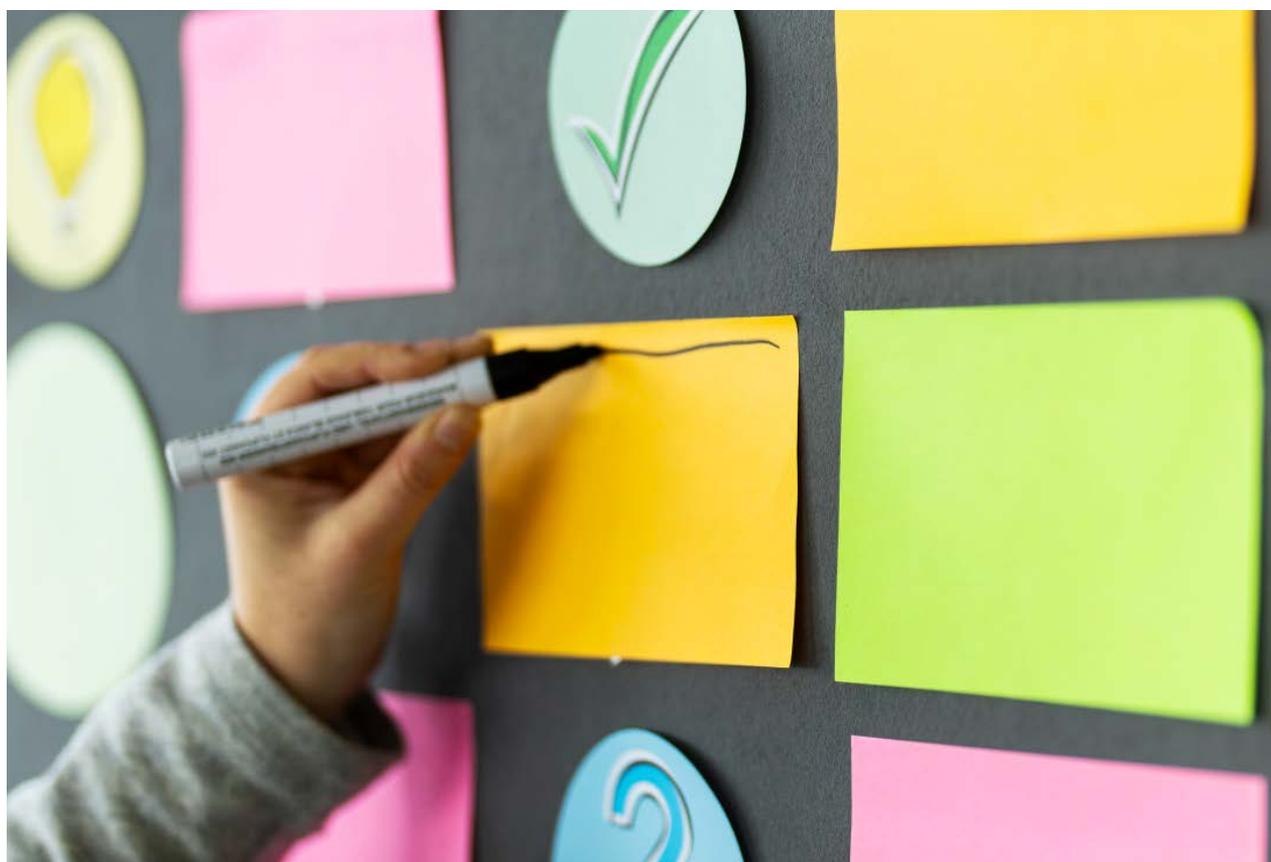


Die TKB-Zukunft mitgestalten

Gemeinsam das Bankangebot und das Kundenerlebnis verbessern: Dies ist das Ziel des «Ideenlabors» der Thurgauer Kantonalbank. Bereits über 1200 Kundinnen und Kunden machen dort mit. Und die Community wächst weiter.



Angebote mitentwickeln, Apps ausprobieren oder Werbekampagnen beurteilen: Bei der TKB können sich Kundinnen und Kunden aktiv in die Erweiterung und Optimierung des Bankangebots einbringen. Das Gefäss dazu heisst «Ideenlabor». Dieses ist Teil des Kundenportals Olivia, das via Website der Bank Zugang

zu E-Banking und weiteren Dienstleistungen eröffnet. Das Ideenlabor ist im Dezember 2021 lanciert worden. Mittlerweile haben sich über 1200 Kundinnen und Kunden auf der elektronischen Plattform registriert, und die Community wird immer grösser und diverser.



Stimmen aus dem Teilnehmerkreis des Ideenlabors



Jennifer Baldissera (23), Amriswil

Einfach sei es gewesen, sagt die Studentin und meint damit den Zugang zum «Ideenlabor». «Ich habe in meinem E-Banking den Aufruf gesehen und spontan mitgemacht.» Das war vor gut einem Jahr, und seither nimmt Jennifer Baldissera regelmässig an den Befragungen im Labor teil. «Toll, dass ich als Kundin so der Bank etwas zurückgeben kann», sagt sie. Die Auswahl der Themen, zu denen sie sich äussern könne, sei für sie «ganz ok». Die Amriswilerin studiert an der ZHAW in Wädenswil Umweltingenieurwesen im vierten Semester. Von der TKB wünscht sie sich daher einen noch stärkeren Fokus auf Nachhaltigkeit – ein Thema, das ihr auch persönlich wichtig ist. Die Bank mache diesbezüglich schon vieles gut. «Aber», fügt sie an, «es geht sicherlich noch mehr.»



