



„Münzgeldvermarktung - Teil 2: Modelle“

1. Einleitung

Ein erster Hinweis vorweg: Die Vermarktung von Münzgeld lässt sich nicht nach Lehrbuch installieren und einfach so zum Leben erwecken. Es ist vielmehr ein komplexer Gesamtprozess, der in jedem Finanzinstitut individuell beleuchtet werden muss. Regionale Eigenheiten, demographische Faktoren und vor allem die Struktur des Hauses bestimmen maßgeblich die Marschrichtung.

Das Thema „*Münzgeldvermarktung*“ bietet dafür einerseits viel Spielraum bei der Auswahl, Einführung und Umsetzung moderner Dienstleistungsangebote rund um das Bargeld an. Andererseits benötigt es je nach Größe, Umfeld und Ausrichtung eine gewisse Flexibilität, um den Anforderungen des eigenen Institutes und den Bedürfnissen der Kunden gerecht zu werden. Dazu gesellen sich nicht direkt beeinflussbare Faktoren, die durch externe Partner und Dienstleister beigesteuert werden.

Somit zeigt sich, dass die Auswahl und Implementierung eines geeigneten Modells zur Vermarktung von Münzgeld sorgfältig betrachtet werden sollte. Sowohl Kosten und Nutzen als auch die Vor- und Nachteile müssen im Gesamtkonstrukt zueinander passen. Positive Auswirkungen durch Veränderungen sind eine weitere Grundanforderung bei der Betrachtung von Bargeldprozessen.

Um sich der Modellauswahl überhaupt zu widmen, empfiehlt es sich das Thema vorab zu evaluieren. Dazu finden Sie im **ALVARA Leitfaden „Münzgeldvermarktung - Teil 1: Evaluierung“** hilfreiche Informationen, wie Sie eine solche Evaluierung durchführen können und welche Fragestellungen und Überlegungen in die Betrachtung einbezogen werden sollten.

Ist man auf das Thema „*Münzgeldvermarktung*“ eingestimmt, wendet man sich den Modellen und ihren verschiedenen Ausprägungen zu. In der Praxis haben sich unterschiedlichste Vermarktungsmodelle entwickelt und zum Teil flächendeckend etabliert. Diese Modelle wiederum bieten eine breite Palette an Optionen an.

Mit dem vorliegenden ALVARA Leitfaden stellen wir Ihnen ein paar dieser Modelle und Optionen vor.

2. Nutzen und Inhalt der ALVARA Leitfäden

Mit den ALVARA Leitfäden veröffentlicht die ALVARA Cash Management Group AG Fachinformationen für alle Beteiligte des Bargeldkreislaufes. Die ALVARA Leitfäden sind ein Produkt der ALVARA AG, werden kostenfrei herausgegeben und sind nicht für den Verkauf bestimmt. Die Inhalte der ALVARA Leitfäden entstehen aus Fachgesprächen, Messen, Workshops (u.a. ALVARA BargeldDialog), Marktentwicklungen und Vorträgen und werden fortlaufend erweitert.

Der vorliegende **ALVARA Leitfaden „Münzgeldvermarktung - Teil 2: Modelle“** unterstützt die Institute bei der Auswahl eines geeigneten Modells zur Vermarktung von Münzgeld. Dieser zweite Teil kommt zur Anwendung, wenn die Evaluierung der Münzgeldvermarktung erfolgreich abgeschlossen und die Umsetzung im Institut beschlossen wurde.

Der erste **ALVARA Leitfaden „Münzgeldvermarktung - Teil 1: Evaluierung“** unterstützt Institute in der anfänglichen Bewertungsphase, ob eine Vermarktung von Münzgeld im eigenen Institut Sinn macht oder nicht.



ALVARA
Cash Management Group

Zu allen Leitfäden bietet die ALVARA AG passgenaue Workshops mit einer individuellen Beratung an. Weiterführende Informationen hierzu erhalten Sie unter +49 341/989902-00 und info@alvara.de

Anregungen und Ideen für neue ALVARA Leitfäden sind herzlich willkommen. Schreiben Sie uns!

