeoffice ist vieles möglich

Positive Erfahrungen mit dem Homeoffice hat auch Matthias Frühwald gemacht. Der 39-Jährige ist Firmenkundenbetreuer bei der Stadt- und Kreissparkasse Erlangen Höchstadt Herzogenaurach. Seit Mitte März arbeitet er im Wechsel mit seinem Teamkollegen wochenweise im Homeoffice. So ist gewährleistet, dass sich im Bereich Firmenkunden jeweils nur eine Person pro Büro aufhält. Dass er nun öfters am Familienleben teilhaben kann, zum Beispiel beim gemeinsamen Mittagessen, ist für den zweifachen Vater angesichts der aktuellen Krise ein persönlicher Lichtblick.

Im Homeoffice ist vieles möglich. Eine Liquiditätsbedarfsprüfung oder Tilgungsfreistellung kann Frühwald problemlos bearbeiten. Das Formular für einen Darlehensabruf kann der Kunde elektronisch als Pdf-Datei schicken. Der Zugriff auf datensensible Dokumente wie zum Beispiel Grundstücksurkunden und Verkaufsverträge, die bei der Sparkasse als sogenannte E-Akte hinterlegt sind, ist von zu Hause aus gewährleistet. Trotz der positiven Aspekte von Heimarbeit vermissen die Kundenberater Grippo und Frühwald den direkten Kundenkontakt. Die Kommunikation per E-Mail und Telefon sei kein vollwertiger Ersatz. Vor allem bei Neukunden bilde die persönliche Begegnung die Basis für ein erfolgreiches Verkaufsgespräch. „Bei einem Besuch vor Ort lerne ich den Betrieb und das Team besser kennen und kann mir so ein vollständiges Bild vom Kunden machen“, erläutert Giusi Grippo.

Das kann Matthias Frühwald, der sich üblicherweise jede Woche mit bis zu vier Kunden trifft, bestätigen: „Verkaufsgespräche ausschließlich per Telefon zu führen ist oft nicht zielführend.“ Trotz dieser Einschränkungen wollen Giusi Grippo und Matthias Frühwald in Zukunft öfters im Homeoffice arbeiten, um administrative Aufgaben zu erledigen.



© privat

Will auch künftig administrative Tätigkeiten häufiger im Homeoffice erledigen: Matthias Frühwald.

Experten geben Tipps für die erfolgreiche Kundenberatung im Homeoffice

Anja Steinbeck von der Sparkassenakademie NRW kennt die besonderen Umstände, unter denen die Kollegen derzeit ihre Arbeit erledigen müssen. „Trotz der großen Umstellung kommen die meisten Beraterinnen und Berater mit der ungewohnten Situation gut zurecht“, sagt die Projektmanagerin für Themen wie digitale Transformation und New Work. Seit Mitte März arbeitet Anja Steinbeck coronabedingt im Homeoffice.

Die eigentliche Herausforderung für die Kundenberater ist weniger das Arbeiten in den eigenen vier Wänden als vielmehr das Kundengespräch. „Wegen des coronabedingten Wirtschaftseinbruchs sind die Kunden sehr besorgt, manchmal sogar aufgebracht, weil sie von Existenzängsten geplagt sind. Solche emotional aufgeladenen Gespräche sind für alle Beteiligten eine Belastung.“

Gerade in einer Krisenzeit sei es wichtig, offen und ehrlich zu kommunizieren. Sätze wie „Wir meistern diese Krise gemeinsam“ oder „Auch wir von der Sparkasse können nicht so arbeiten wie wir es gewohnt sind“ sollen dem Kunden signalisieren: Ich verstehst dein Problem. Ich bin dein Partner und stehe an deiner Seite.

„Die Kundenberaterin oder der Kundenberater sind zu Krisenhelfern geworden“, so Anja Steinbeck. „Diese ‚neue Rolle‘ stärken wir gezielt mit unseren Online-Schulungen.“ Welche Kommunikationskanäle dazu benutzt werden, ob Telefon oder Videoschalte, sei eigentlich zweitrangig. Entscheidend sei vielmehr, dass das gewählte Kommunikationsmittel auf den Kunden und die Situation abgestimmt ist.



© privat

Will die neue Rolle der Berater stärken: Anja Steinbeck, Sparkassenakademie NRW.

Digitale Offensive kommt bei den Anlegern gut an

Die Vertriebstrainer und Coaches Lars Abraham und Thorsten Meier von der Sparkassenakademie NRW stellen infolge der Corona-Pandemie einen deutlichen Aufschwung der digitalen Anlageberatung fest. „Das Interesse der Kundenberater an Online-Beratungs-Tools wie zum Beispiel Fastviewer ist stark gestiegen“, sagt Meier. Die digitale Offensive vieler Sparkassen stoße bei den Anlegern auf ein positives Echo: Meier berichtet von mehreren Beratern, denen es nach Online-Schulungen gelungen sei, Vermögensbestände von Online-Banken zur Sparkasse zu holen.

