

WERO_{ck} *together*



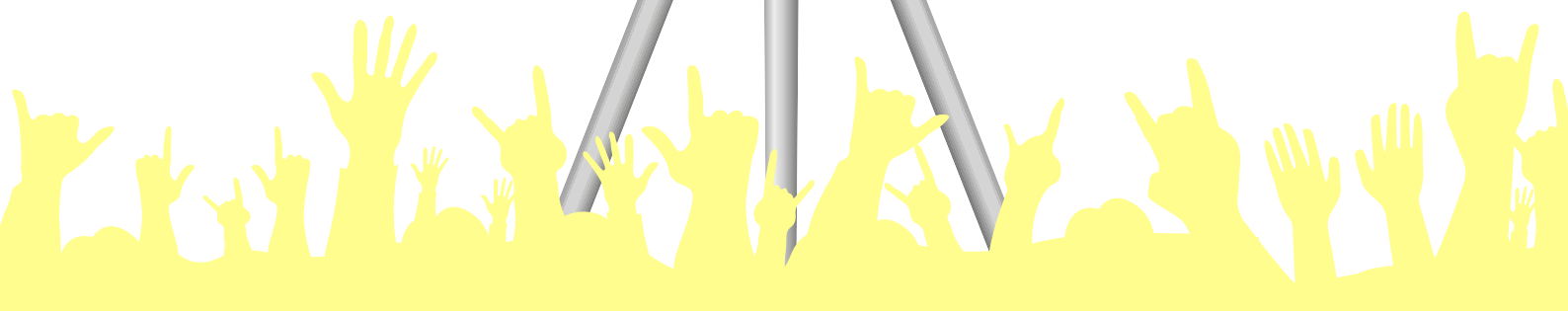
Eure Argumente

für WERO

überzeugen - stärken - stützen



Barrieren- Canvas



Inhalt

Mindset

- Andere Themen sind wichtiger
- Fehlende digitale Affinität der Kund:innen
- „Ich bin kein App-Mensch“
- Geringe Akzeptanz und Nutzung im eigenen Umfeld
- „Klappt eh nicht – wie Paydirekt“
- Fehlende Motivation im Kollegium
- Geringe Nutzungsquote im Vergleich zu PayPal
- „Wo liegt der Vorteil gegenüber PayPal?“
- „Ich warte erstmal ab, wie sich das entwickelt“
- „Unsere Kund:innen sind schon gut digital aufgestellt“
- Vorhandene VR Banking App wird kaum genutzt

Prozesse

- Informationsflut
- Führungskräfte priorisieren andere Themen

Ressourcen

- Mitarbeitende haben zu viele Themen gleichzeitig.
- Kund:innen oder Mitarbeitende nutzen bereits PayPal
- Keine Zeit