3. Drei wichtige Modelle kurz vorgestellt

Wir stellen Ihnen nun drei verschiedene Modelle vor, welche die unterschiedlichen Ausrichtungen Ihres Institutes unterstützen können. Hauptaugenmerk ist die Vermarktung von Münzgeld, also die Absicht mit der Bereitstellung und dem Verkauf von Münzen einen Gewinn zu erzielen oder wenigstens Kosten einzusparen bzw. Prozesse zu vereinfachen (und dadurch wiederum Kosten zu minimieren).

Unsere nachfolgende Auswahl stellt nur einen Ausschnitt verschiedener Modelle dar und erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Veränderungen und Anpassungen in diesem Bereich werden zudem durch offizielle Bestimmungen und Beschränkungen beeinflusst. Die Modelle können einzeln, aber auch in Kombination umgesetzt werden.

Sowohl für die drei ausgewählten Modelle als auch für Ihre individuellen Modellvorstellungen können wir Sie mit einem passenden Workshop unterstützen. Wenden Sie sich hierzu bitte an unseren Vertrieb.

1. Modell „Der eigene Münzgeldpool revisionssicher beim Wertdienstleister“

Dieses Modell hat sich aus einer Notwendigkeit heraus entwickelt: Durch einen Beschluss der Deutschen Bundesbank und der Einführung des Zahlungsdienstenaufsichtsgesetzes (ZAG), ist es Wertdienstleistern seit Mai 2011 untersagt, eigene Konten bei der Bundesbank zu führen. Diese Konten zur Bargeldver- und -entsorgung werden nur noch Wertdienstleistern mit entsprechender ZAG-Erlaubnis bereitgestellt.

Unter dem Gesichtspunkt, dass der Handel und Finanzinstitute weiterhin mit *kleinen Mengen* an Münz- und Notengeld versorgt werden müssen, entstanden entsprechende Partnerschaften zwischen Wertdienstleistern und Finanzinstituten. „*Kleine Mengen*“ deshalb, weil die Bundesbank die Münzgeldver- und -entsorgung nur noch über Normcontainer sicherstellt und diese Container für den handelsüblichen Gebrauch ungeeignet sind. Denn Normcontainer sind sehr groß, sehr schwer und haben viel zu viel Inhalt.

Eine solche Partnerschaft bedeutet für das Finanzinstitut nun inhaltlich, dass sie ihr eigenes Geld als sogenannten Münzgeldpool, unter Einhaltung der Anforderungen an ausgelagerte Prozesse gemäß § 25a KWG, dem Wertdienstleister in seinen Räumlichkeiten bereitstellt und entsprechend überwachen muss. Eine geläufige Bezeichnung für das Institut ist dann „*Pool- oder Partnerbank*“.

Der Münzgeldpool und alle Veränderungen (jede ein- und ausgehende Münze/Rolle/Platte) können fortlaufend dokumentiert und in der ALVARA Software dargestellt werden. Somit ist die Partnerbank jederzeit in der Lage, sich über Ihren externen Poolbestand zu informieren, Prozesse zu kontrollieren, Bestellungen freizugeben, im Falle von Abweichungen einzugreifen oder eine Revision durchzuführen.

Eine Freigabe von Geldbestellungen von Händlern oder anderen Kreditinstituten durch die Partnerbank erfolgt ebenso über die ALVARA Software, nachdem sie den Geldeingang auf dem eigenen Konto kontrolliert hat. Dies ist ein häufiges Verfahren zur Sicherstellung der Münzgeldversorgung von Händlern.



ALVARA
Cash Management Group

Der Ablauf einer Geldbestellung stellt sich in vereinfachter Form wie folgt dar:

1. Der Händler/ Das fremde Kreditinstitut bestellt ihr Münzgeld online über die ALVARA Software und überweist den entsprechenden Gegenwert (plus mögliche Gebühren) auf das Konto der Partnerbank.
2. Die Partnerbank kontrolliert den Geldeingang auf dem Konto und gibt die Bestellung in ALVARA frei.
3. Der Wertdienstleister kommissioniert die freigegebene Geldbestellung aus dem Münzgeldpool der Partnerbank und liefert die Bestellung an den Händler/das Kreditinstitut aus.