Silas Knobel (35), Sirmach

Ob Online-Befragung oder Interview vor Ort: Der IT-Fachmann war schon bei beiden Aktivitäten dabei. Jedes Mal ging es um Themen, die ihn persönlich betreffen, wie Hypothekenzinsen oder Digitalisierung. Gerade bei Letzterer sieht Silas Knobel noch viel Optimierungspotenzial bei den Banken. «Sie müssen mutiger werden und sich noch mehr auf die Bedürfnisse der Jungen ausrichten.» Als «Digital Native» habe er gewisse Erwartungen. «Es kann nicht sein, dass ich für die Eröffnung eines Kontos persönlich in der Geschäftsstelle vorbeigehen muss oder Änderungen an meinem Kontostand erst am Folgetag angezeigt werden», sagt er. Der junge Mann hofft, dass sich durch das «Ideenlabor» das eine oder andere ändert. Deshalb werde er auch weiterhin gerne mitmachen.



Verena Hefti (58), Altnau

«Ich finde es gut, dass auch die kleine Sparrerin und der kleine Anleger mitreden können», sagt die Lehrerin. Sie unterrichtet Werken und Wirtschaft/Arbeit/Haushalt und ist seit dem Start des Ideenlabors dabei. Natürlich habe sie nicht zu allen Themen den gleichen Bezug. «Letzthin gab es eine Umfrage zu Kryptowährung und eine zu Vorsorge mit Blick auf die Pensionierung. Da lag mir aufgrund meines Alters das zweite Thema näher.» Dennoch nahm sie an beiden Befragungen teil. «Kryptowährungen finde ich interessant, und ich möchte die Mechanismen dahinter noch besser verstehen.» Eine Motivation sei auch, dass man ab und zu etwas gewinnen könne. «Leider hatte ich bisher kein Glück», sagt sie. «Aber was nicht ist, kann ja noch werden.»



Stärkere Rolle der Kundinnen und Kunden

Dies freut Barbara Baumann, die bei der TKB für das Ideenlabor verantwortlich ist. «Je mehr Menschen mit unterschiedlichem Hintergrund mitmachen, desto umfassender können wir uns ein Bild machen von deren Bedürfnissen», sagt die Spezialistin für «User und Customer Experience». Kundenorientierung werde bei der TKB seit jeher grossgeschrieben, und mit dem Ideenlabor könne dies auch nach aussen noch besser sichtbar gemacht werden. Zudem habe sich die Rolle der Kunden in den vergangenen Jahren gewandelt. «Viele Kundinnen und Kunden schätzen es, wenn sie ihre Meinung aktiv einbringen können und bei der Entwicklung von Produkten und Dienstleistungen mitgestalten können.» Und auch für die Bank sei es von Vorteil, ihr Angebot unter Einbezug der Nutzersicht weiterzuentwickeln, betont Baumann. Wichtig sei aber auch, dass Leute jeden Alters mitmachen im Ideenportal und auch das Geschlechterverhältnis ausgeglichen sei.

Von Online-Befragungen bis Workshops

Das Ideenlabor nutzt die TKB in erster Linie als Grundlage für die Erweiterung oder Optimierung ihres Dienstleistungsangebotes – also immer dort, wo Kundinnen und Kunden direkt betroffen sind. Die Methoden sind vielfältig. So gibt es etwa Online-Umfragen, die in wenigen Minuten im Multiple-Choice-Verfahren beantwortet werden können. Je nach Thema lädt die Bank auch zu Gruppendiskussionen ein, die dann bei der Bank stattfinden. Längere

Interviews finden vor Ort oder auch telefonisch statt. Äussern können sich die Mitglieder des Ideenlabors beispielsweise zur Beratung und zu den Services der Bank, zu ihren Erwartungen an Produkte oder wie sie Werbemassnahmen wahrnehmen. Zudem kann man im Ideenlabor auch Prototypen oder Testversionen von Online-Angeboten ausprobieren und bewerten.

Beide Seiten profitieren

Als Dankeschön für die Beantwortung von Umfragen im Ideenlabor verlost die TKB regelmässig Wertgutscheine. Bei aufwendigeren Fragestellungen erhalten jeweils alle Teilnehmerinnen und Teilnehmer ein Geschenk. Dies stehe aber für die meisten nicht im Vordergrund, beobachtet Barbara Baumann. «Die Mitglieder schätzen vor allem die Möglichkeit, Hintergrundwissen zu erhalten über ihre TKB und sich aktiv einbringen zu können.» Der Betrieb des Ideenlabors lohne sich aber auch für die Bank. «Wir sind nah am Puls der Kundinnen und Kunden und können unsere Angebote entlang ihrer Bedürfnisse entwickeln und bei Bedarf frühzeitig Korrekturen einleiten», so das positive Fazit von Barbara Baumann. Dadurch könne die Bank Zeit und Kosten sparen und auch für die Marktbearbeitung wertvolle Erkenntnisse gewinnen. Und sie könne die Kundenzufriedenheit steigern – dies sei eines der wichtigsten Ziele.

TKB-Ideenlabor: Zugang via «Olivia»

Beim TKB-Ideenlabor können Kundinnen und Kunden mitmachen, die E-Banking nutzen (ab 12 Jahren möglich). Der Zugang erfolgt via das Kundenportal «Olivia» auf der TKB-Website. Dort geht es auch zur Registrierung für das Ideenlabor, die jederzeit wieder rückgängig gemacht werden kann. Im Ideenlabor kann man sich zu neuen Angeboten einbringen, erhält Einblick in laufende Projekte oder kann neue Online-Angebote vor deren Lancierung testen.

📄 tkb.ch/ideenlabor