Barrieren existieren,
um überwunden zu werden

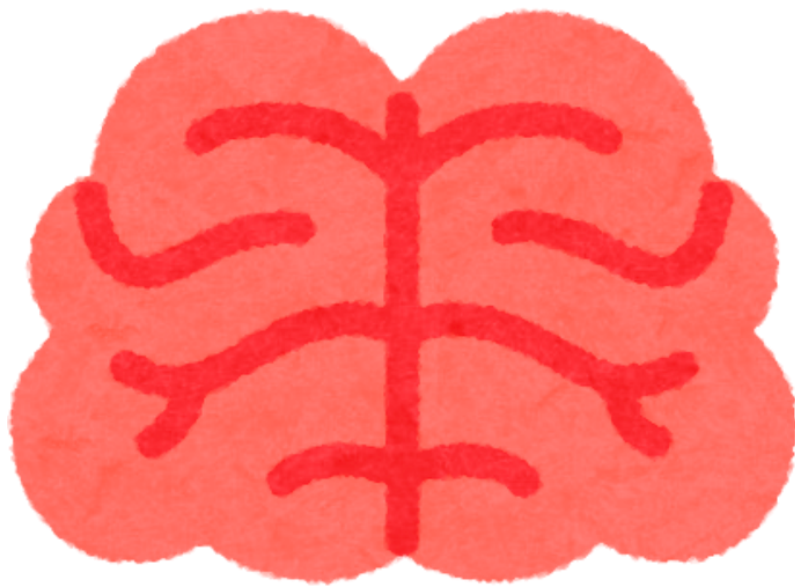
Kommunikation

- Fehlende Schulungen
- „Wie erkläre ich das Kund:innen?“
- Kommunikation erreicht Mitarbeitende nicht oder wird missverstanden
- Zu kompliziert, um die Vorteile zu verstehen
- „Blöder Name – ich kann nicht mehr ‘kwitten‘“

Arbeitsblatt zum selbst durchstarten



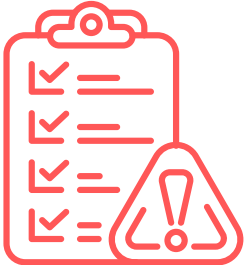
MINDSET



**Haltung
&
Mut**



Andere Themen sind wichtiger



Das entkräftende Argument

Wero wird sich langfristig als strategisches Produkt der Bank etablieren.

Was steckt dahinter?

Wero stärkt den genossenschaftlichen „Alles-aus-einer-Hand“-Gedanken, fördert europäische Souveränität und unterstützt die Kundenbindung im Wettbewerb mit Konkurrenzlösungen.

Praxisimpuls:

Eine App für alle Finanzdienstleistungen – die VR Banking App als zentrale Plattform.

Wen überzeuge ich damit:

Führungskräfte

Jetzt priorisieren stützt die Zukunft!

Fehlende digitale Affinität der Kund:innen



Das entkräftende Argument

Kund:innen nutzen ihr Smartphone bereits für soziale Kontakte – Wero kann der Einstieg ins digitale Banking sein.

Was steckt dahinter?

Ablehnung gegenüber Onlinebanking beruht meist auf fehlender Information. Durch gezielte Einführung in Wero können Kund:innen Vertrauen aufbauen und digitale Funktionen kennenlernen.

Praxisimpuls:

Geburtstags- oder Weihnachtsgeld an Familie und Freund:innen per Wero senden.

Wen überzeuge ich damit:

Kund:innen

Wero verbindet leicht und effizient!

„Ich bin kein App-Mensch“



Das entkräftende Argument

Wer mit dem Smartphone kommuniziert, kann auch lernen darüber zu bezahlen.

Was steckt dahinter?

Zahlungen über Wero funktionieren intuitiv und ohne technisches Vorwissen.

Praxisimpuls:

Einfach austesten und Wero eine faire Chance geben.

Wen überzeuge ich damit:

Kund:innen

Wero ist übersichtlich und leicht bedienbar!

Geringe Akzeptanz und Nutzung im eigenen Umfeld



Das entkräftende Argument

Wero verbreitet sich durch eigenes Nutzen – jeder kann im Kleinen beginnen.
Übrigens: Wero kann mit Zustimmung bereits ab 16 Jahren genutzt werden.

Was steckt dahinter?

Wer selbst aktiv wird und Kontakte einlädt, trägt zur europaweiten Etablierung einer sicheren, europäischen Alternative zu PayPal bei.

Praxisimpuls:

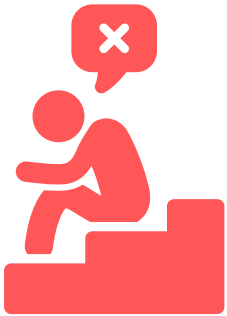
Freund:innen und Kolleg:innen einladen und gemeinsame Aktionen mit Wero starten.

Wen überzeuge ich damit:

Kollegium

Je mehr Nutzer, desto effizienter wird Wero!

„Klappt eh nicht – wie Paydirekt“



Das entkräftende Argument

Wero unterscheidet sich deutlich von früheren Lösungen durch seine europäische Ausrichtung und hohe Reichweite.