Dieses Verfahren kann nicht nur revisionssicher mit der ALVARA Software abgebildet werden, sondern ermöglicht es der Partnerbank, neue Einnahmequellen zu erschließen. Neben den eigenen Kunden (Händler, Gewerbetreibende und Kreditinstitute) können auch neue Kunden akquiriert und mit Münzgeld versorgt werden. Denkbar sind dann Pauschalgebühren auf die Bereitstellung des Pools (gegenüber dem Wertdienstleister) oder Transaktions- bzw. Rollengebühren für die Bearbeitung von Geldbestellungen (gegenüber dem Händler bzw. dem fremden Kreditinstitut).

In jedem Fall ist dies ein sehr interessantes Modell zur Vermarktung von Münzgeld. Der Wertdienstleister fungiert dabei als verlängerter Vertriebsarm und ermöglicht dem Institut ein attraktives Neukundengeschäft.

Weiterführende Informationen zur beispielhaften Umsetzung bei der Taunus Sparkasse finden Sie hier: <http://www.av-finance.com/geldinstitute/newsdetails-gi/seite/2/artikel/244/muenzgeld-kunden-gewinnen-statt-teuer-cyclen/>

2. Modell „Die Hauptkasse kommissioniert für regionale/überregionale Kunden“

In diesem Modell steht die eigene Hauptkasse im Mittelpunkt der Münzgeldvermarktung. In dieser Hauptkasse wird die Bearbeitung von Noten und Münzen zentral an einem Ort zusammengeführt. Dies ermöglicht dem Kreditinstitut die eigenverantwortliche Bereitstellung, Durchführung und Überwachung von Dienstleistungen rund um das Bargeld. Dabei können die Dienstleistungen sowohl für die eigenen Filialen, als auch für regionale und überregionale Kunden und andere Institute angeboten werden.

In einigen Konstellationen übernimmt das Kreditinstitut dazu auch noch die Fahraufträge von und zur Bundesbank, zum Wertdienstleister und/oder zum Kunden über einen eigenen Fahrdienst oder ein eigenes Tochterunternehmen. In vielen Fällen greifen Kreditinstitute jedoch auf die Dienstleistungen von Wertdienstleistern zurück.

Ein Patentrezept für die optimale Konstellation einer eigenen Hauptkasse gibt es leider nicht. Dazu gehören wichtige Fragen zum Personal, zur Sicherheit, zur Positionierung am Markt und zu den lokalen Gegebenheiten. Gerne stehen wir Ihnen bei der Auswahl, Implementierung und Einführung Ihrer passenden Hauptkasse beratend zur Seite. Wenden Sie sich hierzu bitte an unseren Vertrieb.

Ein wesentlicher Punkt nach dem Aufbau einer Hauptkasse ist die effiziente Auslastung und gut organisierte Prozesse bei der Bearbeitung von Geldern für die Ver- und Entsorgung der internen und externen Kunden. Die Qualität der Dienstleistung (auch wenn diese anfänglich nur intern angeboten wird) muss von Beginn an stimmen.

Die ALVARA AG bietet für den Aufbau und den Betrieb einer eigenen Hauptkasse verschiedene Lösungen an.

Für den revisionssicheren und reibungslosen Betrieb einer Hauptkasse kommt die ALVARA Hauptkassensoftware zum Einsatz. Mit ihr werden alle tagtäglich stattfindenden Abläufe optimal unterstützt. Die Software zeichnet sich durch ihre Flexibilität aus, hat die OPDV-Freigabe vom SIZ erhalten und besitzt Schnittstellen zur Finanzinformatik.



ALVARA
Cash Management Group

Im Kontext der Münzgeldvermarktung ermöglicht der ALVARA MünzMarktplatz einen einfachen Zugang zu regionalen und überregionalen Kunden. Der ALVARA MünzMarktplatz ist für jedermann öffentlich zugänglich und ermöglicht nach der Registrierung einfach die Suche, die Auswahl und die Bestellung (Kauf) von Münzgeld. Händler profitieren dabei von interessanten Alternativangeboten zu ihren teils nicht vorhandenen oder vertraglich fest vereinbarten Gebühren bei der Münzgeldversorgung.

