

# Baguettes mit Cashback

**S-CASHBACK REGIONAL:** Wie man es erfolgreich einführt – aus Perspektive einer Sparkasse und einer Bäckerei.



Die Kreissparkasse Köln integrierte Anfang 2018 S-Cashback in ihr Kundenportal „S-Erleben“. Firmenkundenberater Carsten Schlegel zu den Hürden: „Anfangs standen wir vor einem typischen Henne-Ei-Problem: Soll man primär bei den Händlern oder bei den Kunden ansetzen?“ Fakt ist, je mehr Händler mitmachen, desto wahrnehmbarer wird S-Cashback und umso mehr Karteninhaber machen mit. „Wichtig ist, Händler mit vielen Standorten und Terminals anzusprechen. Also auch Bäckereien oder Baumärkte“, so Schlegel. Der Aufwand hat sich gelohnt: „Seit Akquisestart im Herbst 2017 konnten wir über 500 Kooperationspartner mit mehr als 800 Standorten gewinnen.“ Vor allem wirke die aktive persönliche Ansprache durch Berater: „Wir leiten dann an die S-Markt & Mehrwert über, die alle weiteren Details und die konkrete Umsetzung mit dem Händler klärt – und uns damit entlastet.“ Gefragt nach der medialen Unterstützung nennt er Online- und Printmedien für den Händler-PoS sowie für die Sparkasse.

## ES LOHNT SICH FÜR ALLE

Aus Sicht des Firmenkundenberaters rechnet sich gut etabliertes regionales Cashback für die Sparkasse: Der forcierte Karteneinsatz sorgt für entsprechende Umsätze und reduzierten Bargeldeinsatz – was auch im Interesse des Handels sei. Natürlich stärke Cashback zudem den

Terminal-Absatz; hier helfe der Trend zum kontaktlosen Bezahlen. So baute seine Sparkasse die Terminal-Infrastruktur beispielsweise bei einem Backbetrieb von 12 auf alle 41 Filialen aus. Die Feedbacks der Einzelhändler seien durchweg positiv, „auch weil wir ihnen eine bequeme Werbepattform bieten und letztlich ihre Wirtschaftskraft und somit die ganze Region stärken“.

## PRAXISBEISPIEL BÄCKEREI

Die Bäckerei Gilgen's betont von jeher ihre Regionalität. „Ein Grund mehr, sich mit S-Cashback einem regionalen Netzwerk anzuschließen“, erklärt Geschäftsführerin Manuela Gilgen. Alle 41 Filialen bieten drei Prozent Cashback aufs gesamte Sortiment an – und machen so ihren Kunden bargeldloses Bezahlen schmackhaft. „Viele kamen gar nicht auf die Idee, beim Bäcker mit Karte zu zahlen“, so Gilgen. Umso wichtiger sei es, die Mitarbeiter als Multiplikatoren zu gewinnen, etwa mithilfe eines Sparkassen-Workshops. Erste Zwischenbilanz: Der Terminal-Umsatz mit S-Cashback steigt (siehe Kasten). „Jetzt passiert es sogar, dass Kunden mehr kaufen als geplant, weil sie mit Karte auf jeden Fall flüssig sind.“

**i** Carsten Junker, Tel. 02271 9865-550,  
E-Mail: carsten.junker@s-markt-mehrwert.de



## POSITIVER TREND

**Umsatz am Terminal mit S-Cashback**  
pro Monat für 41 Filialen der Bäckerei Gilgen's:  
Sept. 2018: 1.500 €  
Sept. 2019: 13.000 €

# Digitaler Service mit Schufa

Zum Risikomanagement gewerblicher Kunden gehören Bonitätsauskünfte über potenzielle Auftraggeber. Die Kurz-, Kompakt- oder Vollauskünfte können Sparkassen bei berechtigtem Interesse jetzt unkompliziert und rechtssicher vermitteln: via Schufa Plattform, bequem erreichbar über den legitimierten Bereich für Firmenkunden in der Internet-Filiale. Die Sparkasse KölnBonn bestätigt den Bedarf und berichtet über stetig steigende Klickraten. Für das neue Angebot wirbt das Institut mit einer

Contentseite samt Video und FAQ und platzierte einen Hinweis im Online-Banking. Zudem sprechen Berater ihre Kunden direkt auf den Service an. Mit der B2B-Lösung der S-Markt & Mehrwert können sich Sparkassen ab dem 1. Quartal 2020 als innovativer Finanzpartner positionieren und dabei latente Ausfallrisiken ihrer gewerblichen Kunden minimieren. Sie selbst profitieren von Provisionen für jede Auskunft.

**i** Ansprechpartner unter Tel. 0345 569-8910,  
E-Mail: vertriebsinnendienst@s-markt-mehrwert.de