Was steckt dahinter?

Über 45 Millionen Nutzer:innen und zukünftig große Händlernamen im E-Commerce belegen Stabilität und Zukunftsfähigkeit.

Praxisimpuls:

Über Landesgrenzen hinweg Geld senden oder Konzerttickets mit Wero bezahlen.

Wen überzeuge ich damit:

Kollegium und Kund:innen

Wero ist ein eigenes Produkt mit vielen Stärken!

Fehlende Motivation im Kollegium



Das entkräftende Argument

Wero vereint alle Zahlungsfunktionen in einer App – schnell, sicher und nachvollziehbar.

Was steckt dahinter?

Wer Wero selbst nutzt, erkennt den Mehrwert und kann Kund:innen authentisch überzeugen. Übrigens: Wero kann mit Zustimmung bereits ab 16 Jahren genutzt werden.

Praxisimpuls:

Geld für Geburtstagsgeschenke oder das gemeinsame Mittagessen per Wero einsammeln.

Wen überzeuge ich damit:

Kollegium, Führungskräfte

Motivation vereint und überzeugt Kunden!

Geringe Nutzungsquote im Vergleich zu PayPal



Das entkräftende Argument

Die Reichweite von Wero wächst – wer früh dabei ist, profitiert. Übrigens hat Wero beispielsweise in den Niederlanden mehr Nutzer als PayPal.

Was steckt dahinter?

Als kontobasierte, datenschutzkonforme Lösung stärkt Wero den Zahlungsverkehr der Banken und hält Kundenbeziehungen stabil.

Praxisimpuls:

Geburtstagsgeld oder Teamaktionen künftig über Wero abwickeln.

Wen überzeuge ich damit:

Kollegium, Kund:innen, Führungskräfte

Mit einer breiten Nutzerbasis steigt die Quote!

„Wo liegt der Vorteil gegenüber PayPal?“



Das entkräftende Argument

Wero ist eine europäische Lösung, die wir in der Hand haben -außerdem stärkt Wero durch günstige Konditionen die Wirtschaft vor Ort.

Was steckt dahinter?

Daten bleiben in Europa, Buchungen sind transparent und der Service erfolgt über die vertraute Hausbank.

Praxisimpuls:

Sofortige Verfügbarkeit nach Transaktionen mit voller Übersicht in der VR Banking App.

Wen überzeuge ich damit:

Kollegium und Kund:innen

Wero arbeitet in günstig und europäisch!

**„Ich warte erstmal ab, wie
sich das entwickelt“**



Das entkräftende Argument

Wero stärkt Europas Unabhängigkeit im Zahlungsverkehr und schützt sensible Kundendaten. Jetzt mitmachen ist ein starkes Signal.

**Was steckt
dahinter?**

Es bietet eine sichere Alternative zu außereuropäischen Anbietern und stellt Zahlungen auch in Krisenzeiten sicher.

Praxisimpuls:

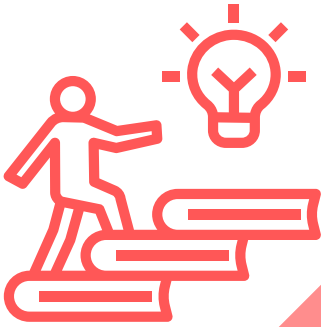
Wero ist sicher, europäisch und günstiger als beispielsweise PayPal - jetzt nutzen und profitieren.

Wen überzeuge ich damit:

Kollegium und Kund:innen

Jetzt aktiv werden!

**„Unsere Kund:innen
sind schon gut digital
aufgestellt“**



Das entkräftende Argument

Wero ergänzt bestehende Lösungen durch Einfachheit, Sicherheit und Schnelligkeit.

Was steckt dahinter?

Wero verbessert die Übersicht über Finanzen im Vergleich zu PayPal, überzeugt durch niedrige Händlergebühren und stärkt die Kundenbindung an die Bank.

