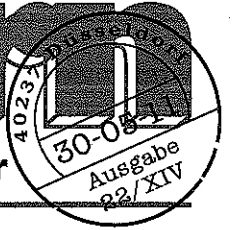


Bank intern

Der • aktuelle • kritische • anzeigefreie • Insiderreport für Banker



DÜSSELDORF - BERLIN - ZÜRICH - NEW YORK - VADUZ

Einschalten, ausschalten oder stand-by – statt Atome spaltet die Berliner Koalition nun Haare. Eindeutig pro mittelständische Kreditwirtschaft bezieht 'Bank intern' Position: • Kölner Bank – nah am Kunden, nah am Markt • Volksbank Düsseldorf Neuss – Engagement in der Qualitätsoffensive Beratungsprozeß • DSGVO – Präsident Haasis sekundiert dem Euro • Als Beilage: 'kmi'-Prospekt-Checks. – Doch zunächst, sehr geehrte Damen und Herren, geht es um Strategiegespräche in Münster:

“Warum sollen wir uns ändern, wenn andere Fehler gemacht haben?”

Natürlich wollte Uwe Fröhlich, Präsident des Bundesverbandes der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken (BVR) diesen Satz nicht als Abwehr jeglicher Reformbemühungen verstanden wissen, die sich aus der Finanzkrise ergeben. Aber als Signal an die Politik und als nachdrückliche Interessenvertretung seines Verbandes im Sinne der Genossenschaftsbanken eben dann doch. Fröhlich war einer der Teilnehmer der Veranstaltung 'Wissenschaft und Praxis im Gespräch', zu der zum 15. Mal Prof. Dr. **Theresa Theurl**, geschäftsführende Direktorin des **Instituts für Genossenschaftswesen (IfG)** der **Westfälischen Wilhelms-Universität Münster**, eingeladen hatte. Im Hinblick auf die Vorträge hochkarätig besetzt und mit dem entsprechenden Teilnehmerzuspruch diente die Veranstaltung nicht nur der Konsensfindung bezüglich der Kritik an der gegenwärtigen Regulierungspolitik, sondern auch der Selbstvergewisserung der genossenschaftlichen Finanzgruppe auf dem deutschen Bankenmarkt. Obwohl da gar nicht so viel im Unklaren ist – denn die Kreditgenossenschaften gehören insofern zu den Krisengewinnlern, als sie sich in Zeiten höchster Not – und daß es diese gab, kann man in diversen 'Krisentagebüchern' lesen – neben den Sparkassen als verlässlicher Stabilitätsanker erwiesen haben. Auf der Tagesordnung stand im Sinne einer Aufbruchsstimmung 'Neue Komplexität und Dynamik – Strategische Herausforderungen für die genossenschaftliche FinanzGruppe' – *“aktueller und einschlägiger als mit diesem Thema geht es eigentlich nicht”*, wie Theurl einleitend feststellte. Dazu referierten zunächst Uwe Fröhlich, Dr. **Wolfgang Baecker**, Vorstandsvorsitzender der **VR-Bank Westmünsterland**, **Jürgen Wache**, Vorstandssprecher der **Hannoverschen Volksbank** und **Heinz Hüning**, Vorstand der **Volksbank Heiden**.



Ausgehend von einem Problemtableau, das die wesentlichen Herausforderungen der genossenschaftlichen Bankengruppe identifizierte, widmete sich Fröhlich 'Strategien in einer komplexen Welt: Herausforderungen und Lösungen für die genossenschaftliche FinanzGruppe'. Zunächst beleuchtete der BVR-Präsident den aktuellen Verdrängungswettbewerb und kritisierte u. a. die aggressive Vertriebsstrategie der **ING-DiBa**, die im großen Stil – ganz nach Art der **Commerzbank** – staatlich gestützt (weil mit 10 Mrd € subventioniert) mit Schleuderpreisen und bezuschußten Girokonten Einlagen sammelt. Kein Wunder, daß Fröhlich da wettbewerbliche Disharmonien bemängelt, wo auch fachfremden Beobachtern die Bank mit ihren 'Dibadu'-Werbespots auf die Nerven geht.