Der Vorteil für Kreditinstitute mit eigener Hauptkasse ergibt sich aus der überregionalen Präsenz der Angebote, sowie der flächendeckenden Auslieferung von Geldbestellungen bis 500 EUR (pro Tag und Empfänger) mit der DHL. Dies bedeutet, dass ein Händler aus Berlin bei einem Kreditinstitut in München Wechselgeld online bestellen kann und wenige Tage später ein versichertes Paket mit Münzgeld von DHL entgegennimmt.

Der Ablauf einer Geldbestellung über den ALVARA MünzMarktplatz stellt sich wie folgt dar:

1. Voraussetzung: Das Kreditinstitut hat alle organisatorischen Maßnahmen getroffen, um Geldbestellungen entgegenzunehmen, zu kommissionieren und dem Besteller zukommen zu lassen.
2. Der Kunde (durchaus dem Kreditinstitut nicht bekannt) besucht die Webseite www.muenzmarktplatz.de oder die vom Kreditinstitut bereitgestellte Instituts-MünzMarktplatz-Webseite (diese enthält nur die Angebote des Institutes).
3. Er sucht und bestellt seinen Münzbedarf.
4. Anschließend bezahlt der Kunde den angegebenen Gesamtbetrag (incl. Gebühren und Liefer- bzw. Versandkosten); wahlweise per GiroPay oder Vorabüberweisung.
5. Das Kreditinstitut erhält per E-Mail eine Mitteilung über den Eingang einer neuen Bestellung und prüft den Zahlungseingang. Bei der Nutzung von GiroPay ist die Geldbestellung automatisch als „bezahlt“ markiert.
6. In der Hauptkasse folgt die Kommissionierung der Geldbestellung.
7. Nach Abschluss der Kommissionierung wird die Geldbestellung dem Kurier oder dem Postversand übergeben. Bei Nutzung des Paketversandes über DHL ist die Geldbestellung bis maximal 500 EUR pro Tag und Empfänger versichert.
8. Dem Kunden wird das Paket übergeben.

Dieses Modell in Kombination mit dem DHL-Versand bietet einen völlig neuen Ansatz bei der Bereitstellung und Auslieferung von Wechselgeld. Regionale Grenzen werden vollständig aufgehoben und schaffen Raum für ein neues Dienstleistungsangebot.

Da das Thema recht jung ist, stehen die Chancen sehr gut, sich hier frühzeitig am Markt zu etablieren.

Lassen Sie sich von uns zu diesem Thema beraten. Gemeinsam können wir die für Sie bestmögliche Lösung erarbeiten und in Ihrem Institut einführen. Wenden Sie sich bitte an unseren Vertrieb und besuchen Sie unsere Webseite www.muenzmarktplatz.de

3. Modell „Keine eigene Hauptkasse, aber die eigenen Filialen als Abholstellen für Münzgeldbestellungen“

Bei diesem Modell geht es darum, dass das Kreditinstitut die eigenen Filialen als Abholstellen für Münzgeldbestellungen anbietet, obwohl es keine eigene Hauptkasse betreibt. Der Kunde kann die Geldbestellung somit bequem in einer Bankfiliale seiner Wahl abholen, obwohl er bei dieser Bank vielleicht gar nicht Kunde ist.

Bei diesem Modell „Die eigenen Filialen als Abholstellen“ können Sie externe Münzgeldanbieter nutzen oder diese Dienstleistung im Modell 1 und 2 zusätzlich anbieten.



ALVARA
Cash Management Group

Der bisher am häufigsten genutzte Ansatz ist die Kommissionierung der Geldbestellungen in der eigenen Hauptkasse. Dabei wird die Geldbestellung vom Kunden vorab per E-Mail, Fax oder Telefon bestellt und in der Hauptkasse gepackt. Je nach Institut wird der Gegenwert (incl. Gebühren – sofern durch das Institut vorgesehen) vorab oder beim Abholen eingetauscht.

Das Modell „Keine eigene Hauptkasse, aber die eigenen Filialen als Abholstellen für Münzgeldbestellungen“ geht einen neuen Weg und bietet speziell für Kreditinstitute ohne eigene Hauptkasse neue Wege, um eigene und neue Kunden zu erreichen. Dazu wird das eigene Filialnetz (ähnlich wie bei den Paketshops der Post) als Übergabeort für Geldbestellungen genutzt, ohne dass eine eigene Hauptkasse aufgebaut und betrieben werden muss.

Die Lösung dafür ist relativ simpel. Das Kreditinstitut ohne Hauptkasse geht eine Kooperation mit einem Kreditinstitut mit Hauptkasse ein und lässt sich auf dem ALVARA MünzMarktplatz als Filialpartner registrieren. Die Aufgaben der Kommissionierung und die Auslieferung und Abrechnung der Geldbestellungen an das Filialnetz werden durch einen externen Münzgeldanbieter realisiert.

Der Kunde hat dann im Internet die Wahl an welche Filiale er sich seine Geldbestellung ausliefern lassen möchte. Da über den ALVARA MünzMarktplatz auch gewerbliche Käufer ihr Wechselgeld bestellen, aber nicht Kunde der Bank sind, können neue Kundenbeziehungen zu diesen Neukunden am Schalter in Ihrem Institut aufgebaut werden.

Es entsteht eine Win-Win-Situation für Ihr Institut als auch für den Münzgeldanbieter. Durch entsprechende Verträge lässt sich das Modell sehr gut absichern.

Lassen Sie sich von uns beraten wie genau dieses Modell bei Ihnen passen könnte. Unser Vertrieb hilft Ihnen bei der Auswahl des geeigneten Workshops gerne weiter.

4. Die Auswahl des Modells

Die vorgestellten Modelle sind nur drei Möglichkeiten für die Vermarktung von Münzgeld. Dazu ist jedes Modell variabel ausbaufähig und mit anderen Modellen kombinierbar und natürlich erweiterbar.

Die spannende Frage ist nun, welches Vermarktungsmodell am besten in das eigene Kreditinstitut passt. Zunächst gibt es immer eine Strategie, welche das Institut derzeit verfolgt. Diese hängt von der Kunden- und Filialstruktur, sowie den geschäftlichen und geographischen Bedingungen ab. Mit jedem Modell sind auch unterschiedlich hohe Kosten, Risiken und Chancen verbunden. Nicht zuletzt hängt der Erfolg auch von der organisatorischen Umsetzung und der Akzeptanz der Kunden ab.

Um sich für ein Modell entscheiden zu können, ist es ratsam, die Informationen und Erkenntnisse aus dem **ALVARA Leitfaden „Münzgeldvermarktung - Teil 1: Evaluierung“** vorliegen zu haben. Sollten Sie diesen Leitfaden noch nicht durchgearbeitet haben, dann wäre jetzt ein guter Zeitpunkt, damit zu beginnen.

Da es keinen lehrbuchhaften Projektplan zur Auswahl des Modells gibt, empfehlen wir Ihnen, dieses Thema gemeinsam mit uns in einem Workshop zu bearbeiten. Wir können Sie bei den Modellen beraten, inwieweit diese mit Ihrer Struktur überhaupt kompatibel sind oder nicht.

Wenden Sie sich für eine Beratung zur Modellauswahl bitte an unseren Vertrieb.



ALVARA
Cash Management Group

5. Weitere Informationen

Weiterführende Informationen zu den Workshops und den Leitfäden erhalten Sie bei unseren Ansprechpartnern aus dem Vertrieb, per Telefon **+49 341/989902-00** und per E-Mail an info@alvara.de

Des Weiteren empfehlen wir Ihnen unsere Veranstaltungsreihen:

ALVARA BargeldDialog

Gemeinsam mit Vertretern aus Sparkassen und Volksbanken werden Herausforderungen rund um das Thema Bargeld zusammentragen und analysiert, um daraus Lösungsansätze zu diskutieren und umzusetzen. Der ALVARA BargeldDialog findet mehrmals im Jahr statt.

ALVARA INNOVATIONSTAGE

Seien Sie dabei, wenn an zwei Tagen aktuelle Trends, Best Practice Beispiele und zukunftsorientierte Lösungsansätze in interessanten Fachvorträgen diskutiert werden. Die ALVARA INNOVATIONSTAGE finden nur alle 2 Jahre statt.

Weitere Informationen zu den Veranstaltungsreihen finden Sie unter www.alvara.de unter „Aktuelles“

Kontakt

ALVARA
Cash Management Group AG

Querstr. 18
04103 Leipzig

Tel.: +49 341 989902-00
Fax: +49 341 989902-89
info@alvara.de
www.alvara.de