Praxisimpuls:

Händler:innen profitieren mit Wero von geringeren Gebühren als bei PayPal.

Wen überzeuge ich damit:

Kollegium und Kund:innen

Wero bietet Verbesserung!

Vorhandene VR Banking App wird kaum genutzt



Das entkräftende Argument

Mitarbeitende sollten Kund:innen aktiv unterstützen und schrittweise an digitale Funktionen heranzuführen.

Was steckt dahinter?

Persönliche Begleitung fördert Vertrauen, stärkt die Kundenbindung und macht die Nutzung von Wero zu einem positiven Erlebnis.

Praxisimpuls:

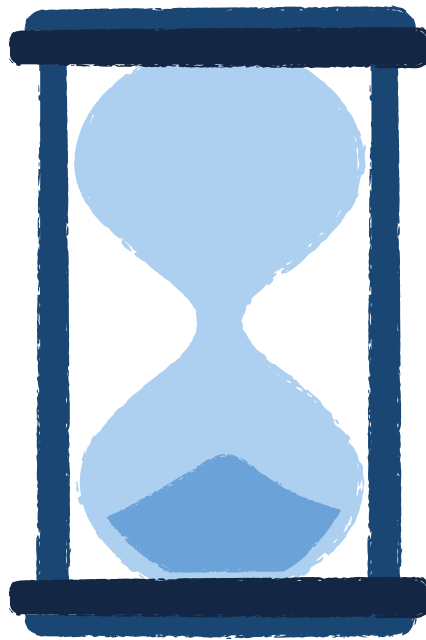
Wero kann ein guter Einstieg sein, um an Funktionen der VR Banking App heranzuführen

Wen überzeuge ich damit:

Kollegium

Jetzt besteht die Chance auf mehr!

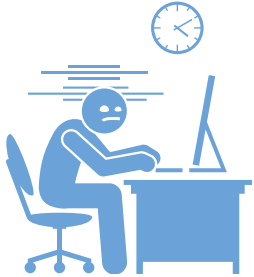
RESSOURCEN



**Tools
&
Zeit**



Mitarbeitende haben zu viele Themen gleichzeitig



Das entkräftende Argument

Verständnis zeigen, aber aufzeigen, warum Wero langfristig wichtig für Bank und Kund:innen ist.

Was steckt dahinter?

Wero fördert Kundennähe, sichert Erträge und stärkt die Wettbewerbsfähigkeit gegenüber konkurrierenden Lösungen sowie dem geplanten digitalen Euro.

Praxisimpuls:

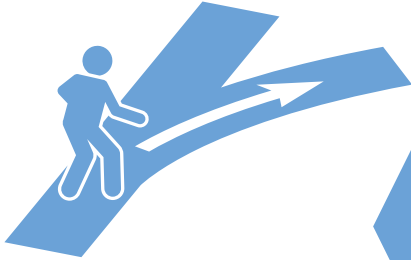
Geldsammeln für Kolleg:innen oder Spendenaktionen mit Wero – praxisnah und schnell erklärt.

Wen überzeuge ich damit:

Kollegium, Führungskräfte

Wero hat Priorität und erleichtert die Zukunft!

Kund:innen oder Mitarbeitende nutzen bereits PayPal



Das entkräftende Argument

Wero bietet ähnliche Funktionalität, ist aber transparenter, vollständig europäisch und direkt in der VR Banking App integriert.

Was steckt dahinter?

Daten bleiben in Europa, Transaktionen erfolgen in Echtzeit und ohne Sammelkonten, der Verwendungszweck ist klar erkennbar.

Praxisimpuls:

Geld an Freund:innen senden oder einkaufen und Kontobewegungen sofort im Blick haben.

Wen überzeuge ich damit:

Kollegium, Führungskräfte

Der Wechsel ist simpel!

Keine Zeit



Das entkräftende Argument

Wero ist schnell eingerichtet
und leicht zu bedienen.

Was steckt dahinter?