Dem Einfluß von internetbasierten Social Media-Netzwerken will man künftig mit mehr Aufmerksamkeit begegnen, böten etwa Chat-Foren neben Chancen schließlich auch *“maximale Transparenz für Negativ-Meinungen”*. Im Hinblick auf die zunehmenden regulatorischen Anforderungen meinte Fröhlich selbstbewußt: *“Wir fühlen uns zu Recht als die, die alles richtig gemacht haben.”* Man wolle nicht in einen Topf mit **Commerzbank** und **Deutscher Bank** geworfen werden, sich gleichwohl *“der Regulierungswelle inhaltlich nüchtern stellen und Unbehagen rationalisieren.”* Der BVR-Präsident äußerte sein Unverständnis darüber, daß im Zuge der Kapitalmarktregulierung auch Mittelstandskredite den Basel III-Regeln unter-

Ihr direkter Draht ... (Mo - Do, 15 - 18 Uhr, Fr. 9 - 12 Uhr)
02 11 / 66 98 - 231
Fax: 02 11 / 69 12 - 440
e-mail: bank@markt-intern.de
für den vertraulichen Kontakt

Bank intern – Redaktion Verlagsgruppe **markt intern**: Herausgeber Dipl.-Ing. Günter Weber; Verlagsdirektoren Bwt.(VWA) André Bayer, Olaf Weber; Redaktionsdirektoren Dipl.-Kfm. Uwe Kremer, Heidi Scheuner; Abteilungsleiter Rechtsanwalt Georg Clemens, Dipl.-Kfm. Christoph Diehl, Rechtsanwalt Lorenz Huck, Dipl.-Kfm. Karl-Heinz Klein, Dipl.-Vwt. Hans-Jürgen Lenz, Dipl.-Vwt. Stephan Schenk, Rechtsanwalt Gerrit Weber; Chef vom Dienst Bwt.(VWA) André Bayer.

markt intern Verlag GmbH, Grafenberger Allee 30, D-40237 Düsseldorf, Telefon 0211-6698-0, Telefax 0211-666583, www.markt-intern.de. Geschäftsführer Hans Bayer, Dipl.-Ing. Günter Weber; Prokuristen Bwt.(VWA) André Bayer, Dipl.-Kfm. Uwe Kremer, Rechtsanwalt Gerrit Weber, Olaf Weber; Justiziar Rechtsanwalt Dr. Gregor Kuntze-Kaufhold. Gerichtsstand Düsseldorf. Vervielfältigung nur mit schriftlicher Genehmigung des Verlages. Druck: Theodor Gruda GmbH, Breite Straße 20, 40670 Meerbusch. Anzeigen, bezahlte Beilagen sowie Provisionen werden zur Wahrung der Unabhängigkeit nicht angenommen. ISSN 1615-622X

worfen werden sollten; in der Tat liegt hier ein Ungleichgewicht, zumal die eigentlich global gedachten Bestimmungen etwa von US-Regionalbanken gar nicht umgesetzt werden. Demgemäß plädierte Fröhlich dafür, auch im Blick auf die Liquiditätsregeln die *"Erhaltung der Spezifika deutscher und europäischer Finanzierungskultur sicherzustellen."* Dabei betonte Fröhlich, daß man sich gar nicht in einer 'ökologischen Nische' sehe, aber als Ziel gab er aus: *"Kleine und mittlere Banken dürfen von der Regulierungsdiskussion nicht erdrückt werden."* Die technisch-prozedurale Seite hob der BVR-Chef schließlich auch noch hervor: Die Ortsbanken helfen – trotz des kürzlich durchgeführten und eher defizitären 'Web 1.0-Fitneß-Checks' bei der Einbindung von Multikanalvertrieb und Internet in die Geschäftsstrategie –, die Vereinheitlichung der Vertriebsprozesse voranzutreiben, dabei gelte bei der Kundenorientierung das Prinzip 'Standardisierung nach innen, Individualisierung nach außen'. So könne es wirtschaftlichen Erfolg geben, um das strategische Ziel zu erreichen, die Nr. 1 im Mitglieder- und Kundengeschäft zu werden. Dabei gelte es, Effizienz und Kosten im Blick zu behalten, was Prozessoptimierung und Preise für Dienstleistungen einschließe. Der demographische Wandel sei ebenfalls beherrschbar; hier müsse man sich etwa einem erhöhten Bedarf an Produkten für die Altersvorsorge und entsprechender Mitarbeiterschulung widmen.

'Bi'-Fazit: Mit dieser aktuellen Bestandsaufnahme erweist sich wieder der Nutzen von Dialog und Diskussion – man muß miteinander reden und nicht im luftleeren Raum oder Elfenbeinturm Regeln für die mittelständische Kreditwirtschaft dekretieren. Was die anderen Beiträge ergeben haben, lesen Sie in der nächsten Woche!

"Banking ist emotional"

Diesen Punkt unterstreicht **Sebastian Prinz von Schoenaich-Carolath**, Vorstandsvorsitzender der **Kölner Bank**, im Gespräch mit 'Bank intern' mehrfach. Und damit ist nicht etwa eine beliebige Gefühlsduselei gemeint, dahinter steckt für die Kölner ein genossenschaftliches Prinzip mit handfestem wirtschaftlichem Hintergrund. *"Wir sind als Genossenschaftsbank im Markt und das bestimmt im Sinne unseres Wertesystems das Geschäft. Dafür stehen Begriffe wie Nachhaltigkeit, Risikobegrenzung, Vertrauen, lokale Verankerung."* Damit steht dann der Kunde im Mittelpunkt aller Handlungsorientierung der Bank. Seinen sinnfälligen und sichtbaren Ausdruck hat dies zunächst in der Gestaltung der Filialen. 30 Zweigstellen hat die Volksbank mittlerweile, die im Zuge der Sanierung der Bank (vgl. zu deren Abschluß 'Bi' 22/09) in den Jahren 2004 bis 2007 umgebaut wurden. Dabei richtete man sich an modernen Kundenbedürfnissen aus, wie man sie etwa im Einzelhandel identifizierte (Motto: *"Man muß dem Markt zeigen, daß man sich für ihn interessiert"*): Klar strukturiert, hell, offen, transparent, die Geldautomaten in die Geschäftsräume integriert. So wird aus der Volksbank-Filiale – ähnlich dem Modell kleiner und hochspezialisierter Anwaltskanzleien – gleichsam eine Finanz-Boutique. Und die Betreuung der Kunden reicht weiter. Mit regelmäßigen Unternehmungen wie Stadtführungen und ähnlich gemeinschaftsstiftenden Veranstaltungen bindet man die Kunden ein und konzentriert sich voll auf Köln: *"Wo wir Vertrauen weiterentwickeln, werden wir die Gewinner sein"* – dieses Prinzip lasse sich auf den gesamten Genossenschaftsbankensektor übertragen. Als Volksbank sei man zugleich eine Mittelstandsbank und so werde demonstriert, daß man genau auf diese Kunden abziele. Durch die Reduzierung des von den Neumitgliedern zu erwerbenden Anteils von 100 € auf 25 € (vgl. 'Bi' 23/10) habe man seit Juni 2010 10 % mehr Mitglieder gewonnen und liegt nun bei rund 34 000. Die Zahl der Geschäftsguthaben kletterte gar um 33 %: *"Unser Geschäftsmodell sorgt für Vertrauen, selbst in der Großstadt, ein Beweis, daß unsere bisherigen Schritte richtig waren"*, unterstreicht der Vorstandschef. Seit dem Abschluß der Sanierung 2008 befinde man sich im Rahmen der Vorsorgereserven nach § 340 f HGB 'an der Grenze', bei allen Kriterien solider Wirtschaftlichkeit erreiche man 'A'-Werte. Dafür sorgten nicht zuletzt ein an der Granularität ausgerichtetes Kreditgeschäft (unter Einbindung der **WGZ BANK** bei höheren Beträgen) und reduzierter Eigenhandel bei überschaubaren Risiken. Auch im ersten Quartal 2011 läuft das Geschäft trotz des Zinsanstiegs gut, *"wir liegen über unserem Plan."* Man gehe konsequent den Weg der Mitte. Zum Vergleich: 2010 erwirtschaftete die Kölner Bank einen Zinsüberschuß von insgesamt 44,9 Mio €, die Kundeneinlagen stiegen um 11,0 % auf 1,43 Mrd €, die Kundenkredite um 10 % auf 867 Mio € (von 791 Mio € 2009). Die Provisionen erreichten 16,1 Mio € nach 14,8 Mio € 2009. Die Bilanzsumme liegt nun bei 1,78 Mrd € (+ 11,2 %).

Im Jahr 2010 hat die Kölner Bank zwei neue Geschäftsstellen eröffnet, dabei eine von der **Sparkasse KölnBonn** in Köln-Esch übernommen. Aber auch die 'rollende Bank' in Form eines Busses mit