Eine Registrierung dauert nur wenige Minuten –
anschließend kann Wero direkt genutzt und bei
Bedarf erklärt werden.

Praxisimpuls:

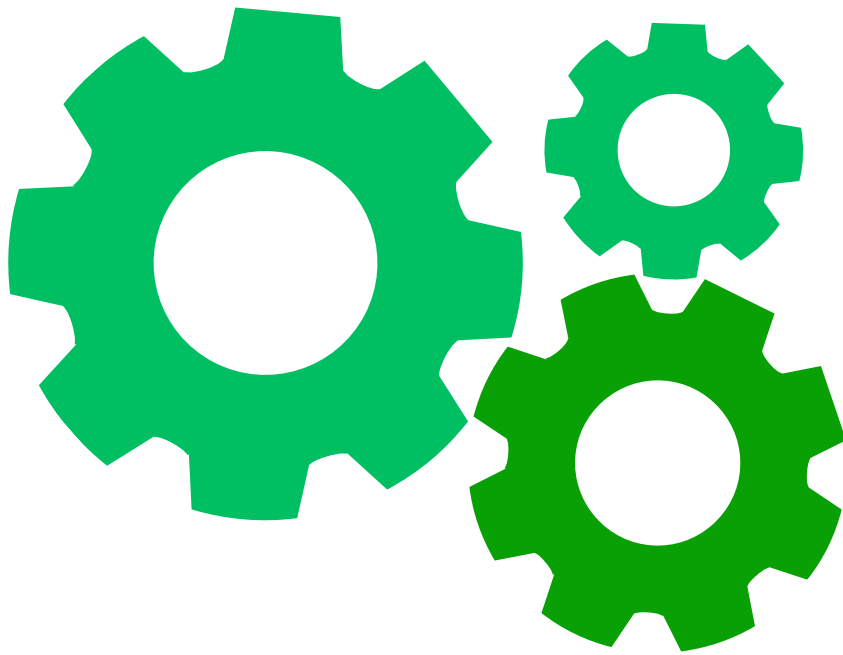
Geld senden oder anfordern, um den
Funktionsablauf zu lernen und Routinen zu
bilden.

Wen überzeuge ich damit:

Kollegium, Kund:innen

Wero wird Zeit sparen und verdient daher die Zeit!

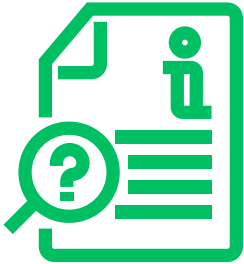
PROZESSE



**Abläufe
&
Regeln**



Informationsflut



Das entkräftende Argument

Eigene Nutzung erleichtert das Verständnis und die Weitergabe von Wissen.

Was steckt dahinter?

Wer Wero selbst testet, kann authentisch und praxisnah erklären, wie einfach die Anwendung ist.

Praxisimpuls:

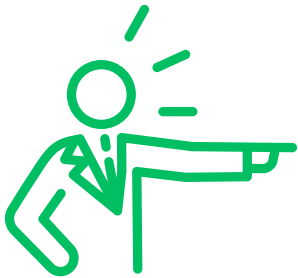
Geld senden, anfordern oder im Team Beträge sammeln – direkt selbst ausprobieren.

Wen überzeuge ich damit:

Kollegium

Wero erscheint komplex, ist aber sehr intuitiv!

Führungskräfte priorisieren andere Themen



Das entkräftende Argument

Wero stärkt die europäische Souveränität und sichert die Zukunft regionaler Banken.

Was steckt dahinter?

Eine aktive Ansprache schützt vor sinkenden Zahlungsverkehrserträgen (PayPal, Apple etc.) sowie der Gefahr eines digitalen Euro.

Praxisimpuls:

Geld senden, anfordern oder im Team Beträge sammeln – direkt selbst ausprobieren.

Wen überzeuge ich damit:

Führungskräfte

Wero verdient Priorisierung!

KOMMUNIKATION



**Dialog
&
Information**



Fehlende Schulungen

Das entkräftende Argument

Schulungen sind wichtig, um Verständnis und Sicherheit im Umgang mit Wero zu schaffen.



Was steckt dahinter?

Nur informierte Mitarbeitende können Kund:innen kompetent beraten und Begeisterung wecken.

Praxisimpuls:

Teilnahme an Schulungen und Nutzung der Angebote der DZ BANK und Wero Community. Außerdem unbedingt selber nutzen!

Wen überzeuge ich damit:

Kollegium,
Führungskräfte

Wero ist leicht zu verstehen!

„Wie erkläre ich das Kund:innen?“

Das entkräftende Argument

Nur wer Wero selbst nutzt, kann es überzeugend vermitteln.



Was steckt dahinter?

Eigene Erfahrung schafft Sicherheit und Authentizität im Gespräch.

Praxisimpuls:

Wero aktiv ausprobieren und persönliche Anwendung im Beratungsgespräch weitergeben.

Wen überzeuge ich damit:

Kollegium

Eigenes Verständnis erhöht die Erklärfähigkeit.

Kommunikation erreicht Mitarbeitende nicht oder wird missverstanden

Das entkräftende Argument

Wichtige Informationen sollten gezielt, kurz und auf Führungsebene vermittelt werden.



Was steckt dahinter?

Eine klare Botschaft, z. B. per Video oder Statement vom Vorstand, steigert Aufmerksamkeit und Verständnis.

Praxisimpuls:

Eine kurze Vorstandsnachricht zur Bedeutung von Wero.

Wen überzeuge ich damit:

Kollegium,
Führungskräfte

**Kommunikation ist
immer der Kern!**

Zu kompliziert, um die Vorteile zu verstehen

Das entkräftende Argument

Wero macht den Alltag einfacher und spart Zeit.



Was steckt dahinter?

Die Funktionen sind übersichtlich in der VR Banking App dargestellt, Geld kann schnell und unkompliziert gesendet oder empfangen werden.

Praxisimpuls:

Mittagessen mit Kolleg:innen über Wero splitten.

Mittagessen mit Kolleg:innen über Wero splitten.

Wen überzeuge ich damit:

Kollegium,
Führungskräfte

„Blöder Name – ich kann nicht mehr ‘kwitten‘“

Das entkräftende Argument

Der Nutzen zählt mehr als der Name – Geld senden funktioniert heute einfacher und moderner.



Was steckt dahinter?

Wero bietet Mehrwert durch einfaches Geld senden und empfangen, QR-Code-Funktion und intuitive Bedienung. Wero Pro überzeugt außerdem mit günstigen Konditionen.

Praxisimpuls:

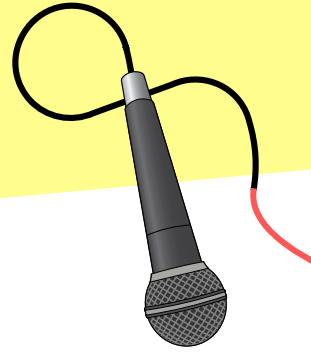
Geld senden mit Longpress-Funktion oder QR-Code-Scan – Funktionen, die überzeugen.

Wen überzeuge ich damit:

Kollegium

Der Nutzen zählt mehr als der Name!

Argumentewerkstatt



1. Barriere, auf die ich antworte:

Welche spezifische Hürde/Sorge/Skepsis möchte ich mit diesem Argument entkräften?

2. Mein Argument:

Klar und kurz - was ist mein Hauptpunkt?

3. Meine Begründung:

Warum ist das wichtig oder hilfreich - was steckt dahinter?

4. Mein Praxisbeispiel:

Woran kann man den Vorteil konkret erkennen?

5. Zielgruppe/Empfänger

Wen will ich damit überzeugen?
(Kolleg:innen im Kundenservice, Berater:innen, Teamleitung)

6. Meine Einsatzplanidee: